

Revista ECA Sinergia

ISSN Electrónico 2528-7869

ISSN Impreso 1390-6623

Volumen 9 N° 2

Octubre 2018

Publicación Semestral

Distribución Gratuita



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
DE MANABÍ**



61.167 Visitas y 91 Países



**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS**

Folio 21285

Correo: revistaecasinergia@gmail.com

OJS: <http://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia>

Apartado postal: 082

Teléfono: 0991205930



Portoviejo

Manabí

Ecuador



Revista Especializada en Ciencias Administrativas
Contables y Económicas
ISSN: 2528 - 7869 (Versión Electrónica)
e-ISSN: 1390 - 6623 (Versión Impresa)
revistaecasinergia@gmail.com
Universidad Técnica de Manabí
Ecuador

CUERPO EDITORIAL

Consejo Editorial

- **Directora-Editora** | Nancy Rosillo Suárez | Universidad Técnica de Manabí - Ecuador
- **Editor General** | Luis Márquez Ortiz | Universidad Técnica de Manabí - Ecuador
- **Editor de Sección** | Rogelio Suárez Mella | Universidad Técnica de Manabí - Ecuador
- **Editor de Sección** | María Inéz Zambrano | Universidad Técnica de Manabí - Ecuador

Comité Científico

- **Ramón Alberto Martín Fernández** | Universidad de La Habana | Cuba
- **Higinia Bismayda Gómez** | Universidad de Santi Spíritus | Cuba
- **Sonia Fleitas Triana** | Instituto | Superior Politécnico “José Antonio Echeverría” | Cuba
- **Cristhian Villegas Herrera** | Universidad Autónoma Metropolitana | México
- **Italia Pineda** | Universidad Autónoma Metropolitana | México
- **Vladimir Vega Falcón** | Universidad de los Andes | Ecuador
- **Dalia Correa Guía** | Universidad de Carabobo | Venezuela
- **Federico González Santoyo** | Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo | México
- **Julio Corzo Bacallao** | Universidad Técnica de Manabí | Ecuador
- **Adrián Cosentino** | Universidad de San Martín | Argentina
- **Osmel Torres Chávez** | Universidad San Gregorio de Portoviejo | Ecuador
- **Maritza Ortiz Torres** | Universidad de la Habana | Cuba
- **José Carlos Laranjo Márquez** | esecs.ipleiria e cics.nova.ipleiria | Portugal
- **Dianexy Carreño Villavicencio** | Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí | Ecuador
- **Agustín de la Herrán Chacón** | Universidad Autónoma de Madrid | España
- **Hebe Vessuri** | Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) | México

- **Edward (Ted) Manning** | Universidad de Carleton| Canada
- **Gissela Bravo Rosillo** | Universidad San Gregorio de Portoviejo | Ecuador
- **Ana María Sousa Neves Viera** | esecs.ipleiria e cics.nova.ipleiria | Portugal
- **Eva Martha Chaparro Salinas** | Universidad Autónoma del Estado de México | México
- **Martha Escobar García** | Universidad Técnica de Manabí | Ecuador
- **Elmys Escribano Hervis** | Universidad de Matanzas | Cuba
- **Leinad Johan Alcalá Sandoval** | Universidad Autónoma de México | México
- **María Elena Torrens Pérez** | Universidad San Gregorio | Ecuador
- **Ricardo Manuel das Neves Viera** | esecs.ipleiria e cics.nova.ipleiria | Portugal
- **Renier Esquivel García** | Universidad Técnica de Manabí | Ecuador
- **Sandra María Gouveia Antunes** | Instituto Politécnico de Viseu | Portugal
- **Edgar Alexander Piñeros** | Universidad Técnica de Manabí | Ecuador

Comité de Apoyo

- **Carlos Rivero Torres** | Universidad Técnica de Manabí | Diagramador | Web Master
- **Javier Bravo Bazurto** | Universidad Técnica de Manabí | Web Master
- **Fernando Pérez Suárez - Lucía Loor Bravo** | Universidad Técnica de Manabí | Correctores de Estilo y Ortografía
- **Gabriela Mera Loor** | Universidad Técnica de Manabí | Correctora de Traducción al idioma Inglés
- **Alex León Murillo** | Diseño Gráfico

Universidad Técnica de Manabí
Av. Urbina y Che Guevara. Tercera puerta

Revista Especializada en Ciencias Administrativas Contables y Económicas
Portoviejo - Manabí - Ecuador



ÍNDICE

Pág.	Contenido
7 - 14	INFOCENTROS: UNA ESTRATEGIA SOCIAL, CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA EN ACCIÓN EN LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL ECUADOR INFOCENTERS: A SOCIAL, SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL STRATEGY IN PUBLIC SERVICES OF ECUADOR <i>Olger Yaulema, Tatiana Lucio, Lázaro Blanco</i>
15 - 24	CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE PRODUCTOS ECUATORIANOS, ORIENTADA HACIA EL MERCADO DE COLOMBIA, EN LA CIUDAD DE MACHALA FOUNDATION OF AN INTERNATIONAL COMERCIALIZING COMPANY OF ECUADORIAN PRODUCTS, ORIENTED TOWARDS THE MARKET OF COLOMBIA, IN THE CITY OF MACHALA <i>Jorge Arias, Javier Bermeco, Claudia Áviles, Juan Guerrero</i>
25 - 31	DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN EL CONTEXTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN TACHINA ESMERALDAS – ECUADOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF PUBLIC POLICIES IN TACHINA ESMERALDAS - ECUADOR <i>Ingrid Nazareno</i>
32 - 44	APLICACIÓN DE LA MEJORA DE PROCESOS EN LA EMPRESA IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS “EL TIMÓN” APPLICATION OF THE PROCESS IMPROVEMENT IN THE COMPANY IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS “EL TIMÓN” <i>Celia Martínez, Franklin Cruz, Jorge Ramírez, Alberto Medina</i>
45 - 54	LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE PORTOVIEJO INFORMATION SYSTEMS ON MANAGERIAL DECISION MAKING IN THE COMMERCIAL ENTERPRISES OF PORTOVIEJO <i>Carmen Bravo, Primavera Valdivieso, Ramiro Arregui</i>
55 - 67	PERCEPCIÓN DE ACTORES LOCALES SOBRE TURISMO SOSTENIBLE EN COMUNIDADES DE LEONIDAS PLAZA DEL CANTÓN SUCRE, MANABÍ PERCEPTION OF LOCAL ACTORS ABOUT SUSTAINABLE TOURISM IN COMMUNITIES OF LEONIDAS PLAZA DEL CANTÓN SUCRE, MANABÍ <i>Frank Lemoine, Santiago Navarrete, Wilfrido Valls, Gema Carvajal, Lilia Villacis</i>
68 - 79	IMPACTO QUE GENERA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN LA TOMA DE DECISIONES POR LA GERENCIA THE EFFECT OF MARKET RESEARCH ON THE DECISION-MAKING BY MANAGEMENT <i>Jairo Mendoza, Mercedes Véliz</i>

- 80 - 90 CALIDAD DEL SERVICIO EN EL PROCESO ALIMENTOS Y BEBIDAS DE UN HOTEL EN ECUADOR
- QUALITY OF THE SERVICE IN THE PROCESS FOOD AND BEVERAGES OF A HOTEL IN ECUADOR
- Mabel Font, Gilberto Blanco*
- 91 - 102 ESCENARIOS PROBABILÍSTICOS PARA ENTIDADES DE SALUD PRIVADAS: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN MÉDICO-ADMINISTRATIVA
- PROBABLE SCENARIOS FOR PRIVATE HEALTH ENTITIES: ANALYSIS OF MEDICAL-ADMINISTRATIVE MANAGEMENT
- Johana Abril, David Arias, César Maldonado, Lady Cedeño*
- 103 - 110 PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACION DEL PLAN DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL CANTÓN MANTA
- PROPOSAL FOR THE IMPLEMENTATION OF THE INSTITUTIONAL STRENGTHENING PLAN OF THE AUTONOMOUS DECENTRALIZED GOVERNMENT MUNICIPAL CANTON MANTA
- Shubert Piedra*
- 111 - 120 ESCENARIOS FUTURIBLES PARA EMPRESAS IMPORTADORAS DE EQUIPOS MÉDICOS EN EL ECUADOR
- FUTURE SCENARIOS FOR IMPORTING COMPANIES OF MEDICAL EQUIPMENT IN ECUADOR
- Ana Arteaga*
- 121 - 139 LA VINCULACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA-GOBIERNO: UNA VISIÓN HISTÓRICA Y CONCEPTUAL
- UNIVERSITY-INDUSTRY-GOVERNMENT LINKAGE: A HISTORICAL AND CONCEPTUAL VISION
- Gladys Saltos, Silvia Odriozola, Maritza Ortiz*



Revista Especializada en Ciencias Administrativas
Contables y Económicas
ISSN: 2528 - 7869 (Versión Electronica)
e-ISSN: 1390 - 6623 (Versión Impresa)
revistaecasinergia@gmail.com
Universidad Técnica de Manabí
Ecuador

Universidad Técnica de Manabí
Av. Urbina y Che Guevara. Tercera puerta

Revista Especializada en Ciencias Administrativas Contables y Económicas
Portoviejo - Manabí - Ecuador

Disponible en <http://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia>

INFOCENTROS: UNA ESTRATEGIA SOCIAL, CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA EN ACCIÓN EN LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL ECUADOR

INFOCENTERS: A SOCIAL, SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL STRATEGY IN PUBLIC SERVICES OF ECUADOR

Olger Javier Yaulema Zavala¹, Tatiana Shelen Lucio Mancheno²,
Lázaro Blanco Encionosa³

¹Consultor Privado, Director General - Ecuador

²Consultor Privado, Docente de Educación Superior - Ecuador

³Universidad Agraria de La Habana - Cuba

e-mail: olgerjav23@yahoo.es¹, tattylucio@gmail.com², lazarojb@unah.edu.cu³

Recibido: 18/04/2017

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: L86, L81, G34

RESUMEN

Se analiza de manera preliminar una “Sociedad en Red”, que destaca un nuevo paradigma social en el que la alianza entre el conocimiento y la información, ocupa un lugar muy importante en los sistemas de producción y comunicación, impulsadas por un componente dominante, denominado “redes digitales”, que permiten incrementar el movimiento de información. Fundamentalmente se analizan las principales incidencias de los infocentros en los servicios públicos de Ecuador, desde varias perspectivas sobre la práctica tecnológica.

Palabras clave: Gobierno Electrónico, Tecnologías de Información y Comunicación, Interoperabilidad

ABSTRACT

It had been analyzed a new social paradigm (Digital network society), in which the alliance between knowledge and information occupies a very important place in the production and communication systems, a key component called digital networks, that allow to increase the movement of data-driven analyses preliminarily. Also discusses the major incidences of the infocenters in the public services of Ecuador, from various perspective on technological practice.

Key words: E-government, information and communication technologies, interoperability



INTRODUCCIÓN

La relación entre ciencia y técnica describe un nuevo paradigma que está conduciendo a un cambio profundo del pensamiento científico. Desde esta perspectiva surge un nuevo elemento llamado tecnología, que representa un nivel más elevado de desarrollo de la técnica, en la que la alianza con la ciencia crea un rasgo determinante para la evolución social, cultural y económica de la especie humana.

La idea de construir una sociedad de la información y conocimiento, sustentada por la utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como herramientas para apoyar el procesamiento de la información, la creación de conocimientos y la comunicación entre los seres humanos.

Quienes defienden el concepto de sociedades de la información, afirman que las TIC impulsan el paradigma digital y que el componente dominante son las redes digitales, que hacen incrementar el movimiento de información. Mientras que la sociedad del conocimiento surge como una propuesta superior a la sociedad de la información. Lo que se produce es la diferenciación entre los conceptos de información y de conocimiento, ambos íntimamente ligados, pero diferentes entre sí, todo esto movilizado por la importante presencia de las TIC.

En esta sociedad, se destaca un nuevo paradigma social, en el que la alianza inevitable entre el conocimiento y la información, ocupa un lugar muy importante en los sistemas económicos de las sociedades humanas, incluyendo, por supuesto, la producción. Se destaca que el desarrollo de las comunidades, pueden ser comprendidas por sus modos propios de comunicación e interacción entre sus integrantes.

En la sociedad en red, la realidad está construida por redes de información y conocimiento, caracterizada por el proceso, el almacenamiento y la transmisión de información, sin restricciones de distancia, tiempo ni volumen. Esta nueva forma de entender el funcionamiento de la sociedad, se basa en el fenómeno de la globalización, el cual se apoya en Internet, como elemento tecnológico base de las redes digitales de esas sociedades.

METODOLOGÍA

La ciencia y la tecnología de la información y las comunicaciones: una alianza irrompible.

Las sociedades modernas han evolucionado debido al apoyo de la ciencia, la cual ha recorrido un largo camino desde la experimentación y el descubrimiento espontáneos, para intentar comprender y modificar la realidad. En algún momento de ese desarrollo la ayuda de la tecnología se intensificó, como ocurre la actualidad. “Tecnología” es el conjunto de procedimientos operativos y herramientas útiles desde el punto de vista práctico para obtener determinados fines. Paralelamente, el investigador Jorge Núñez Jover concibe a la “ciencia” como la “actividad profesional institucionalizada que supone educación prolongada, internalización de valores, creencias, desarrollo de estilos de pensamiento y actuación” (Núñez, pág. 17).

Consecuentemente, constituye un saber tecnológico el “cómo”, mientras que la ciencia asume, además, el “por qué”. Este puede definirse como la capacidad de ofrecer explicaciones (Núñez, Moltalvo, & Figaredo, 2008). Pero se debe “admitir inicialmente que la técnica (o “tecnología”) se refiere al hacer eficaz, es decir, a reglas que permiten alcanzar de modo correcto, preciso y satisfactorio ciertos objetivos prácticos” (Agazzi, 1996, pág. 95). Esta permitió la transformación del medio en el que los humanos se desarrollaron, buscando nuevas y mejores formas de satisfacer sus necesidades o deseos. La tecnología ha sido estudiada desde diferentes puntos de vista o enfoques. Aún en la actualidad existe discusión y polémica con relación a este complejo concepto.

La nueva concepción de la relación entre ciencia y tecnología da lugar a la “tecnociencia”, un término precisamente escogido para determinar la alianza entre “ciencia y tecnología y el desdibujamiento de sus límites” (Núñez, 1999, pág. 35). En particular se puede ilustrar este concepto, con el ejemplo de las nanotecnologías, donde las producciones dejan de fabricarse en plantas

industriales, para elaborarse en los propios laboratorios.

A las relaciones entre la ciencia y la tecnología, hay que añadir la de “sociedad” y a estas, la de “información”. Esta última tiene un impacto considerable en las relaciones económicas, políticas, sociales y culturales. Desde los inicios de la sociedad, la información se encuentra presente en todos sus aspectos y dimensiones. Esto ha sido destacado por varios científicos, entre los que se encuentra el fundador de la cibernética, Norbert Wiener, el cual la define como el conjunto de datos que son objeto de intercambio con el mundo externo, mientras nos ajustamos a él y hacemos que él se ajuste a nosotros (Wiener, 1989).

La definición de información está estrechamente ligada a la de dato. ¿Son los mismos?, ¿Hay diferencias? El dato es una representación simbólica de condiciones, hechos, situaciones que tienen un significado parcial y aislado. Al mismo tiempo, un conjunto de datos relacionados entre sí, pero que además son significativos y pertinentes, forman lo que se conoce como información.

Sin duda alguna, en los últimos años, los sistemas de información han mejorado la capacidad de generar y mejorar elementalmente la información desde sus rasgos físicos, hasta procesarla, analizarla y convertirla en conocimiento, mediante complejos procesos cognitivos. Tanto así que desde la perspectiva de la ciencia de la dirección, el conocimiento pudiera considerarse como “la capacidad de solucionar problemas, el saber qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo, dónde hacerlo y para qué hacerlo” (Blanco, 2011, pág. 33).

Por su lado Ferrell y Hirt, indican que la información “comprende los datos y conocimientos que se usan en la toma de decisiones” (Ferrell, Hirt, & Ferrell, 2009, pág. 121). Es una definición que, aunque no nos satisface totalmente, avala el criterio casi tautológico de que, si una persona se encuentra bien informado sobre un aspecto, seguramente su decisión al respecto podrá ser más acertada que una persona que no tenga tal información.

Sociedad de la información y conocimiento e interoperabilidad en el gobierno.

Para comprender mejor el concepto de sociedad de la información, debemos remontarnos hasta los finales de los años setenta y ochenta del siglo XX, cuando un grupo de autores destacaban el inicio de un período de grandes cambios económicos y sociales, a partir del uso y generación creciente de la información y el conocimiento como recurso económico y de gestión.

El matemático estadounidense Norbert Wiener, desarrolló una filosofía general de la tecnología, pues se propuso reunir teóricamente y de forma lógica, un conjunto de conocimientos disciplinarios diferentes, y hasta ese momento aislados entre sí; tras haber realizado sus estudios y análisis, concluyó que ya sea un ser biológico, artificial o mecánico, se le puede definir en base al intercambio de la información que se produce. Llamó a ese cuerpo de conocimientos, teorías y consideraciones de carácter científico, Cibernética. Los principios desarrollados en la cibernética destacan los “comportamientos de intercambio de información” (Wiener, 1989, pág. 114). Para él, el ser humano y la sociedad son entidades compuestas esencialmente de información.

Por otro lado, en 1998, Manuel Castells define a la sociedad de la información como un nuevo sistema tecnológico, económico y social basado en “una economía en la que el incremento de productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales), sino de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos”. (Castells, 1998, pág. 137).

En la sociedad de la información y el conocimiento, se produce una participación cada vez más creciente de las personas y las organizaciones, en el empleo de las TIC, para realizar múltiples actividades de la vida diaria. En este sentido, la administración pública y el gobierno no han sido una excepción. Se concluye que el gobierno electrónico es el empleo que la ciudadanía (incluyendo, por supuesto, además del ciudadano individual, las organizaciones gremiales, estudiantiles, los sindicatos, el sector empresarial privado, etc.) y sus instituciones, el estamento gubernamental y la administración pública; hacen de las tecnologías de la información y las comunicaciones; con el objetivo de mejorar la participación ciudadana en las decisiones de gobierno y estimular el empoderamiento de los ciudadanos, además que facilita los servicios que la administración pública presta a la ciudadanía y

permitir a los gobernantes y los funcionarios públicos conocer las opiniones de sus electores sobre sus acciones, para evaluar su propio trabajo, enmarcándose en todas las esferas de la sociedad sin importar características que se conviertan en una barrera (Yaulema & Blanco, 2014).

Las instituciones públicas se enrolan en el empleo de las TIC, como instrumentos o herramientas fundamentales para el procesamiento de la información y la construcción y apropiación de conocimiento. Así, establecen relaciones diversas para el intercambio de información entre ellas y entre ellas y los ciudadanos.

La interoperabilidad puede ser concebida como la capacidad institucional y técnica que deben tener los sistemas de información y de los procedimientos a los que éstos dan soporte, al momento de compartir datos y posibilitar el intercambio de información entre ellos.

A todos estos procesos complejos se les conoce como interoperabilidad en el gobierno. Desde una perspectiva económica “la interoperabilidad en el gobierno” (Comisión Europea, 2006), genera un ahorro de recursos tangibles como materiales, humanos e incluso financieros dentro de las Instituciones públicas, pero a su vez también recursos intangibles como la dimensión de tiempo y espacio.

En un marco como ese, las instituciones públicas se deben caracterizar por tener automatizadas las relaciones externas (con los proveedores, distribuidores, clientes, contribuyentes, ciudadanos, entre otros actores). Y se definen tres tipos de interoperabilidad:

- **Interoperabilidad semántica.-** Asegura que la información intercambiada sea la más entendible posible y que no exista ambigüedades en las transacciones establecidas en los procesos y que estos sean aplicados de una manera adecuada.
- **Interoperabilidad organizacional.-** Busca orientar a las instituciones que intercambiaran la información, en temas como estructuras organizacionales, modelos de gestión, estructurar los procesos entre otros, de modo que sean fácilmente identificadas, accesibles, pero además que se encuentren orientados hacia los usuarios (ciudadanos).
- **Interoperabilidad técnica.-** Se encarga de las facetas técnicas (hardware, software, conectividad), con el fin de que la intercomunicación e intercambio de datos, así como la accesibilidad a la información sea la adecuada y además brindando servicios de seguridad (Comisión Europea, 2006).

La interoperabilidad en el gobierno es la base de la gobernanza. Esto es, la capacidad de las autoridades institucionales para que exista la estandarización necesaria de datos al momento del intercambio de la información en los sistemas, además de los acuerdos y diálogos a los que se llegue entre instituciones públicas.

La experiencia en países y contextos ha demostrado que cuando las instituciones cooperan y colaboran entre sí para compartir e intercambiar datos e información, se puede reducir o minimizar barreras como distancias, movimiento de personas, papeleos, costos y horarios en la prestación de trámites y servicios públicos.

Como un ejemplo de estos conceptos y definiciones, se puede observar el caso de Ecuador. Para apoyar principalmente los servicios públicos dirigidos hacia la ciudadanía, el Gobierno Nacional de Ecuador, establece como Política Pública el desarrollo de la Interoperabilidad Gubernamental a nivel nacional mediante el Decreto Ejecutivo 1384 del 13 de diciembre del 2012, publicado en el Registro Oficial 860 del 2 de enero del 2013. Se logra así un marco legal, en el cual se apoya el uso y difusión de la información gubernamental y se crean las bases para lograr estadios superiores de utilización de las TIC, como el gobierno electrónico.

Innovación y tecnología en el gobierno ecuatoriano

Dentro de estas nuevas facetas y cambios por los cuales atraviesa el mundo actual, las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son plasmadas desde la alianza entre ciencia, técnica y tecnología propiamente dicha, a través de la evolución de la sociedad de la información y sociedad del conocimiento hacia la consolidación de una sociedad de la información y conocimiento. Para seguir con el otro lado de la moneda, la manifestación a favor de la sociedad del conocimiento, se basa en que la actual forma de organización social y productiva no se caracteriza solamente por los avances tecnológicos de las TIC (UNESCO, 2005), relacionados con la interacción social.

El siglo XXI, para el Ecuador, comenzó con grandes desafíos y cambios fundamentales dentro de su estructura como estado y sociedad. Entre los retos de los ecuatorianos está la idea de alcanzar una nueva forma de vida, tal y como la Constitución lo manifiesta en su Preámbulo “nosotros y nosotras, el pueblo soberano del Ecuador, decidimos construir una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el Buen Vivir, el Sumak Kawsay” (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 15).

La construcción del Buen Vivir tiene claro el camino hacia la sociedad de la información y conocimiento, no solo como un medio para incrementar la productividad, sino como instrumento para generar igualdad de oportunidades, fomentar la participación ciudadana, la inclusión digital, alfabetización TIC y reducción de la brecha digital. Por tanto, la conectividad y el apoyo hacia el uso de TIC no deben limitarse a la infraestructura, sino que la necesidad de crear incentivos adecuados para que el Gobierno y demás actores generen contenidos acordes con la transformación del país.

Consecuentemente, uno de los derechos del Buen Vivir es que reconoce a todas las personas, en forma individual o colectiva, el derecho al acceso universal a las tecnologías de información y comunicación; y pone mayor importancia en aquellas personas individuales o colectivas que carecen o tengan acceso limitado a dichas tecnologías de modo que obliga al Estado a “incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales” (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 161).

En el Ecuador, en relación a las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, señala en el capítulo segundo, Derechos del Buen Vivir, en las secciones tercera y cuarta, aspectos relativos a las TIC que se debe tener presentes no solo desde el punto de vista del ciudadano, sino también de empresa.

Los procesos de innovación y transformación del Estado que se llevan a cabo desde la perspectiva de una gestión pública renovada, en busca de alcanzar altos niveles de eficiencia y eficacia, conlleva a lo que en la actualidad se conoce como “gobierno electrónico”. Este concepto puede desagregarse en el servicio electrónico, entendido como la forma en que el Estado procura atender de mejor manera al ciudadano (Gutiérrez, 2006).

También se habla del llamado “gobierno abierto” (open government), en clara referencia a la democratización que el uso de las TIC puede dar a los asuntos que abarca la gobernanza de un país o de una región.

En el Ecuador actualmente se está implementando el Plan Nacional de Gobierno Electrónico (PNGE) 2014-2017, el mismo que se articula a través de principios y un modelo compuesto varios objetivos, estrategias, cuatro pilares fundamentales “marco regulatorio, servicios y procesos, tecnologías de información y comunicación, personas” (SNAP, 2014, pág. 9).

El PNGE, establece las relaciones existentes entre los actores fundamentales: Además de los tipos de gobierno electrónico vistos anteriormente, surgen algunos paradigmas como la e-democracia: Esta se refiere a los procesos y estructuras que abarcan todas las formas electrónicas de interacción entre el Gobierno (elegido) y el ciudadano (elector) (Backus, 2001).

- **G2C** – Government to Citizen: Destinado a entregar productos y/o servicios a los ciudadanos por parte del Estado.
- **G2E** – Government to Employee: Direccionado a entregar productos y o servicios de desarrollo profesional y atención de demandas al recurso humano del gobierno.

- **G2B** – Government to Business: Destinado a entregar productos y/o servicios a las empresas privadas por parte del Gobierno.
- **G2G** – Government to Government: Orientado a satisfacer los crecientes y dinámicos requerimientos de coordinación entre las distintas instituciones públicas (SNAP, 2014).

Las iniciativas de gobierno electrónico en Ecuador como es el caso de los infocentros, están dando resultados positivos, debido a los niveles aceptación que tienen por parte de la ciudadanía de los sectores urbanos y rurales básicamente. Los infocentros, se crean y establecen a través del desarrollo de programas informáticos o aplicaciones digitales centrados para dotar de mejores servicios al ciudadano, el gobierno, la empresa privada y los servidores públicos; de modo que se promueva la participación ciudadana, el control social y la transparencia, mejorando así la prestación de los servicios que ofrece el gobierno mediante herramientas con alto valor tecnológico.

RESULTADOS

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL), fue creado en 2009, con el fin de democratizar y universalizar las TIC, a través de planes y programas establecidos para conectividad Social, infocentros comunitarios, capacitaciones en alistamiento digital (Analfabetismo digital), televisión digital terrestre, entre otros, bajo el marco de la Estrategia Ecuador Digital 2.0 y llevar al país hacia el mundo de la nueva era digital.

En este contexto la iniciativa de gobierno electrónico encaminada a brindar servicios e información a la ciudadanía como actor fundamental de inclusión social, económica y digital, recae en espacios que cuentan con infraestructura tecnológica y personal capacitado, los ya mencionados Infocentros, “que constituyen un espacio comunitario, en los que se garantiza el acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)” (SNAP, 2014, pág. 63).

Con 490 Infocentros comunitarios instalados a nivel nacional, hasta noviembre de 2014, se beneficiaron alrededor de 2’887,000 personas. Además, se recibieron, aproximadamente, 3’446,000 millones de visitas y se registraron 139.531 capacitados en TIC, los que ahora cuentan con más herramientas para su desarrollo personal y profesional (MINTEL, 2014).

Ecuador, visto desde la perspectiva de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), establece una división política administrativa en la que se define 9 Zonas a nivel nacional, cada una conformada por provincias, distritos y circuitos administrativos.

La investigación se realizó en la zona 3, la misma que está conformada por 4 provincias y 19 distritos; y los datos fueron recolectados del distrito 06D05 Guano-Penipe, con sus respectivos circuitos administrativos como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1.- Circuitos administrativos e infocentros del Distrito 06D05

Provincia	Distrito	Cantón	Circuito	Infocentro	Visitas	# Encuestas	%
Chimborazo	06D05	Guano	06D05C01	San Andrés	2603	96	30,75
			06D05C01	San Isidro de Putulu	4350	160	51,39
			06D05C02	La Providencia	882	32	10,42
			06D05C03	Ilapó	240	9	2,84
			06D05C03	San José de Chazo	150	6	1,77
			06D05C03	Santa Fe de Galán	240	9	2,84
Total					8465	311	100,00

Fuente: (SENPLADES, 2012), Fuente: (MINTEL, 2014)

En el distrito 06D05, en donde se realizó el estudio se identificó el número de infocentros y

visitas al mes por parte de la ciudadanía, con el fin de evaluar la incidencia de los infocentros sobre los servicios públicos en el Ecuador, los autores utilizan la concepción en la que Arnold Pacey involucra una dimensión organizativa como la planeación y organización; una dimensión cultural como los valores, virtudes y códigos éticos; y una dimensión propiamente técnica, como infraestructura y maquinas en general.

Esto nos lleva a una reflexión organizativa, cultural y técnica lo que se denomina práctica tecnológica (Pacey, 1990). En este sentido ha coincidido con la posición de los investigadores, en la cual se defiende a la inclusión social como un elemento imprescindible de cualquier enfoque relacionado con el Gobierno Electrónico (Yaulema & Blanco, 2014).

Con base en los criterios de la práctica tecnológica, se planteó una serie de preguntas de investigación, las cuales se expuso a los usuarios y al personal administrativo de los infocentros, con el fin de evaluar su impacto social. A continuación, se presentan los resultados obtenidos después de la aplicación de la encuesta realizada a 311 usuarios:

Los resultados de la investigación con relación a la dimensión técnica, expresan que las condiciones e instalaciones físicas son las adecuadas para la utilización total. Los usuarios comparten la idea de que en los últimos años ha existido una gran inversión en infraestructura tecnológica y mejoramiento físico de los espacios que ofertan este servicio.

En cuanto a patrones organizativos o administrativos permiten asumir que las autoridades cuentan un conocimiento tácito sobre la normativa legal vigente. Además, se constató de que las partes conocen cuales son los principales servicios webs que ofertan los infocentros que se encuentran en su jurisdicción. Sin embargo, quienes utilizan estas instalaciones tecnológicas no conocen en realidad qué institución gubernamental está a cargo de los servicios que se ofertan.

Finalmente, dentro del aspecto cultural la mayoría de población analizada no tiene una visión totalmente clara acerca de cómo un infocentro puede ayudar a generar conciencia en valores, virtudes y códigos éticos en la sociedad. De igual manera, y paradójicamente, se pudo evidenciar que alrededor del 51% de los usuarios no comparten la idea de que estos espacios tecnológicos han mejorado sus propios conocimientos para la utilización de las TICs. Por ejemplo, al no tener mucho conocimiento del tema, se piensa que al utilizar internet, se convierten en expertos en telecomunicaciones; aunque la mayoría de usos se limitan a la navegación elemental, la comunicación mediante redes sociales o al ocio digital.

DISCUSIÓN

Actualmente los infocentros constituyen un dispositivo social, que coadyuva al desarrollo socio económico, cultural y educativo de la comunidad. Es un órgano social, que permite capacitar y fortalecer el conocimiento del emprendimiento a las personas, con un alto conocimiento y empleabilidad, incorporándose en la sociedad de la información. Es uno de los pilares en que la nación ecuatoriana se ha basado para proyectarse hacia la sociedad de la información y el conocimiento. Técnicamente hablando los infocentros proveen la infraestructura y el herramental necesario, pero también posibilitan adquirir los conocimientos, las capacidades y destrezas necesarias que necesitan nuestros ciudadanos para asumir la nueva sociedad y mejorar como capital humano de la nación.

CONCLUSIONES

En el caso particular de Ecuador, con grandes diferencias entre grupos poblacionales, es importante comprender que no basta con esfuerzos puramente tecnológicos. Esto se agrava por el hecho real de grandes diferencias geográficas y orográficas, que dificultan las comunicaciones y obstaculizan los esfuerzos inclusivos. Pero, aunque el camino es largo y difícil, los infocentros son un primer paso que demuestra que estamos en el camino correcto. La inclusión social y cultural se logrará con el trabajo y la educación, en un plazo probablemente más corto que largo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agazzi, E. (1996). El bien, el mal y la ciencia. Madrid: Tecnos S.A.
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Asamblea Constituyente.
- Backus, M. (2001). E-Governance and Developing Countries. RESEARCH REPORT N° 3.
- Blanco, L. J. (2011). La informática en la dirección de empresas. La Habana: Félix Varela.
- Castells, M. (1998). La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura: El poder de la Identidad (Vol. Volumen II). Madrid: Alianza Editores.
- Comisión Europea. (2006). Interoperability Study Final Version. eGovernment Unit DG. En C. Europe, Study on Interoperability at Local and Regional Level.
- Comisión Europea. (2006). Study on Interoperability at Local and Regional Level, Interoperability Study Final Version. The Netherlands: European Institute of Public Administration.
- Ferrell, O., Hirt, G., & Ferrell, L. (2009). Introducción a los negocios en un mundo cambiante (Séptima ed.). México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Gutiérrez, P. (01 de 02 de 2006). Gobierno electrónico y participación ciudadana. (J. Pasco, Entrevistador)
- MINTEL. (01 de 11 de 2014). MINTEL CONSOLIDADA EL ECUADOR DIGITAL. Recuperado el 17 de 03 de 2015, de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/programas-y-servicios/>
- Núñez, J. (1999). La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar. La Habana: Félix Varela.
- Núñez, J., Moltalvo, L. F., & Figaredo, F. (2008). Pensar Ciencia, Tecnología y Sociedad. La Habana, Cuba: Félix Varela.
- Pacey, A. (1990). La cultura de la tecnología. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- SENPLADES. (28 de 05 de 2012). Reglamento de desconcentración administrativa, financiera y jurídica. Quito, Chimborazo, Ecuador: LEXIS.
- SNAP. (5 de Febrero de 2014). Plan de Gobierno Electrónico. Quito, Pichincha, Ecuador: Creative Commons Atribución.
- UNESCO. (2005). Hacia las Sociedades del Conocimiento. Paris: UNESCO EDICIONES.
- Wiener, N. (1989). Cybernetics and Society. London: Bookcraft, Midsomer Norton, Avon.
- Yualema, O. J., & Blanco, L. J. (2014). Gobierno electrónico: ¿democracia o dictadura? Propuesta de un modelo para los municipios rurales de Ecuador. Ciencia Administrativa.

CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE PRODUCTOS ECUATORIANOS, ORIENTADA HACIA EL MERCADO DE COLOMBIA, EN LA CIUDAD DE MACHALA

FOUNDATION OF AN INTERNATIONAL COMMERCIALIZING COMPANY OF ECUADORIAN PRODUCTS, ORIENTED TOWARDS THE MARKET OF COLOMBIA, IN THE CITY OF MACHALA

Jorge Eduardo Arias Montero¹, Javier Alejandro Bermeo Pacheco¹,
Claudia Margarita Avilés Ramírez¹, Juan Ramiro Guerrero Jiron¹

¹Universidad Técnica de Machala - Ecuador

e-mail: jarias@utmachala.edu.ec¹, jbermeo@utmachala.edu.ec¹,
margaritaavailes81@hotmail.com¹, jguerrero@utmachala.edu.ec¹

Recibido: 26/09/2017

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: P33, F4, F23

RESUMEN

En este artículo se presenta una investigación basada en la problemática sobre la inexistencia en la ciudad de Machala, que permitió analizar la necesidad de establecer una empresa comercializadora internacional con Colombia, ya que es un destino de muchos productos ecuatorianos por ser vecinos y miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), por lo cual se realizó un estudio de mercado (oferta y demanda de los servicios), factibilidad, rentabilidad y evaluación financiera, con el cual se aspire a estimular a los empresarios y productores de la provincia de El Oro. El objetivo es analizar la necesidad de creación de una empresa comercializadora internacional de productos dirigidos hacia el mercado de Colombia, la metodología de investigación es el método deductivo para la demostración teórica y empírica, resultados esperados es determinar las condiciones favorables existentes para la creación de una empresa que sirva de nexo comercial entre Perú, Ecuador y Colombia en el ámbito de la comercialización. La exportación de productos y servicios es un proceso donde intervienen algunos factores propios de la gestión de cadena de suministro como proveedores, distribuidores, transportistas entre otros, que permite una distribución eficiente del producto hacia un mercado internacional produciendo de esta forma la viabilidad y rentabilidad económica esperada de la empresa comercializadora.

Palabras clave: Mercado internacional, exportación, finanzas internacionales, actividad económico internacional

ABSTRACT

This article presents an investigation based on the problem of the non - existence in the city of Machala that allowed to analyze the need to establish an international trading company with Colombia, is a destination of many Ecuadorian products because they are neighbors and members of the Andean Community of Nations (CAN), for which a market study was carried out (supply and demand of services), feasibility, profitability and financial evaluation, with which it is hoped to stimulate the entrepreneurs and producers of the province of El Oro. The objective is to analyze the need to create an international trading company of products aimed at the Colombian market, research methodology is the deductive method for theoretical demonstration and empirical, the expected results are to determine favorable conditions existing for the creation of a business that serves as a commercial link between Peru, Ecuador and Colombia in the field of marketing. The export of products and services is a process where certain factors of supply chain management intervene as suppliers, distributors, transporters, among others, which allows an efficient distribution of the product towards an international market, thus producing viability and economic profitability expected from the trading company.

Key words: International market, export, international finances, international economic activity



INTRODUCCIÓN

La investigación presentada en este texto tuvo como objetivo principal conocer la viabilidad de la implementación de una empresa comercializadora internacional de productos y servicios en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, dirigidos hacia el mercado de Colombia. En esa medida, para desarrollar el problema, se determinaron las características del mercado colombiano para identificar las necesidades acerca de las condiciones de la calidad del producto y servicio hasta su destino de llegada, fortaleciendo el sistema de ingreso hacia el país. A su vez, se establecieron las normativas y artículos pertinentes dentro de los acuerdos comerciales existentes en la CAN, que favorecen a la creación de la misma. Por último, este modelo de negocio identifica la falta de un estudio técnico óptimo y las necesidades logísticas de distribución específicas, para una eficiente comercialización internacional.

Cabe resaltar que la importancia del objeto de estudio radica en el hecho de que el esquema de los propios servicios surge como respuesta a una demanda insatisfecha de servicios de comercialización internacional. La utilidad práctica de la propuesta está dada en la posibilidad real de que pueda ser asimilada y ejecutada por la empresa privada de El Oro, preferentemente. Por ende, es necesario señalar que la trascendencia rebasa el interés personal y se circunscribe en una necesidad y aspiración institucional y ciudadana, en la medida que este tipo de estudio se inscribe en el marco de las líneas prioritarias de investigación que impulsa la Unidad Académica de Ciencias Empresariales, de la Universidad de Machala, en perspectiva de alcanzar el desarrollo socioeconómico de nuestra población orense.

En términos generales, pueden definirse a las comercializadoras internacionales (CI) como una sociedad mercantil especializada con una gran capacidad para detectar y generar negocios de larga duración y concretarlos en los diferentes mercados mundiales. A nivel global:

Las CI son reconocidas como Trading company, una forma de “Gestión de Mercado indirecto” dirigidas a las empresas productoras de bienes y servicios que desean moverse o están en el ámbito del comercio internacional, o bien, como “Empresas de gestión de exportación y/o consultores de Exportación (Export Manager Company), modalidad más común que opera bajo el sistema de Outsourcing o tercerización (Proexport Colombia, 2015).

Las CI deben tener un amplio portafolio de servicios basado en el estudio de los elementos que afectan y componen el mercado de sus clientes, incluyendo las tendencias, la competencia, los canales de distribución, la logística de la exportación, los tiempos de despachos y entrega, el mantenimiento y contacto de clientes, el contacto con distintas comercializadoras, entre otros.

Básicamente, la razón de su efectividad y la importancia que tienen en este momento en la gestión de las exportaciones, se debe a que brindan la oportunidad de agrupar a varios proveedores de un mismo sector y sirven de canal para investigar mercados, buscar nuevas oportunidades de negocios, asesorar en adecuación de productos y exportar como mayoristas en mercados o “nichos” exigentes y puntuales.

METODOLOGÍA

Los métodos utilizados en la investigación se basaron en la aplicación del método deductivo, de proyección, para la demostración teórica y empírica. Finalmente, se utilizó como apoyo la estadística. También se hizo necesaria la investigación histórica mediante series estadísticas de análisis econométrico. Por un lado, en cuanto a las técnicas de investigación generales se emplearon la observación, la entrevista y la encuesta, esta investigación acompañó también de técnicas particulares que se usaron fueron: el muestreo, las proyecciones y el fichaje.

Unidades de investigación

Las unidades de investigación que se determinaron en la investigación son las que se exponen en la tabla 1.

Tabla 1. Unidades de investigación

Personas	Documentos	Bienes Materiales	Procesos
Empresarios	Reportes	Estructuras Logísticas	Comercialización
Productores	Acuerdos	Físicas	Trámites aduaneros
Directivos	Perfiles de Colombia	Tecnológicas	

Fuente: Elaboración propia

Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos se exponen en la tabla 2, discriminadas de acuerdo con los ítems de indicadores, métodos, técnicas, instrumentos y unidades de investigación.

Tabla 2. Técnicas de recolección de datos

Indicadores	Métodos	Técnicas	Instrumentos	Unidades de investigación
Política comercial Nivel de demanda de productos Necesidades del consumidor Barreras arancelarias Sistema de mercadeo	Síntesis bibliográfica Síntesis bibliográfica Síntesis bibliográfica Síntesis bibliográfica Síntesis bibliográfica	Bibliografía Bibliografía Bibliografía Bibliografía Bibliografía	Ficha bibliográfica Ficha bibliográfica Ficha bibliográfica Ficha bibliográfica Ficha bibliográfica	CORPEI CORPEI CORPEI CORPEI CORPEI
Exportación de productos no tradicionales Volumen de producción Volumen de comercialización	Muestreo probabilístico Muestreo probabilístico Síntesis de observación	Encuesta Encuesta Observación	Cuestionario Cuestionario Guía de observación	Empresarios Empresarios Empresas
Normas Artículos Aranceles Decisiones Normas sanitarias	Muestreo selectivo Muestreo selectivo Muestreo selectivo Muestreo selectivo Muestreo selectivo	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Guía de entrevista Guía de entrevista Guía de entrevista Guía de entrevista Guía de entrevista	Empresarios Empresarios Empresarios Empresarios Empresarios
Cantidad de empresas comercializadoras Fuentes de abastecimiento Calidad de producto Documentación Aduanera Tiempo de entrega del producto	Muestreo probabilístico Muestreo probabilístico Muestreo probabilístico Muestreo probabilístico Muestreo probabilístico Muestreo probabilístico	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario	Productores Productores Productores Productores Productores Productores
Instituciones financieras Superintendencia de Bancos Regulaciones Tipo de garantías	Muestreo selectivo Síntesis bibliográficas Síntesis bibliográfica Muestreo selectivo	Entrevista Bibliografía Bibliografía Entrevista	Guía de entrevista Guía de entrevista Guía de entrevista Guía de entrevista	Empresarios Empresarios Empresarios Empresarios
Insistencia de empresas locales Afluencia de empresas extranjeras Inexistencia de propuestas	Muestreo selectivo Muestreo selectivo Muestreo selectivo	Entrevista Entrevista Entrevista	Guía de entrevista Guía de entrevista Guía de entrevista	Directivo Empr. Com Directivo Empr. Com Directivo Empr. Com

Fuente: Elaboración propia

Universo y muestra

Las características de las unidades de investigación identificadas determinaron la necesidad de establecer particularidades en relación al señalamiento del universo investigativo y la selección de la muestra representativa.

Productores de la provincia de El Oro

El universo y objeto de estudio de la investigación constituyen los productores de la provincia de El Oro, principales ofertantes de productos de exportación. Según datos de las cámaras de comercio y de industrias, son 220 personas de quienes es preciso conocer sus opiniones y criterios respecto a la

producción actual y la posibilidad de expansión de los cultivos y elaboración de productos una vez que se cree una comercializadora internacional. Es menester señalar que el universo investigativo es amplia se procedió a diseñar técnicamente una muestra representativa para que los resultados fuesen validos a todos los propietarios. Para la selección de la muestra se utilizó un procedimiento sencillo que se inició con la aplicación de la siguiente fórmula estadística:

Fórmula para obtener el tamaño muestral:

$$M = \frac{N}{1 + (\% EA)^2 \times N}$$

M	= muestra
N	= población universo
1	= valor Constante
EA	= error Admisible
%	= porcentaje (reducido a decimal)
(% EA)	= porcentaje de error admisible elevado al cuadrado

Para efectos del caso, se estimó un margen de error admisible del 5% (es decir de 0.05), quedando los datos establecidos de la siguiente manera.

$$tm = \frac{220}{1 + (0.05)^2 \times 220} = tm = \frac{220}{1.55} = 141$$

En consecuencia la muestra representativa para la aplicación de la boleta de encuesta fue 141 productores.

Boletines informativos, estadísticas y publicaciones de instituciones provinciales y nacionales vinculadas al comercio exterior

El acceso a la información que proporcionan las instituciones provinciales y nacionales vinculadas al comercio exterior (Corpei, Fedexport, Cámara de comercio Machala y Guayaquil, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Relaciones Exteriores, etc.) es un espacio vital para conocer las características de la demanda internacional sobre los productos que se pretenden comercializar. Para el efecto se realizó una lista de las principales instituciones, de la información que disponen y los mecanismos que acceden a la misma.

Empresa comercializadora internacional

Para este caso, se seleccionó una empresa comercializadora internacional de reconocida experiencia y solvencia a nivel nacional, la misma que sirvió para la identificación de:

- Infraestructura física;
- Servicios que ofertan;
- Proceso documental
- Logística.

Entrevista

En el caso de las entrevistas el universo lo constituyeron tres empresarios conocidos que podían invertir en el proyecto, de quienes se requirió información sobre costos, financiamiento, logística, etc.

RESULTADOS

Tabla 3. Balanza comercial bilateral, Colombia-Ecuador

Intercambio Bilateral	2014	2015
Exportaciones	22.034,000	15.698,000
Importaciones	61.088,000	51.598,000
Balanza Comercial	-39.054,000	-35.900,00

Fuente: Banco Central del Ecuador - Boletín Comercio Exterior

Durante el año 2007 se registró el mayor incremento en el número de partidas exportadas hacia Colombia. Este crecimiento de la propuesta exportadora hacia el país vecino del norte obedece a varios cambios en la política arancelaria con el cambio de aranceles a ciertos productos y de nominación a ciertas partidas. Asimismo se ve afectado por factores externos como la negociación del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, entre otros factores.

La concentración de las 10 principales partidas arancelarias representa menos de la mitad de las exportaciones hacia Colombia, con un aumento menor al 10% en un periodo de 5 años. Midiendo el crecimiento en la cantidad de productos (de 883 a 1300) se podría concluir que los 10 principales productos demandados por el mercado colombiano han ganado mayor participación.

Ecuador exporta a Colombia arroz, vehículos y atunes, principalmente. Como se mencionó anteriormente, dentro de los diez productos más exportados hacia este país se concentra menos del 50% de las exportaciones totales. De este porcentaje, los productos mencionados representan alrededor del 25% de las exportaciones. Cabe resaltar el crecimiento acelerado de las exportaciones de vehículos, que en este periodo, incluso, se han convertido en uno de los productos más representativos en volumen y valor de exportaciones hacia este país.

La importación de ciertos productos requiere la inscripción del importador o la expedición de permisos o autorizaciones expresas de alguna entidad. En el caso de materiales vegetales, productos de origen animal e insumos agropecuarios, se debe acudir al Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). Para productos de pesca y acuicultura, es necesario remitirse al Instituto Nacional de Pesca y Acuicultura.

Colombia, por ser parte de la Comunidad Andina, otorga un cero por ciento de arancel a la mayor parte de los productos que son importados desde el Ecuador, dándole así una ventaja al producto ecuatoriano en comparación con ciertos productos centroamericanos, que son una importante competencia.

Importancia de las empresas en el comercio internacional

La empresa es de mucha importancia para el desarrollo socioeconómico del lugar donde este establecida, ya que para la elaboración y venta de su producto o servicio necesita contar con recursos humanos, tecnológicos, materia prima, los materiales de embalaje, certificadoras de calidad, transporte etc., lo cual genera ingresos económicos para los trabajadores, que se reflejan en el bienestar de las familias y mejoras en el comercio por el aumento del circulante. De igual manera, el Estado se beneficia por el cobro de impuestos causados por las ventas y las utilidades de la empresa, según (Larrea, 2011) "El Estado no debe intervenir en las negociaciones comerciales.

En la vida de toda empresa el factor humano es decisivo. La administración establece los fundamentos para lograr armonizar los numerosos y, en ocasiones, divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

Toda empresa que intenta incursionar al mercado internacional tendrá una serie de inconvenientes que por su falta de experiencia le será difícil llevar de una forma eficiente en aspectos como: transportación, trámites de documentos para importar o exportar, asesoramiento en negociación internacional, con tactación de ofertantes y demandantes en el mercado; razón por la cual se obligan a requerir los servicios de una empresa internacional experta en la prestación de servicios para la

comercialización.

Finalmente, se puede definir a una empresa de este tipo como una entidad que busca ayudar a otras empresas que quisieran establecer lazos comerciales en el contexto internacional, centrándose en dar facilidades a las mismas de producción exportable y a los capitales que busquen importar mercaderías dando soluciones logísticas para sus exportaciones o importaciones buscando la alternativa más competitiva en cuanto a transporte, asesoramiento y la legalización de la actividad del comercio internacional.

Para poder enfocar de una forma correcta el campo de operaciones de la empresa se considera que “es conveniente hacer referencia a lo que es el Comercio Internacional, en teoría consiste básicamente en la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de estos a otro país” (Mercado, 2000). El principal motivo que da origen al comercio entre los países es la necesidad de adquirir aquellos productos que no están en capacidad de producir por diferentes razones. Rodríguez, 2014, destaca que los reglamentos técnicos y normas internacionales son precisos para determinar con cabalidad dentro de los acuerdos o para hacer respetar las normas y regulaciones dentro de los acuerdos comerciales.

Exportación e importación

La exportación es la realización de una venta más allá de las fronteras arancelarias en la que está situada la empresa; “exportar es vender y solo vender” (Mercado, 2000), y por eso se entiende que su fin es el de lucrar económicamente. El origen cierto de toda exportación se da en el principio de que todos los países no pueden producir todo lo que necesitan, ya sea por falta de recursos o por los elevados costos para producir frente a los precios de la producción internacional, sin contar que en la actualidad se da una evolución constante de la tecnología y día a día se dan nuevos modelos de aparatos electrónicos. Según, Lira 2003, mantener el mismo tipo de letra dice que “se debe comenzar elaborando las estrategias, las cuales las buenas oportunidades que debe una empresa robustecer internamente es el personal calificado, la eficiencia del tiempo”, la exportación tiene suma importancia para un país porque “es necesario mejorar su balanza comercial para obtener ingresos de divisas y poder nivelar el desequilibrio es sus pagos con el exterior y financiar su presupuesto para sostener la economía y el bienestar de sus habitantes; en cambio para las empresas productoras y exportadoras es la obtención de beneficios” (Mercado, 2006).

La forma más simple de operar en el extranjero es exportando, ya sea directamente a los importadores de otros países, ya sea mediante intermediarios exportadores- importadores. En los mercados internacionales, lo mismo que en los mercados domésticos, hay comerciantes intermediarios y agentes intermediarios.

En cuanto a la importación se puede decir que se da por el mismo principio de exportar pero con sentido contrario, ya que es la búsqueda en el mercado externo de productos que en el país del importador no produzcan y le estén necesitando entonces. Por ende, es la introducción en el país del importador de géneros, artículos, bienes de capital que, por diversos motivos, no se producen en el país en cuestión, teniendo como fin o propósito el de generar utilidades para la empresa que realiza esta actividad, según Porter, 1987, la competitividad es una de las estrategias de la penetración de mercados, razón lógica a considerar dentro de las disciplinas que impulsa a la creación de valor a la empresa.

La logística de la cadena de distribución

La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios que se requieren para la administración estratégica del flujo, almacenamiento y traslado de una mercadería desde una fábrica o almacenamiento del exportador o distribuidor hasta el local del importador de tal manera, que estos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto, cumpliendo con los pedidos a precios competitivos, calidad óptima y entrega bajo el concepto de justo a tiempo. (Pascual, 2015), se refiere a la finalidad de la comercialización en la que demostramos que el producto cumple con todas las exigencias para su exportación, de acuerdo a los altos estándares de calidad.

En cada uno de estos procesos aparece la infraestructura de transporte como una parte indispensable para la movilización física de la mercadería objeto de la negociación, es decir la carga, la misma que debe ajustarse a los requerimientos internacionales y contar con un embalaje y marcado adecuado. El flujo de los bienes de exportación también está relacionado directamente con un rápido trámite de la documentación y de la información requerida, que hoy en día con la tecnología actual es inmediata.

El transporte

Según Burbano, 2007, el transporte desempeña un papel integral en lo social, económico y político del mundo, especialmente en el transporte de mercaderías, por lo que los medios de transporte se han calificado en los siguientes tipos: marítimo, aéreo, terrestre y multimodal

- **Transporte marítimo:** modalidad de transporte internacional de mercancías que se opera mediante barcos, barcazas, veleros u otro tipo de embarcaciones cuyo medio de desplazamiento sea el mar. No obstante en el comercio interno puede emplearse el transporte marítimo para trasladar las mercaderías de un punto a otro de la costa, dicha operación recibe el nombre de cabotaje.
- **Transporte aéreo:** modalidad de transporte internacional de mercaderías que puede cumplirse en aviones, aeroplanos, helicópteros, etc. De carga exclusivamente o de carga y pasajeros.
- **Transporte terrestre:** según Mercado esta modalidad de transporte de mercaderías utiliza en todo su recorrido vehículos motorizados por carretera, en virtud de un contrato de transporte, desde un lugar situado en un país en el cuál el transportista autorizado toma las mercaderías bajo su responsabilidad hasta otro lugar designado para su entrega en un país diferente (2006).
- **Transporte multimodal:** es el movimiento de personas o mercancías en la misma unidad cerrada, o contenedor, sobre dos o más modos diferentes de transporte se conoce como transporte multimodal.

El modo de transporte es el sistema que, valiéndose de los medios, es susceptible de ser evaluado económica y operativamente, según los llamados planos de valor de tráfico. Los modos son combinaciones de redes, vehículos y operaciones, e incluyen el andar, el camión, el sistema de carretera, los ferrocarriles, el transporte marítimo (barcos, canales, y puertos) y el transporte aéreo (aeroplanos, aeropuertos y control del tráfico aéreo), por ejemplo el medio es un buque y el modo, el marítimo.

El transporte internacional de carga (TIC) se define como “la operación de trasladar productos (carga) suministrando un servicio por un precio denominado flete, desde el país de origen (exportador), hasta el país de destino (importador)” (Burbano, 2006). El TIC se puede realizar a través de los modos aéreo, acuático (marítimo y fluvial), terrestre (carretero y ferroviario) o por una combinación de dos o más de dichos modos (transporte intermodal).

Las empresas que llevan a cabo operaciones de transporte internacional de mercancías se denominan transitarías. Existen diversos convenios que regulan los términos y condiciones en que se realizan el transporte de las mercancías: quién se hace responsable de qué gastos, seguros de transporte etc.

En la ejecución de una operación de TIC es necesario tener en cuenta información que surge de dos contratos estrechamente vinculados entre sí: el contrato de compraventa internacional y el contrato de transporte, cada uno de los cuales se materializa en un determinado documento.

Mercado

Los mercados, en la terminología económica, se comprenden como el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden

a unificarse. Se entiende de esta manera por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio. “compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás” (Gestiopolis, 2015).

Estudio de mercado

Es fundamental la organización “ los planes son inútiles, pero la planificación es indispensable “ (Frank, 2015), en este apartado es menester en las transacciones comerciales el direccionamiento, la planificación y el debido proceso articulado, con fundamentos, lo cual permite aplicar el estudio de mercado con contundencia y pertinencia, tal como se menciona “se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo” (Gestiopolis, 2015). En este apartado se destaca al estudio de mercado como la base principal para exponer los canales de distribución de bienes o servicio.

Oportunidades de mercadotecnia

Se compone de cinco elementos básicos: una necesidad o deseo, el poder adquisitivo, la disposición para comprar, la capacidad de provisión y una alta probabilidad de obtener un beneficio.

Por tanto, si se observa una necesidad o deseo en un determinado mercado, es recomendable darse el tiempo necesario para indagar si el segmento observado tiene poder adquisitivo y si tiene la disposición para comprar aquello que les hace falta. Luego, viene la pregunta de si la empresa, organización o persona (que quiere aprovechar esa oportunidad de mercadotecnia) está en la capacidad de cubrir la demanda de forma óptima y si tiene una alta probabilidad de generar utilidades al hacerlo (Thompson, 2015).

Marketing internacional

Según el Grupo Inversor Veracruzano (2013), cuando la empresa se plantea iniciar un proceso de internacionalización lo hace motivada por dos razones; en primer lugar, porque la empresa observa oportunidades en otros mercados o bien por las amenazas que encuentra en el mercado laboral, amenazas que pueden venir de un descenso de la demanda local, o por un incremento en el mercado laboral.

Básicamente, en cualquier negocio que se vaya a llevar a cabo existe riesgo, pero este es mayor cuando no se planifica bien, es por este motivo antes de decidir ingresar a cualquier mercado “se debe realizar una investigación seria para tener un amplio conocimiento de todos los procedimientos que se necesitan para hacer una comercialización exitosa, y no correr riesgos innecesarios” (Centro de Comercio Internacional y Federación Ecuatoriana de Exportadores, 2010).

Es por este motivo que exportar no es simplemente vender un producto por primera y única vez, sino que, por el contrario, es establecer la primera comercialización dando paso a otras indefinidas, por lo que es necesario ser conscientes de que el producto cuente con las características fundamentales de ser no solamente bueno sino de tratar cada día que sea el mejor del mercado, de esta manera se podrá competir con mayor confianza en los mercados, obteniendo mayor utilidad tanto cuantitativa como cualitativa.

DISCUSIÓN

La provincia de El Oro se encuentra estratégicamente ubicada en la parte sur del Ecuador en la frontera con el Perú y limita con las provincias de Azuay, Loja y Guayas que configura una zona de influencia comercial, donde existe una excelente producción de productos primarios e industrializados que pueden ser comercializados directamente desde Machala por una empresa orense en los mercados internacionales como Colombia, debido a que ambos países son integrantes de la Comunidad Andina, lo que facilita el comercio exterior por la cantidad de partidas arancelarias con arancel cero de los

productos originarios de los países integrantes de la CAN. Pero, lamentablemente, en la provincia de El Oro no se ha aprovechado las condiciones favorables existentes y no se ha configurado una empresa que sirva de nexo comercial entre Perú, Ecuador y Colombia, debido al desconocimiento de las normativas legales especiales para el funcionamiento de estas empresas y de los acuerdos entre los países miembros de la CAN, que ha originado que no exista un estudio de mercado, un estudio técnico financiero, ni se haya identificado plenamente las fuentes de abastecimiento de los productos, desaprovechándose las oportunidades comerciales para mejorar el intercambio de productos entre estos países, en perspectiva de mejorar el desarrollo comercial y económico de la provincia de El Oro. Según el autor Salvador Mercado, indica que “exportar es vender y solo vender”, lo que no se comparte en esta investigación debido a que el proceso de exportación involucra una serie de factores propios de la actividad que no consiste sólo en contactar los clientes, sino de aplicar los mecanismos óptimos de la gestión de cadenas de suministros, donde abarca etapas desde la fabricación del productos, proveedores, almacenamientos, transporte, distribución y comercialización de la misma, conocida también como logística internacional cuyo propósito principal es satisfacer las necesidades del cliente y cumplir además con las funciones que desempeñan las etapas de exportación.

CONCLUSIONES

Es indispensable promover la creación de una empresa en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, para la comercialización internacional de productos dirigidos hacia el mercado de Colombia, con fines de fortalecer la mejora continua del comercio exterior por la cantidad de partidas arancelarias, lo cual beneficia a los países de Ecuador y Colombia, y a su vez afianzar los lazos bilaterales de cooperación y convivencia en bien de la sociedad en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Centro de Comercio Internacional y Federacion Ecuatoriana de Exportadores. (2010). La clave del Comercio Exterior. Ecuador: FEDEXPORT.

Burbano, G. (2007). Términos Usuales en el Comercio Internacional. Quito, Ecuador: PUDELECO Editores S.A.

Bivolaru, & Moilanen. (2009). Empresas Innovadoras.

Frank. (2015). Estudio de mercados.

Gestiopolis. (2015). Gestiopolis. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/estudio-de-mercado-y-de-factibilidad-de-producto>.

Grupo inversor veracruzanos. (2013). Comercio exterior y tecnología . Obtenido de http://grupoinversorveracruzanos.blogspot.com/2013_08_01_archive.html

Larrea. (2011). El Buen Vivir como contrahegemonía en la Constitución Ecuatoriana.

LIRA. (2003). Estrategias para empresas.

Pascual, P. (2015). Pascualparada. Obtenido de www.pascualparada.com.

Porter. (1987). Corporate strategy for competitive advantage to. en C.A. Corporate strategy for, corporate strategy for, competitive advantage to.

Proexport Colombia. (2015). Antiguo.proexport.com.co. Obtenido de <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8731DocumentNo7194.PDF>

Rodriguez. (2014). Interpretación de normas internacionales de distintos ordenamientos bajo el acuerdo de obstáculos técnicos al comercio de la OMC. Boletín Mexicano de Derecho Comparado, 617-648.

Thompson, I. (2015). Promonegocios.net. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/plan-mercadotecnia.html>

Mercado, S. (2000). Comercio Internacional. Mexico: Limusa.

Mercado, S. (2006). Comercio Internacional y Mercadotecnia Internacional. Mexico: Limusa.

DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN EL CONTEXTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN TACHINA ESMERALDAS – ECUADOR

SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF PUBLIC POLICIES IN TACHINA ESMERALDAS - ECUADOR

Ingrid Tania Nazareno Véliz¹

¹Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas - Ecuador

e-mail: ingrid.nazareno@utelvt.edu.ec¹

Recibido: 06/11/2017

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: R38, Q01, P42

RESUMEN

La presente investigación se desplegó en función del análisis del desarrollo turístico sostenible en el contexto de las políticas públicas en la parroquia Tachina, de la provincia de Esmeraldas, Ecuador. Ante este escenario se plantea la realización de un diagnóstico a las políticas públicas y su impacto en el desarrollo turístico en Tachina; analizando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; de lo cual se refleja la desvinculación entre la infraestructura turística existente, derivados de las políticas públicas con el ordenamiento territorial, la actividad productiva, servicios básicos e iniciativas turísticas. Se utilizó como metodología la investigación deductiva-inductiva que utiliza fuentes de información primarias y secundarias, con técnicas de investigación-acción participativa. Se estableció una investigación aplicada, bajo la modalidad de un estudio analítico descriptivo, métodos de investigación teóricos y empíricos. La información mostró la necesidad de determinar un esquema que muestre las realidades turísticas de la parroquia y que conlleve a la aplicación de un modelo sistema de desarrollo turístico, para aprovechar las potencialidades turísticas de esta localidad; pudiendo ser utilizado como una herramienta de gestión por el GADP rural de Tachina, para lograr el mejoramiento socio económico de la comunidad y por ende elevar la calidad de vida de sus ciudadanos.

Palabras clave: Políticas reguladoras, Ordenamiento territorial, Turismo, Desarrollo turístico sostenible, Modelo de sistema turístico.

ABSTRACT

This research is based on the analysis of sustainable development in the context of public policies in the Tachina parish, in the province of Esmeraldas, Ecuador. Given this scenario, a diagnosis of public policies and their impact on tourism development in Tachina is considered; analyzing their strengths, opportunities, weaknesses and threats; of which it was reflected, the disconnection between the existent tourist infrastructure, the derivatives of the public policies with the territorial ordering, the productive activity, the basic services and the tourist initiatives. Deductive-inductive research using primary and secondary sources with participatory action research techniques was used as a methodology. An applied research was established, under the modality of descriptive analytical study, theoretical and empirical research methods. The information was taken from the need to determine a scheme that show the tourist realities of the parish and that leads to the application of a model of the tourism development system, to take advantage of the tourist potentialities of this town; It can be used as a management tool by the G.A.D.P. rural of Tachina, to achieve the socio-economic improvement of the community and therefore raise the quality of life of its citizens.

Key words: Public regulator, Territorial Planning, Tourism, Sustainable Tourism Development, Tourism System Model.



INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades más importante de la economía mundial y local, además de ser un sector de gran dinamismo y desarrollo, ha estado ligado a cambio por tendencia en variedad de atractivos turísticos. En los últimos años, el turista está en la búsqueda de experiencias únicas; del disfrute de escenarios naturales con prodigiosas bondades, acorde a sus necesidades y preferencias. Es así que, la realización de dichas experiencias, propician actividades turísticas, como la del disfrute de la gastronomía, costumbres, cultura; entre otras. Así mismo establece la oportunidad de generar renta y disminuir las desigualdades socioeconómicas; incitando al Turismo rural.

Ante esta problemática se plantea la realización de un diagnóstico a la población de Tachina y su impacto en el desarrollo turístico, analizando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; para luego plantear un modelo de sistema de desarrollo turístico que concuerde con las políticas públicas, la participación ciudadana y realidades turísticas; lo cual permitiría aprovechar las potencialidades turísticas para un desarrollo sostenible de esta localidad.

Las cuestiones relacionadas con el desarrollo turístico deberían ser tratadas con la participación de los ciudadanos involucrados y las decisiones de planificación tomadas en el ámbito local. (Organización Mundial de Turismo, 1991)

Por todo lo señalado el presente trabajo de investigación se justifica plenamente, ya que se trata de establecer las falencias de las políticas públicas halladas en la parroquia de Tachina y su impacto en el territorio, así como el rescatar su rol frente al desarrollo turístico sostenible de esta parroquia.

El término de políticas públicas en el concepto tradicional; afirma que las políticas públicas corresponden al programa de acción de una autoridad pública o al resultado de la actividad de una autoridad investida de poder público y de legitimidad gubernamental (Meny, Ives & Thoenig, 1992: 4). Una política pública de calidad incluirá orientaciones o contenidos instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados (Parada, E, 2002, p.4) En tal virtud, se la relacionará con las condiciones de vida de la población, necesidades y actividades productivas; que conlleven a establecer una agenda pública y que a través de ella se encuentre soluciones a dichas problemáticas.

Tachina es una de las parroquias rurales del cantón Esmeraldas; punto de impulso y desarrollo; entre las principales actividades productivas se tiene: ganadería, pesca, comercio, turismo, agricultura de subsistencia y comercial. Tiene 6 recintos rurales: Achilube, Curunde, Las Piedras, Tabule, Tigre y su cabecera parroquial Tachina; en ella se ha reflejado un notorio desarrollo por la política pública estatal en cuanto a vialidad, servicios básicos, telecomunicaciones e infraestructura; constituyéndose en una localidad de expansión urbana y potencial desarrollo del cantón Esmeraldas. Se observa que el ordenamiento territorial en Tachina es inconsistente, ya que se aprecia la incipiente articulación de las actividades productivas (económicas, sociales, culturales y turísticas) con la política pública parroquial; que conlleven a un fin, el de potenciar dichas actividades para un desarrollo sostenible. Para ello la participación, concientización y compromiso ciudadano es de vital importancia.

Las políticas públicas tienen estrecha articulación con el desarrollo sostenible de los pueblos, porque a través de la gestión territorial estimula el progreso o retroceso cuantitativo y cualitativo de las condiciones sociales y naturales de un territorio (Di-Bella, M. M. G., 2000:40). Tachina tiene muchas bondades naturales; recursos que pueden ser aprovechados; el desarrollo sostenible es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible. Este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que permitan renovarse, al mismo ritmo que van siendo empleados; o pasando de un recurso que se regenera lentamente a otro, que tenga un ritmo más rápido de regeneración; de esta manera, los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras.

Se identificó un incremento turístico desorganizado, que ha dado lugar a la propagación de ideas de negocios, sin una debida planificación territorial que tome en cuenta los espacios

geográficos, territorio, necesidades de los diferentes sectores de la parroquia; que vaya de la mano con una infraestructura turística, lo ornamental, el servicio turístico, la gastronomía y el ecoturismo; es decir, toda una oferta de productos turísticos que propicie el desarrollo sostenible y por ende el bienestar de toda la población. Ver gráfico No. 3, 4, 5.

METODOLOGÍA

El enfoque metodológico utilizado fue predominantemente cualitativo y cuantitativo, con base en el análisis de datos primarios (entrevistas a actores representativos) y secundarios (información demográfica, informes sectoriales y locales). El enfoque cualitativo comprendió entrevistas focalizadas a los actores representativos de distintos sectores y entrevistas en profundidad a nativos de diferentes grupos etarios. Así mismo, se realizaron talleres comunitarios en los cuales se aplicaron técnicas de investigación-acción participativa. Se estableció una investigación aplicada, bajo la modalidad de un estudio analítico descriptivo, ya que este tipo de investigación como lo manifiestan Hernández, Fernández y Baptista, (2003:117) pretende definir propiedades, características y perfiles de personas, empresa, recolectar datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a estudiar.

El número de encuestas realizadas fue de 603, para un nivel de confianza del 95.5%, y con $p=q=0.5$, refiere un error muestral del 5%. Se solicitó al encuestado registrar sus opiniones. El objetivo de la encuesta fue conocer la gestión de la obra pública y su impacto en el contexto turístico en esta parroquia; por lo que se indagó sobre generalidades de la población, nivel de estudio, identificación de actividades productivas, iniciativas turísticas, vinculación de las actividades de necesidades de la población con el ordenamiento territorial, entre otras.

El contenido de los instrumentos aplicados (encuestas a 307 actores población económicamente activa, 85 emprendimientos informales, 231 visitantes) y entrevista (7 funcionarios del GADP. De Tachina), Aponte, Nazareno. (2014). Diagnóstico situacional del emprendedurismo y su impacto en el desarrollo turístico sostenible en la parroquia de Tachina, Cantón Esmeraldas (tesis de maestría). Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas, Ecuador.

RESULTADOS

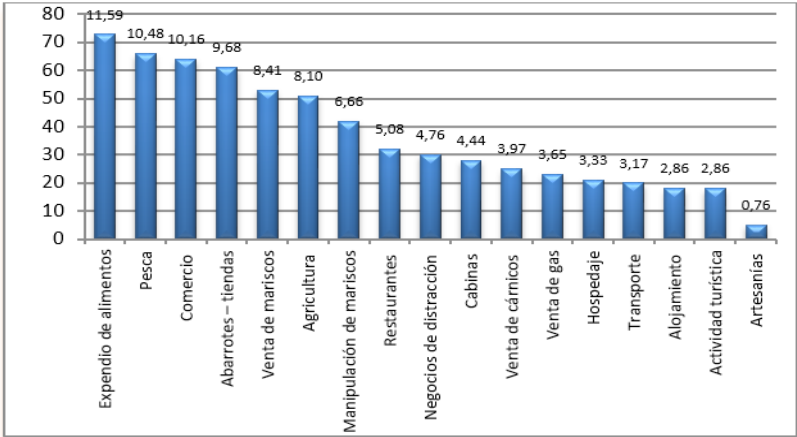
Se han extraído los datos de la cabecera parroquial de Tachina y de los recintos o destinos turísticos rurales (Achilube, Curunde, Las Piedras, Tabule, Tigre); su elección se debe a que estos ofrecen ríos, cascadas, mar, haciendas, hospedaje y lugares de alimentación; constituyéndose éstos en una oferta turística. De los encuestados se puede determinar los siguientes análisis comparativos:

Variable analizada: Las edades de las personas que realizan actividades productivas en la cabecera parroquial y recintos de Tachina, están en los rangos de edad mayoritaria de entre los 18 a 30 años.

Variable analizada: servicios básicos en esta interrogante se detectó que se cuenta con los servicios básicos para la realización de las actividades productivas y comerciales en la parroquia.

Variable analizada: Las actividades productivas que se realizan en Tachina constan entre las principales actividades productivas el expendio de alimentos, la pesca, el comercio, abarrotes, venta de mariscos, la agricultura entre otras.

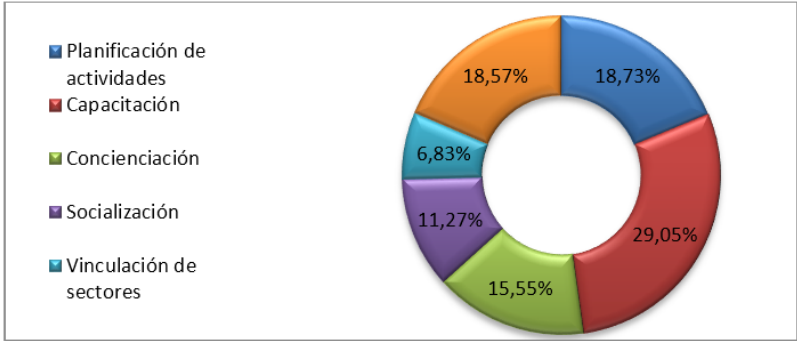
Gráfico 1: ¿En cuál de la actividad productivas desarrolla sus esfuerzos?



Fuente: Elaboración propia

Variable analizada: Iniciativas turísticas para impulsar el desarrollo de los entrevistados se puede determinar que la iniciativa turística considera para impulsar el desarrollo de la Parroquia de Tachina es la capacitación entre otras.

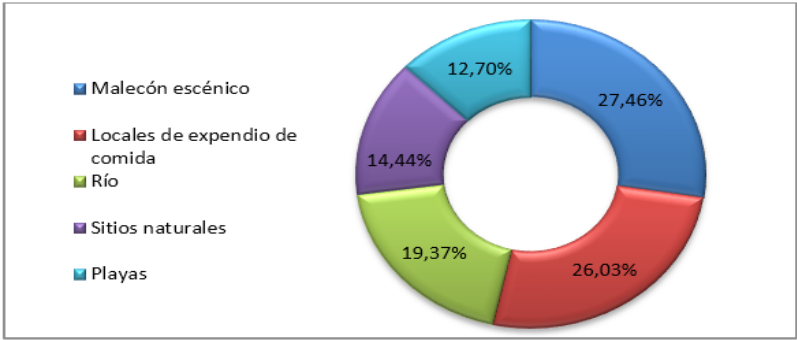
Gráfico 2: Iniciativas turísticas para impulsar el desarrollo.



Fuente: Elaboración propia

Variable analizada: Identificación de las actividades turísticas más notorias que tiene la Parroquia de Tachina, el malecón escénico es la primera actividad identificada, ya que en ella se efectúan acciones de recreación frente al río (campeonatos, regatas entre otras), expendio de alimentos.

Gráfico 3: Identificación de las actividades turísticas.



Fuente: Elaboración propia

Variable analizada: ¿Considera que la obra pública gubernamental ha impulsado el desarrollo territorial?

En cuanto a que si la obra pública fiscal existente en la parroquia ha impulsado el desarrollo territorial, los entrevistados contestaron positivamente; en razón del incremento de la plusvalía de propiedades y terrenos, nuevos desplazamientos de habitantes.

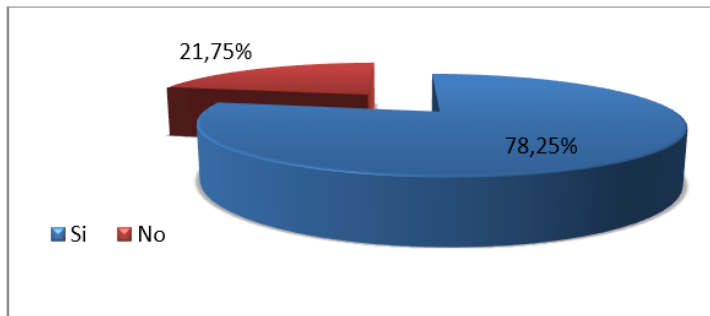
Gráfico 4: Obra pública que ha impulsado el desarrollo.



Fuente: Elaboración propia

Variable analizada: Sincronización de la planificación territorial con las actividades productivas. Concurran los entrevistados que debe de estar sincronizado o articulada las actividades productivas de la comunidad con la gestión pública del GADP de Tachina, a través del ordenamiento territorial.

Gráfico 5: Sincronización de la planificación territorial con actividades productivas



Fuente: Elaboración propia

Variable analizada: ¿Que requiere la comunidad para su desarrollo? Podemos determinar que todas las opciones planteadas son necesarias para fomentar el desarrollo de la parroquia. Ver Tabla N° 1

Tabla 1: Qué requiere la comunidad para su desarrollo?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Modelo de sistema de desarrollo	155	24.61
Inversiones externas	126	20.00
Capacitación a negocios Informales	78	12.38
Organización de emprendimiento	53	8.41
Todas	218	34.60
Total	630	100%

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

El turismo constituye un importante estímulo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales a las que no llega la inversión pública. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades territoriales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de generación de empleo.

Según describe Barrera (2006), el turismo viene de la valoración de los diferentes modelos de vida tradicionales del territorio, la conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza.

Santana (2005) expresa que el desarrollo turístico crea empleo; en ese contexto Santana Talavera (1997), expresa que el turista debe, ser transportado, alojado y asistido, pero, secundariamente, necesita también de una provisión de actividades ociosas, para todo lo cual precisa un número, más o menos amplio, de personal en edad activa para el desempeño de funciones en la actividad turística (generalmente no superior a 45-50 años).

En los actuales momentos se considera, que el turismo contribuye a la creación de empleo y al crecimiento del PIB; vistos como los principales mecanismos mediante los cuales la actividad turística, puede contribuir al bienestar de las comunidades en que se desarrolla (Wanhill 2000: 133). Sin duda alguna, la actividad turística deberá ser adyacente al ordenamiento territorial y a las políticas públicas; puesto que los destinos turísticos deben de crecer de manera planificada, ordenada y en respuesta a las necesidades del territorio.

El turismo como tal, conserva vínculos directos (alimentación, agencias de viajes, transportes, alojamiento, alquiler de vehículos, entre otros involucrados) e indirectos (las entidades bancarias, los emprendimientos, la agricultura, el servicio postal, las telecomunicaciones); con sectores de empresas, negocios y comercio en general; contribuyendo a la economía local. Su enfoque estaría determinado desde un punto de vista del consumo de los visitantes en el lugar del destino turístico.

De todo ello debemos resaltar que, a pesar de haber una relación existente entre el turismo y las demás actividades económicas; el impacto que se genera carece de un encadenamiento productivo que promueva el desarrollo sostenible del territorio.

Es de resaltar, las potencialidades como paraísos y encantos naturales (cascada, bosque natural, actividad pesquera artesanal, biodiversidad de flora y fauna) que satisfacerían las expectativas de propios y extraños; canalizándolos como respuesta a la necesidad del individuo en búsqueda de alternativas en su lucha cotidiana de sobrevivir para mejorar sus condiciones de vida; acelerando de esta manera el proceso de crecimiento económico local y propender de esta manera al desarrollo turístico.

De todo lo señalado podemos establecer que el desarrollo turístico propuesto, debe ser coherente con un modelo territorial orientado a la utilización racional y responsable de los recursos; el desarrollo equilibrado y sostenible, la coordinación administrativa y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y en concordancia con aspectos establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial, en lo relacionado con el Medio Ambiente y emprendimiento.

CONCLUSIONES

La investigación efectuada a través de encuesta y entrevistas a la población de la Parroquia de Tachina esto es, emprendedores, funcionarios del GADP de Tachina; se evidenció lo siguiente:

Que la obra pública fiscal existe en la parroquia, con la construcción del sistema de puentes sobre el río Esmeraldas, asfaltado de vías principales y secundarias, aeropuerto. Ello ha motivado a nuevos asentamientos humanos e incremento de plusvalía de terrenos y propiedades; así como también la necesidad de incrementar la cobertura de los servicios básicos a estos nuevos sectores.

La identificación de los atractivos y recursos turísticos a través de una esquematización, para quienes buscan satisfacer sus necesidades de relajamiento, exploración, hospedaje y diversión en Tachina; al igual que la nula promoción de estos.

La población de Tachina no está capacitada para brindar un servicio turístico eficiente; ya

que al tener una población sin descubrir sus potencialidades, habilidades y destrezas; hace de personas no calificadas y productiva en la atención y procedimientos de servicio a los turistas.

Escasa articulación del ordenamiento territorial con las actividades productivas y turísticas, que esté en coherencia con los espacios geográficos y territorios propicios para el desarrollo turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

André-Noël, R. (2016). Políticas públicas: formulación, implementación y evaluación.

Barrera E. (2006). Turismo rural. Un agro-negocio para el desarrollo de los territorios rurales en: Agro-negocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales. Sudamericana. Buenos Aires. 73 p.

Casanova. C, García, J, Caro, F. Organización y gestión de empresas turísticas, (2004).

Di-Bella, M. M. G. (2000). El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo. Santo Domingo, República Dominicana. 40p.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2003). Metodología De La Investigación Tercera Edición. México: Editorial Mc GRAW-HILL. 117p.

Kart Krapf y Walter Hunziker, Allgemeine Fremdenverkehrslehre, 1942, citado en Alfredo Dachary y Stella Arnaiz , Op. Cit., p. 13

Monge, J. G., & Yagüe Perales, R. M. (2016). El desarrollo turístico sostenible: Tren Crucero del Ecuador. Estudios y perspectivas en turismo, 25(1), 57-72.

Nazareno, I. (2014). Diagnóstico situacional del emprendedurismo y su impacto en el desarrollo turístico sostenible en la parroquia de Tachina, Cantón Esmeraldas. Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Ecuador.

Organización Mundial de Turismo (1991). Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes. Ottawa, Canadá

Parada, E.L. (2002). Introducción a las políticas públicas. Fondo de cultura económica. Chile: Fondo de Cultura Económica.

Santana, M. (2005). Turismo, empleo y desarrollo. Universidad de la Laguna, Papers (77), 79-104

Santana Talavera, A. (1997). Antropología y turismo: ¿nuevas hordas viejas culturas?. Barcelona: Ariel.224p-.

Wanhill, S. (2000). Small and médium tourism enterprises. Annals of Tourism Reseach

Yves, M., Thoenig, J.C. (1992). Las políticas públicas. Barcelona: Ariel.

APLICACIÓN DE LA MEJORA DE PROCESOS EN LA EMPRESA IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS “EL TIMÓN”

APPLICATION OF THE PROCESS IMPROVEMENT IN THE COMPANY IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS “EL TIMÓN”

Celia Francisco Martínez¹, Franklin Cruz Matías¹,
Jorge Ramírez Flores¹, Alberto Medina León²

¹Estudiantes Maestría Ingeniería Industrial Instituto Tecnológico Superior de Tantoyuca - México

²Universidad de Matanzas - Cuba

e-mail: celia_2192@hotmail.com¹, frank_cruz93@hotmail.com¹,
jramirezflores@gmail.com¹, alberto.medina@umcc.cu.cu²

Recibido: 06/05/2018

Aceptado:

Código Clasificación JEL: D2, A12

RESUMEN

Se presenta la aplicación de un procedimiento para la gestión por proceso en la empresa Implementos Agrícolas “El Timón”, ubicado en el municipio de Tempoal, Veracruz, México, quienes a través de distribuidores como New Holland, Jhon Deere y Massey Ferguson posicionan los productos al cliente final (empresas agrícolas y ganaderos). Se trabaja en la selección de los procesos para la mejora a partir de su definición y representación en un mapa. Se propone la representación, diagnóstico y mejora del proceso de producción seleccionado a través del proceso “Diana”, su respectiva ficha de proceso, diagrama As-Is, e indicadores. Por último, se proponen las principales acciones a desarrollar en la mejora del proceso de producción.

Palabras clave: Gestión por procesos, Coeficiente de Kendall, mapa de procesos, procesos diana.

ABSTRACT

It presents the application of a procedure for the process management in the company “Implementos Agrícolas El Timón”, located in the Tempoal’s Municipality, Veracruz, Mexico, who through distributors like New Holland, Jhon Deere and Massey Ferguson positioning the products to the end customer (agricultural and livestock companies). It Works in the selection of the processes for the improvement based on their definition and representation in a map. It’s proposes the representation, diagnosis and improvement of the production process selected through the process “Diana”, it’s respective process sheet, diagram As-Is, and indicators. Finally, the main actions to be developed in the improvement of the production process are proposed.

Key words: Process management, Kendall’s coefficient, process map, Diana processes.



INTRODUCCIÓN

Se establece que un proceso, según Negrín Sosa and Medina León (2010) integra recursos (técnicas y métodos) así como actividades interrelacionadas que transforman la información de entrada en elementos de salida.

Por otra parte, la norma ISO 9000 define a un proceso como “Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”, es decir se basa en elementos de entrada los cuales son transformados a través de actividades repetitivas hasta obtener el resultado deseado (Noble, 2006). También De Velasco (2009), define a un proceso como la secuencia ordenada de actividades repetitivas cuyo producto tiene valor específico para el usuario o cliente, dicho de otra manera, la secuencia de actividades que posee un producto.

Del mismo modo, (Betancur & Lochmuller, 2013) describen de acuerdo a (Smith & Fingar, 2003) a un proceso de negocio como un conjunto de tareas colaborativas y transaccionales coordinadas que entregan un valor agregado a los clientes, considerándolo como su salida.

La gestión por procesos, de acuerdo con Amozarrain (1999) apud (Nariño, Rivera, León, & León, 2013) se entiende como la manera de gestionar toda la organización basándose principalmente en los procesos, es decir; en una secuencia de actividades enfocadas a generar un valor añadido sobre los datos de entrada y así obtener un resultado que satisfaga los requerimientos del cliente (Nápoles-Nápoles, Tamayo-García, & Moreno-Pino, 2016).

Así pues, la gestión por procesos (Flores, Lavín, Calle, & Álvarez, 2016) es una forma de administrar a una organización con la finalidad de mejorar la eficiencia y eficacia que cumpla los objetivos (Gallego, 2012), misión y visión de la empresa, a través de una serie de actividades basada en procesos para obtener un resultado que satisfaga las expectativas del cliente (Bernal Zipa, 2015).

Los procesos han existido siempre (Fuentes, Almaguer, Torres, & Peña, 2014), constituyen parte fundamental para las organizaciones o empresas, no obstante, su importancia en la gestión ha tomado una relevancia superior debido a las exigencias de las dos últimas décadas para la gestión. Ciertamente, las empresas son tan eficientes como lo son sus procesos descrito por Amozarrain apud (Nariño et al., 2013), pero nunca antes el logro de la eficiencia y la eficacia ha estado tan condicionado al seguimiento del cliente, la alineación con la estrategia y la mejora continua (Medina León et al., 2017).

El objetivo de una estrategia de proceso es la manera óptima de producir bienes y servicios que cumplan los requerimientos del cliente y las especificaciones del producto, dentro de los costos y restricciones de la administración (Render & Heizer, 2007). La representación gráfica de la operación de la gestión por procesos se facilita cuando se diseña un mapa de procesos identificando así los requerimientos de entrada, procesos estratégicos, operativos y de apoyo, así como los atendidos (Alonso-Torres, 2014).

En la literatura se muestra una gran variedad de procedimientos para la mejora de los procesos por ejemplo, en Ricardo-Cabrera et al. (2016) se utiliza una metodología cualitativa y descriptiva, sobre la base de más de ochenta procedimientos encontrados en la literatura con el objetivo de diseñar e implementar un procedimiento para la gestión de procesos con contribución a la integración de sistemas normalizados. Entre ellas se pueden apreciar la propuesta de (Mallar, 2010) y (Nogueira, Medina, & Nogueira, 2004). El procedimiento propuesto por Mallar (2010) presenta la gestión de procesos como una administración eficiente, en la etapa de Mejora del Proceso obtiene las medidas correctivas, o dar el valor agregado, de tal manera que se rediseña o se modifica el proceso. Concluye que ha comprobado que su metodología es una herramienta adecuada para el perfeccionamiento de los procesos.

Por otra parte, el procedimiento de (Nogueira et al., 2004), se centra en identificar los procesos claves en donde se aplica herramientas como; Coeficiente de Kendall y Matriz de objetivos estratégicos. El objetivo del presente trabajo es a partir de la aplicación de la metodología de (Nogueira et al., 2004) propuesta para la mejora de procesos lograr determinar los procesos claves

de la empresa Implementos Agrícolas “El Timón”, ubicado en el municipio de Tempoal, Veracruz, México, quienes a través de distribuidores como New Holland, Jhon Deere y Massey Ferguson posicionan los productos al cliente final (empresas agrícolas y ganaderos) posteriormente proponer acciones de mejora con la finalidad de obtener mayor productividad y la satisfacción del cliente.

METODOLOGÍA

El estudio se realizó en la empresa Implementos Agrícolas El Timón S.A de C.V, ubicado en Ave. Emiliano Zapata, s/n, Col. El Alto, Tempoal, Veracruz, específicamente en el área de producción de corazas para chapaleadoras.

Es importante considerar que para la aplicación del procedimiento propuesto de “Mejora de Procesos” deberá cumplir con las premisas siguientes:

- Compromiso por parte de la alta dirección,
- Involucrar a especialistas con capacidad de aportar ideas,
- Tomar decisiones, sustentado en un trabajo en equipo.

Así mismo, el procedimiento propuesto tiene como objetivos:

1. Crear procesos que respondan a las estrategias y prioridades de la empresa y, por lo tanto, de sus clientes.
2. Conseguir que todos los miembros de la organización se concentren en los procesos adecuados.
3. Representar los procesos de la organización como base para lograr mejorar la efectividad, eficiencia y flexibilidad de los procesos para que el trabajo se realice mejor (rápida y económica).
4. Crear una cultura que haga de la gestión de procesos una parte importante de los valores y principios de todos los miembros de la organización; un sistema de trabajo basado en la mejora continua.

El procedimiento para la Gestión de procesos de acuerdo a Nogueira et al. (2004) consta de tres fases:

1. Análisis del proceso: Se clasifican los procesos en estratégicos, clave y de apoyo para después ilustrarlos en el mapa de procesos y seleccionar mediante el método de Kendall los procesos relevantes posteriormente se seleccionan los procesos prioritarios para la mejora considerando los objetivos estratégicos y el impacto con la satisfacción del cliente.
2. Diseño del proceso: Se describe gráficamente el proceso a analizar mediante el diagrama As-Is y la ficha de proceso.
3. Implementación del proceso. Se establece la propuesta de mejora del proceso seleccionado.

RESULTADOS

Aplicación del procedimiento en la empresa “El Timón”.

Fase I: Análisis del proceso.

Etapla 1: Para la identificación de los procesos relevantes de la empresa, se seleccionó a 5 expertos de acuerdo a los años de experiencia y al conocimiento en el área de Ventas, Calidad, Producción, Recursos humanos y Marketing.

Etapla 2: Listado de los procesos.

En una junta, se explicó el trabajo a desarrollar, se comentó conceptos de proceso, gestión por proceso, tipos de proceso, entre otros. Posteriormente, en una hoja de cálculo se registraron los procesos de la

empresa y se clasificaron en estratégicos, claves y de apoyo.

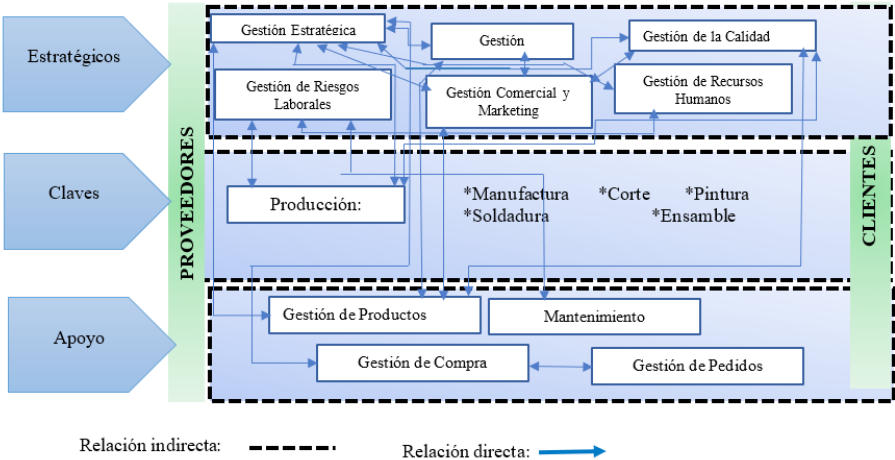
Se empleó la matriz de relaciones entre procesos, para determinar las principales relaciones entre ellos. Se le solicitó al personal que indicara en el formato otorgado solo cinco relaciones en escala del 1 al 10, donde 10 representa la relación más fuerte, de acuerdo a los resultados de cada uno de ellos, se realizó la sumatoria final para concentrarlos en una sola matriz (Figura 1).

Figura 1. Matriz de relaciones entre procesos de todos los expertos. Fuente: Elaboración propia

No.	Procesos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Gestión Estratégica	x	21	44	42	12	23	18	22	15	10	17
2	Gestión Financiera	30	x	13	7	19	38	36	1	8	20	21
3	Gestión de Calidad	44	19	x	26	29	31	31	12	7	4	9
4	Recursos Humanos	35	27	8	x	35	20	11	22	35	7	8
5	Producción	34	18	29	39	x	18	17	20	14	2	20
6	Gestión de Productos	37	40	7	17	18	x	26	4	6	13	18
7	Gestión Comercial y Marketing	46	30	22	8	12	43	x	2	7	1	21
8	Mantenimiento	21	15	19	26	24	14	4	x	11	1	6
9	Gestión de Riesgos Laborales	29	21	9	50	30	12	4	42	x	2	1
10	Gestión de Compra	31	28	15	4	18	18	12	2	7	x	32
11	Gestión de Pedidos	25	28	8	16	13	28	15	1	2	29	x

En base a la clasificación de los procesos estratégicos, claves y de apoyo, además de los resultados obtenidos por la matriz de relaciones entre los procesos se realizó el mapa de procesos (Figura 2), para identificar las mejoras entre cada uno de ellos, así como para establecer las responsabilidades, administrar los recursos y actividades como procesos y así detectar ventajas competitivas.

Figura 2. Mapa de procesos de El timón. Fuente: Elaboración propia.



Etap 3: Identificación de procesos relevantes.

Con la lista de los procesos establecida por el equipo de trabajo, se aplicó el método de Coeficiente de Kendall, para verificar la concordancia entre expertos y de esta manera seleccionar los procesos relevantes. Cabe mencionar que los expertos ordenaron los procesos en base al grado de importancia, es decir; al impacto en las necesidades del cliente, del mismo modo a la aportación del cumplimiento de los objetivos estratégicos trazados por la organización y a la posibilidad de mejora a corto plazo. Se utilizó la ecuación (1) para el cálculo del Coeficiente de Kendall por lo que se determinó que existe

concordancia entre los expertos dado que $W = 0.63$

$$W = \frac{12 \sum \Delta^2}{(m^2 2(k^3 - k))}$$

Ecuación (1)

Dónde: $m = 4$ es el número de expertos, $k = 11$ el número de criterios y w el coeficiente de concordancia. Por otra parte, si $w < 0.5$ no existe concordancia en el criterio de los expertos, pero si $w \geq 0.5$ existe concordancia en el criterio de los expertos. En la Tabla 1, se aprecia la aplicación del Coeficiente de Kendall para la selección de los procesos relevantes.

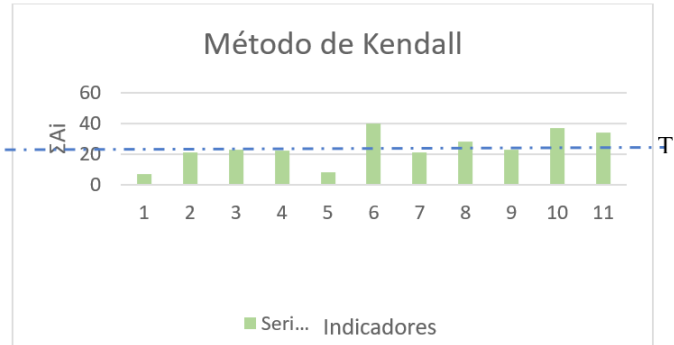
Tabla 1. Aplicación del Coeficiente de Kendall para la selección de los procesos relevantes.

	Procesos /Expertos	E1	E2	E3	E4	ΣA_i	Δ	Δ^2	Criterios
1	Gestión Estratégica	1	4	1	1	13	-17	289	Relevante
2	Gestión Financiera	4	10	3	4	25	-5	25	Relevante
3	Gestión de Calidad	6	1	9	7	28	-2	4	Relevante
4	Recursos Humanos	3	8	8	3	29	-1	1	Relevante
5	Producción	2	2	2	2	16	-14	196	Relevante
6	Gestión de Productos	11	11	7	11	43	13	169	Relevante
7	Gestión Comercial y Marketing	5	5	6	5	22	-8	64	Relevante
8	Mantenimiento	10	3	5	10	37	7	49	
9	Gestión de Riesgos Laborales	7	6	4	6	25	-5	25	
10	Gestión de Compra	9	9	11	8	47	17	289	
11	Gestión de Pedidos	8	7	10	9	45	15	225	
					$\Sigma \Sigma A_i$	264		1110	

Fuente: Elaboración propia.

$$T = \frac{\Sigma \Sigma A_i}{20} = 24$$

Figura 3. Aplicación del método Kendall. Fuente: Elaboración propia.



La Figura 3 muestra la aplicación del método Kendall, los valores de bajo de T son los procesos más relevantes, como puede apreciarse el proceso uno es el más importante. Así pues, los procesos más relevantes son: Gestión estratégica, Financiera, de Calidad, de Recursos Humanos,

Producción, Gestión de productos y Gestión Comercial y Marketing.

Etapla 4: Selección de los procesos claves

Se aplicó el Método Saaty (Saaty, 2014), en la elaboración de la matriz para la selección de los procesos Diana, se obtuvo la matriz de comparaciones pareadas (MCP, Tabla 2) en la que se utilizaron cinco criterios de evaluación: Impacto en los objetivos estratégicos (IOE), Repercusión en el cliente (RC), Posibilidad de éxito a corto plazo (ECP), Variabilidad (V), Repetitividad (R), que fueron evaluados relativamente por expertos teniendo como referencia la escala de la Tabla 3.

Tabla 2. Matriz de Comparaciones Pareadas.

MCP-Matriz de comparaciones pareadas.					
	IOE	RC	ECP	V	R
IOE	1	1	3	3	5
RC	1	1	4	5	5
ECP	1/3	1/4	1	1	3
V	1/3	1/5	1	1	2
R	1/5	1/5	1/3	1/2	1
Σ	2.87	2.65	9.33	10.5	16

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Escala utilizada en la Matriz de Comparaciones Pareadas.

Valor	Interpretación
1	El objetivo i y j tienen igual importancia
2	El objetivo i es débilmente más importante que el objetivo j
3	El objetivo i es más fuertemente importante que el j
4	El objetivo i es mucho más fuertemente importante que el objetivo j
5	El objetivo i es absolutamente más importante que el objetivo j.

Fuente: Elaboración propia

A partir de la matriz MCP, se obtuvo la matriz de comparaciones pareadas normalizada (MCPN, Tabla 4) se dividió cada elemento de la MCP entre la suma total de su columna, se obtuvo, además, un promedio de cada uno de los valores que indican la prioridad, importancia y peso relativo de cada variable (Wk).

MCPN-Matriz de comparaciones pareadas normalizada.						
	IOE	RC	ECP	V	R	Wk
IOE	0.3488	0.3774	0.3214	0.2857	0.3125	0.3292
RC	0.3488	0.3774	0.4286	0.4762	0.3125	0.3887
ECP	0.1163	0.0943	0.1071	0.0952	0.1875	0.1201
V	0.1163	0.0755	0.1071	0.0952	0.125	0.1038
R	0.0698	0.0755	0.0357	0.0476	0.0625	0.0582
Σ	1	1	1	1	1	1

Con los pesos relativos fue posible construir la matriz para la selección de los procesos Diana, se consideraron los siguientes objetivos estratégicos para el 2017:

1. Elaborar las piezas con materiales de alta calidad.
2. Aumentar la producción.
3. Diseñar diagramas estandarizados de sus productos.
4. Automatizar los procesos de producción.
5. Ser líder en la fabricación de implementos agrícolas.

Así pues, en la Tabla 5 se observan las puntuaciones realizadas por los expertos y la selección de cuales procesos deben considerarse como procesos Diana a partir de dichas puntuaciones. Los procesos considerados como Diana fueron los que resultaron con una mayor puntuación total (TP) y con ello se determinó el orden en que deben de ser mejorados:

1. Producción.
2. Gestión Estratégica.
3. Gestión de Calidad.

Debido a la complejidad e importancia que conllevan, cada uno de ellos debe abordarse

particularmente, por lo tanto, la mejora se centró solo en el proceso de producción, siendo este el más importante de los procesos Diana seleccionados.

Tabla 5. Matriz para la selección de los procesos Diana. Fuente: Elaboración propia.

Proceso	Objetivos Estratégicos						IOE		RC		ECP		V		R		TP
Gestión Estratégica	O1	O2	O3	O4	O5	IP	Voe		Vrc		Vecp		Vv		Vpc		
Recursos Humanos	10	8	10	8	10	46	10	3.29	10	3.89	10	1.20	5	0.52	5	0.29	55.1898
Gestión de Productos	5	6	6	6	7	30	10	3.29	5	1.94	5	0.60	5	0.52	5	0.29	36.6458
Gestión Comercial y Marketing	10	7	8	10	8	43	10	3.29	10	3.89	10	1.20	5	0.52	5	0.29	52.1898
Gestión Financiera	6	5	5	7	10	33	10	3.29	10	3.89	5	0.60	5	0.52	5	0.29	41.5893
Gestión de Calidad	8	7	6	10	8	39	10	3.29	5	1.94	5	0.60	5	0.52	1	0.06	45.413
Producción	10	7	10	8	10	45	10	3.29	10	3.89	5	0.60	5	0.52	5	0.29	53.5893
	10	10	8	10	10	48	10	3.29	10	3.89	5	0.60	5	0.52	5	0.29	56.5893

Fuente: Elaboración propia.

Etap 5: Nombrar al responsable del proceso:

El responsable del proceso de Producción es el Ing. Abiel Navarrete Sánchez Jefe de Personal y Producción de la empresa Implementos Agrícolas “El Timón” S.A de C.V.

Fase II: Diseño del proceso

Etap 6: Constitución del equipo de trabajo

El equipo de trabajo en el proceso de producción se muestra en la Tabla 6.

Tabla 6. Equipo de Producción. Fuente: Elaboración propia.

N°	Nombre	Ocupación
1	José	Soldador
2	Bernardo	Corte
3	Manuel	Ayudante General
4	Sergio	Pintura

Fuente: Elaboración propia.

Etap 7: Definición del proceso empresarial

El proceso comienza con la manufactura de piezas que incluye cortar, pulir/lijar, medir las piezas metálicas. Posteriormente se ensamblan por medio de soldadura, el cual tiene una duración de 9 horas para la fabricación de la coraza. Una vez que se tiene fabricada la estructura se lija y pule para pintarla y reportar la entrega del producto terminado al jefe de operaciones, que a su vez otorga la nueva orden de fabricación. En el Cuadro 1 se muestra la Ficha del proceso de producción.

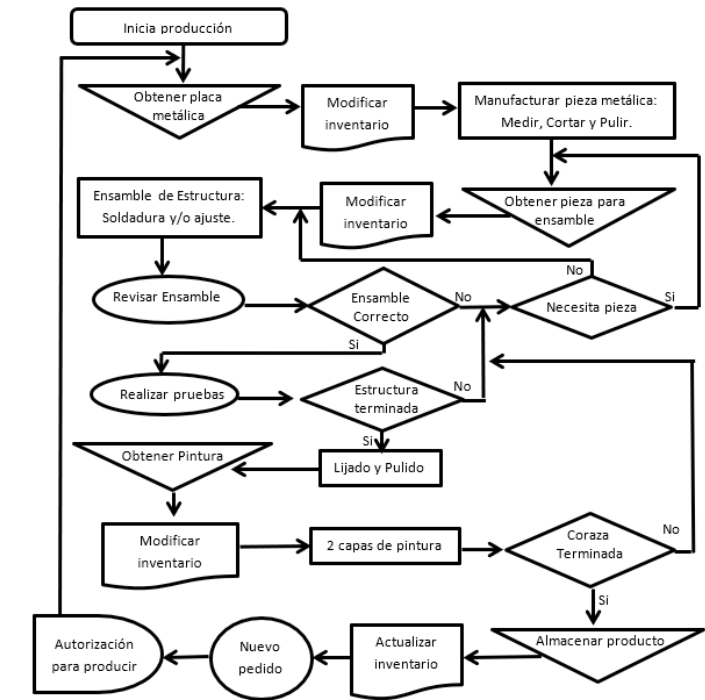
Cuadro 1. Ficha de proceso de Producción. Fuente: Elaboración propia

FICHA DE PROCESO: IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS “EL TIMÓN” S.A DE C. V				
	Nombre del proceso: Producción	Subproceso: Manufactura, corte, ensamble, soldadura y pintura	Tipo de proceso: Producción	Código
Responsable: Jefe de Producción Ing. Abiel Navarrete Sánchez.				
Misión: Fabricar implementos de alta calidad.				
Alcance: (aplicable a todos los subprocesos)				
Inicio: Manufactura de piezas				
Incluye: Materia prima, herramienta, corte, ensamble, soldadura.				
Fin: Pintura y recepción de la siguiente orden de producción.				
Valor que aporta el proceso y características esperadas del producto o servicio que brinda: Implementos agrícolas terminados de la más alta calidad.				
Objetivos del proceso: 1.- Elaborar las piezas con materiales/insumos de alta calidad. 2.- Aumentar la producción de implementos 3.- Diseñar diagramas estandarizados de sus productos. 4.- Automatizar los procesos de producción. 5.- Ser líder en la fabricación de implementos agrícolas.			Política de Calidad: En implementos Agrícolas el Timón estamos comprometidos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de la constancia en la calidad y confianza de nuestros productos, fomentando la gestión de mejora continua.	
Ofertas de servicios: Servicios personalizados de acuerdo a las necesidades de sus principales clientes.			Requisitos (expectativas) del cliente y otras partes interesadas: Confiabilidad y alta calidad en los equipos.	
Entradas: Pedidos	Suministradores: Operadores	Salidas: Productos	Destinatarios/clientes: New Holland, John Deere y Massey Ferguson	
Documentación utilizada: Registros y formatos: Registro de control interno de fabricación; Control de inventarios.			Aspectos legales: Aplicaciones informáticas: Microsoft Excel.	
Otras informaciones importantes para el proceso				
Desperdicios generados por el proceso: Inorgánicos: Residuos metálicos, soldadura, latas de pintura.			Sustancias tóxicas o peligrosas empleadas en el proceso: Gas para soldadura, pintura.	
Riesgos: Físicos, ergonómicos			Consecuencias de los riesgos: Desórdenes musculoesqueléticos por trauma acumulado	
Competencias necesarias: Trabajo en equipo.			Valores: Respeto, Honestidad.	
Capacidad distintiva: Base fundamental de la razón de ser de la empresa (Producción).			Grupos de interés asociados al proceso:	
Elaborada por:		Revisado por:		Modificado por:
Fecha: noviembre 2017		Fecha: noviembre 2017		Fecha: noviembre 2017
En caso de modificación colocar un breve resumen de la modificación efectuada:				
Fecha de la próxima auditoria interna:			Fecha en la que se planifica la próxima mejora de proceso: noviembre 2017	
Descripción del proceso: El proceso de producción comienza con la manufactura de piezas, posteriormente se ensamblan por medio de soldadura y se realizan los detalles estéticos para su entrega y esperar la nueva orden de fabricación.				

Fuente: Elaboración propia.

Etapla 8: Confección del diagrama As-Is: Se realizó un diagrama “tal como es” (Figura 4), para representar gráficamente el flujo de trabajo del proceso de producción, de tal manera que los miembros del equipo de trabajo alcancen una mayor organización en las actividades.

Figura 4. Diagrama de proceso de Producción. Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Etapa 9: Análisis del valor añadido

Las actividades se establecieron a partir del diagrama As Is, Por lo tanto, se aplicó la técnica del valor añadido (herramienta indispensable para mejorar la efectividad y eficacia de los procesos) por lo que se valoraron aspectos relacionados con el análisis de valor y ciclo de servicio con la finalidad de definir las expectativas de los grupos de interés asociados al proceso, las características de calidad y los momentos de verdad del proceso de producción. También se identificaron las expectativas/ sugerencias de los clientes (Tabla 7). Así mismo, se realizó una matriz para la evaluación del valor añadido. La elaboración de esta etapa se tomó como referencia el diccionario de actividades expuesto por Trischler 1998 apud (Quiñones & de Vega, 2015), se valoró aquellas que aportan valor al proceso, a la empresa y a los clientes con la finalidad de actuar sobre ellas, eliminándolas o mejorándolas.

Tabla 7. Expectativas de los clientes. Fuente: Elaboración propia.

Sugerencias de los clientes	Características de calidad	Numero
Los estándares de calidad se cumplan.	Calidad del producto	1
Los pedidos se entreguen en tiempo establecido.	Tiempo y forma.	2
Tener variedad de modelos, diferente forma y acabado.	Variedad de productos	3
Atención personalizada.	Atención al cliente.	4

Fuente: Elaboración propia.

Se identificaron como grupos de interés del proceso a los distribuidores, empleados y directivos, se definieron las expectativas de cada uno de ellos:

- 1. Distribuidores: requieren un rápido abastecimiento si la demanda aumenta.
- 2. Empleados: necesitan un ambiente de comodidad y seguridad en el trabajo.
- 3. Directivos: esperan mantener un stock mínimo de corazas para chapoleadoras, y que la producción satisfaga los estándares de los distribuidores.

Así mismo, la utilización de la técnica brainstorming fue la base para el listado de los momentos de la verdad.

1. Recepción de la orden.
2. Manufactura de piezas.
3. Ensamble y Soldadura.
4. Acabado del producto.
5. Entrega del producto.

Posteriormente, se presentó el listado de las actividades del diagrama As_Is a los expertos, para que analizaran individualmente y eliminaran aquellas que no resultaran necesarias (Tabla 8).

Tabla 8. Clasificación de las actividades del proceso de producción.

Nº	Actividad	Clasificación según el aporte de valor
1	Calidad del producto	No porta valor añadido
2	Tiempo y forma.	No aporta valor añadido
3	Variedad de productos	Aporta valor añadido
	...	
12	Directivo evalúa la calidad del producto.	Aporta valor añadido
13	Directivo reporta el producto terminado.	Aporta valor añadido

Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 5, se muestra la matriz de valor añadido, en la que se representa el valor de cada actividad. El cálculo de la moda en las filas de la matriz arroja valores de 1 cuando la actividad no aporta valor, 3 si aporta valor moderadamente y 5 si aporta un gran valor.

Figura 5. Matriz de valor añadido. Fuente: Elaboración propia.

Actividades	Objetivos					Grupos de Interés			Características de calidad				Momentos de la verdad					Moda
	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	
Empleado busca en almacén la materia prima	1	3	1	3	1	1	5	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1
Empleado modifica el inventario	3	5	3	3	5	1	5	3	3	3	3	1	3	5	3	3	5	3
Empleado manufactura piezas.	5	5	1	5	3	3	5	5	5	5	3	1	5	5	3	3	3	5
Empleado busca en almacén piezas para ensamble	3	3	1	1	1	1	5	3	1	5	3	1	3	3	5	1	1	1
Empleado modifica el inventario	5	3	1	3	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5
Empleado ensambla y solda la estructura	3	5	1	3	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5	5	1	1	5
Directivo evalúa que la estructura cumpla con los estándares	3	3	5	3	5	1	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
Empleado lija y pule	1	3	3	3	3	1	5	1	5	1	1	1	3	3	3	3	1	3
Empleado obtiene pinturas en almacén	5	3	1	1	3	1	3	3	5	5	3	1	5	3	3	5	1	3
Empleado modifica inventario	3	5	3	5	3	5	5	3	1	3	5	1	3	5	3	3	5	3
Empleado aplica capas de pintura	5	3	3	3	3	1	5	3	5	3	5	1	3	3	3	5	1	3
Directivo evalúa la calidad del producto	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
Directivo reporta el producto terminado	3	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5

Fuente: Elaboración propia.

Los datos arrojados de la Figura 5 indican que debería de eliminarse las actividades de búsqueda de materia prima y piezas en el almacén para el ensamble; lo ideal sería tener las piezas de ensamble al alcance del trabajador o que otro trabajador proporcione lo necesario para el ensamble. El resto de las actividades con puntuación 3 deberían de eliminarse, sin embargo, son esenciales en la fabricación de las corazas. Las actividades que si aportan valor al proceso de producción son las

que se indican con el número 5, con los resultados de la aplicación del método de Análisis de Valor añadido se establecen las propuestas de mejora representadas en un diagrama tal como será (To-Be) ver Figura 7).

Etapa 10: Establecer indicadores

Se formuló el siguiente indicador para mejorar el proceso de entrega de pedidos al cliente en el tiempo establecido (ver Figura 6). El indicador debe de aplicarse diariamente y en el momento de la entrega.

Figura 6. Ficha del indicador. Fuente: Elaboración propia.

FICHA DE INDICADOR		
Indicador: Porcentaje de los pedidos entregados en tiempo	Eficiencia	
Utilizado en la gestión para: Producción	Eficacia	X
Expresión de cálculo y/o descripción de la forma de obtenerlo:		Unidad de medida: %
Cantidad de pedidos entregados en tiempo/ total de pedidos x 100 %		
Dónde se obtiene: Final del proceso	¿Cuándo se obtiene? (y la frecuencia en caso de ser necesario): En el momento de la entrega y de aplicación diaria.	
Fuente de la información:		
Resultado planificado: 100 %		
Resultado de la competencia u otras empresas del sector: 100 %	Resultado de la empresa líder: No conocido	Gráfico de tendencias: Se realiza mensualmente, en documentos de la entidad.
Registro y formatos: Formato para registrar la fecha de entrega de cada periodo y que permite su comparación con la planificada		
Elaborado por:	Revisado por:	Modificado por:
Fecha: noviembre 2017	Fecha: Noviembre 2017	Fecha: Noviembre 2017

Fuente: Elaboración propia.

Fase III: Implantación, seguimiento y control

En esta fase se recomendó al equipo de trabajo de la empresa de Implementos Agrícolas “El Timón”, implementar la propuesta de mejora en el proceso de producción y llevar un orden, lo que facilitara un mejor control de la gestión de los procesos.

Dentro del proceso de fabricación de corazas para chapoleadoras se encuentra la manufactura de piezas para fabricar la estructura base, este subproceso es de gran relevancia ya que los ensambles comienzan a partir de la manufactura de las placas metálicas en donde se realizan las actividades de medición, corte y pulido.

Se propuso separar el subproceso de manufactura de piezas para dar origen a un nuevo proceso que deberá realizarse anticipadamente a la fabricación de corazas, con la finalidad de aumentar la rapidez en la producción de las mismas (Figura 7). Para conocer la cantidad de estructuras básicas a fabricar, se recomendó realizar un análisis para definir los ciclos de producción en base al historial de pedidos, compras y ventas.

DISCUSIÓN

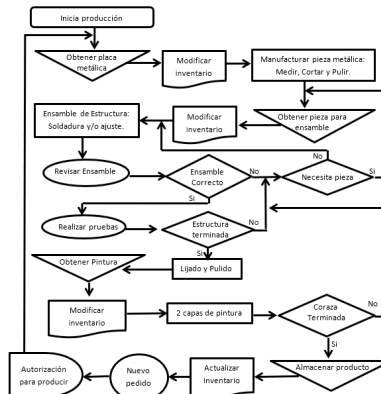
Dentro del proceso de fabricación de corazas para chapoteadoras se encuentra la manufactura de piezas para fabricar la estructura base, este subproceso es de gran relevancia ya que los ensambles comienzan a partir de la manufactura de las placas metálicas en donde se realizan las actividades de medición, corte y pulido.

Se sugiere separar el subproceso de manufactura de piezas para dar origen a un nuevo proceso que deberá realizarse anticipadamente a la fabricación de corazas, con la finalidad de aumentar la rapidez en la producción de las mismas, como plantea Pachoco (2017) de la manera siguiente: cuando hablamos de desperdicios, hablamos de todo tipo de ellos. Recursos, dinero, tiempo, esfuerzo, todo eso es esencial en una empresa y deben asignarse de manera inteligente. Si no es así, el producto / servicio puede ser entregado, pero no de la manera más eficaz. Esto causará la insatisfacción de los

clientes, pérdida de dinero y desorden.

Así mismo, para conocer la cantidad óptima de estructuras básicas que deberán de fabricar, se recomienda realizar un análisis para definir los ciclos de producción en base al historial de pedidos, compras y ventas como se refleja en la figura 7.

Figura 7. Diagrama (To-Be) Propuesta de mejora.



Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

El procedimiento propuesto, permite identificar la mejora del proceso de producción, con la finalidad de aumentar la producción y así entregar la cantidad de pedidos en el tiempo establecido. La implementación de la matriz de las relaciones entre los procesos realizados en la empresa de Implementos Agrícolas “El Timón” permitió determinar las principales relaciones entre los procesos. En base a la clasificación de los procesos estratégicos, claves y de apoyo, además de las relaciones obtenidas por la matriz de las relaciones entre los procesos se realiza el mapa de procesos, fundamental para identificar las mejoras entre cada proceso. Posteriormente el método Kendall permitió verificar la concordancia entre los expertos y de esta manera seleccionar los procesos más relevantes. Del mismo modo, la aplicación de la selección de procesos Diana fue esencial para la selección del proceso a mejorar, obteniendo así el proceso de producción, de este se realizó una ficha de proceso y un diagrama As-Is que permite la visualización gráfica del flujo de trabajo. La aplicación de la propuesta de mejora en la empresa, facilitará un mayor control en la producción y entrega a tiempo de los pedidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal Zipa, M. M. (2015). Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente. Universidad Militar Nueva Granada.
- Betancur, M. S. T., & Lochmuller, C. (2013). Propuesta de un espacio multidimensional para la gestión por procesos. Un estudio de caso. Estudios Gerenciales, 29(127), 222-230.
- Flores, A., Lavín, J. M., Calle, X., & Álvarez, E. (2016). Buscando la excelencia educativa: Gestión de procesos académicos y administrativos en Instituciones Públicas de Educación mediante BPM. Maskana, 65(Supl.).
- Fuentes, D. R., Almaguer, R. M., Torres, I. C., & Peña, A. M. H. (2014). La gestión por procesos, su surgimiento y aspectos teóricos. Ciencias Holguín, 20(1), 10-19.

- Gallego, M. (2012). Gestión humana basada en competencias contribución efectiva al logro de los objetivos organizacionales. *Revista universidad EAFIT*, 36(119), 63-71.
- Mallar, M. Á. (2010). La gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente. *Visión de futuro*, 13(1), 0-0.
- Medina León, A. (2008). Selección de los procesos clave de una instalación hotelera como parte de la gestión de mejora de los procesos. *Revista Cubana de Investigaciones Turísticas*, 7(3).
- Medina León, A., Nogueira Rivera, D., Salas Álvarez, W., Medina Nogueira, D., Hernández Reyes, H. R., Hernández Nariño, A., . . . El Asafiri Ojeda, Y. (2017). Gestión y mejora de procesos de empresas turísticas. (E. Universidad & UNIANDES Eds.). Ecuador.
- Medina León, A., Rivera, D. N., & Nariño, A. H. (2009). Relevancia de la gestión por procesos en la planificación estratégica y la mejora continua. *Eídos*(2), 65-72.
- Nápoles-Nápoles, L. Y., Tamayo-García, P., & Moreno-Pino, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Ciencias Holguín*, 22(2).
- Nariño, A. H., Rivera, D. N., León, A. M., & León, M. M. (2013). Inserción de la gestión por procesos en instituciones hospitalarias. Concepción metodológica y práctica. *Revista de Administração*, 48(4), 739-756.
- Negrín Sosa, E., & Medina León, A. (2010). Metodología para el perfeccionamiento de los procesos en empresas hoteleras. *CICAG*, 4(1), 1-15.
- Nogueira, D., Medina, A., & Nogueira, C. (2004). Fundamentos para el control de la gestión empresarial. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- Pacheco, J.(2017) Cinco beneficios de la gestión por procesos.EHFLO. Recuperado de: <https://www.heflo.com/es/blog/bpm/beneficios-gestion-por-procesos/>
- Quiñones, M. E. V., & de Vega, L. A. (2015). Calidad y servicio: conceptos y herramientas: Ecoe Ediciones.
- Ricardo-Cabrera, H., Medina-León, A., Abab-Puente, J., Nogueira-Rivera, D., Sánchez-Díaz, O., & Nuñez-Chaviano, Q. (2016). Procedimiento para la identificación y evaluación de las oportunidades de mejora: medición de la factibilidad e impacto. *Ingeniería Industrial*, 37(1), 104-111.
- Saaty, T. L. (2014). Toma de decisiones para líderes: RWS Publications.
- Smith, H., & Fingar, P. (2003). Business process management: the third wave (Vol. 1): Meghan-Kiffer Press Tampa.

LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE PORTOVIEJO

INFORMATION SYSTEMS ON MANAGERIAL DECISION MAKING IN THE COMMERCIAL ENTERPRISES OF PORTOVIEJO

Carmen Bravo Cobeña¹, Primavera Valdivieso Guerra¹,
Ramiro Arregui Pozo¹

¹Universidad Técnica de Manabí - Ecuador

e-mail: cbravo@utm.edu.ec¹, pvaldivieso@utm.edu.ec¹, rarregui@utm.edu.ec¹

Recibido: 04/07/2018

Aceptado:

Código Clasificación JEL: O31, O34, M10, M15

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo analizar la importancia de los sistemas de información en la toma de decisiones gerenciales en las empresas comerciales de Portoviejo, mediante la aplicación de encuestas a gerentes y directivos a través de un conjunto de preguntas. La metodología aplicada en la investigación permitió describir con exactitud la realidad del problema. El estudio demuestra en qué medida las empresas comerciales de Portoviejo han innovado sus negocios implementando algún sistema de información gerencial y cuán significativa ha sido esta herramienta tecnológica a la hora de tomar decisiones gerenciales en las empresas para renovar su estrategia de negocio y sobrevivir en un contexto donde la calidad y la agilidad son requisitos de competitividad.

Palabras clave: Innovación, Cambios Tecnológicos, Estrategias de negocios, Gestión, Competitividad.

ABSTRACT

This study aims to analyze the importance of the information systems and their impact on managerial decision making in the commercial enterprises of Portoviejo with the implementation of surveys to managers and senior executives applying a set of questions. The methodology applied in the research allowed the researchers to describe accurately the problem. The study demonstrates how commercial enterprises of Portoviejo have changed their business, implementing a management information system and how significant this technological tool is when making managerial decisions in its organization, to change their business strategy and survive in a context where quality and quickness are requirements of competitiveness.

Key words: Innovation, Change of Technology, Business Strategies, Management, Competitiveness.



INTRODUCCIÓN

La tecnología es una herramienta básica del diario vivir y es parte fundamental de una sociedad que se encuentra en un constante avance y que se apoya precisamente en los recursos que la misma ofrece como es el caso de los sistemas de información. Los sistemas de información dan soporte a las operaciones empresariales, la gestión y la toma de decisiones, proporcionando a las personas la información que necesitan mediante el uso de las tecnologías de la información. Las empresas y, en general, cualquier organización, los utilizan como elementos estratégicos con los cuales pueden innovar, competir y alcanzar sus objetivos en un entorno globalizado. Los sistemas de información integran personas, procesos, datos y tecnología, y van más allá de los orígenes de la organización, para colaborar de manera más eficiente con proveedores, distribuidores y clientes. (Vega, 2013)

Es así que se puede asegurar que la tecnología de la información está transformando las estructuras y las actividades económicas cotidianas y están incidiendo de manera significativa en el rediseño de los procesos de negocios. Por esta razón, los niveles de oportunidades de trabajo han sufrido variaciones de una manera acelerada en diferentes áreas del conocimiento. Indiscutiblemente, las computadoras han invadido ya todos y cada uno de los campos de la actividad humana: ciencia, tecnología, arte, educación, recreación, administración, economía y de acuerdo a la tendencia actual, nuestra civilización y las venideras dependerán cada vez más de las computadoras. (Nazari, 2011)

La información es considerada actualmente un recurso estratégico de gran importancia para las organizaciones. Contar con la información necesaria posibilita tomar las mejores decisiones, de allí que el estudio de los sistemas de información constituye una prioridad empresarial.

Es de gran importancia puntualizar que los SI, suelen en ocasiones ser prioritarios en algunas empresas, ambos se complementan ya que el sistema en sí, no es nada sin la información que se le suministra, entonces es vital y emergente para los empresarios, en este caso las empresas comerciales, conocer sobre los beneficios de los SI, y cuan útil sería para ellos el tener información oportuna y actualizada sobre su entorno y la empresa. Las mejoras de las tecnologías de información y comunicación implican importantes cambios en las técnicas para supervisar y controlar, de coordinación de actividades, de apoyo a la toma de decisiones, de integración de tareas y unidades de soporte a las operaciones. Por lo tanto, no se trata sólo de contar con la automatización de los procesos de las organizaciones, sino que resulta importante contar con un plan adecuado que permita lograr mayores ventajas del uso de las tecnologías.

Según lo expresa Murillo (2006), las potencialidades derivadas de la disponibilidad de información en tiempo real son enormes, y sus impactos requieren un gran esfuerzo de adecuación organizativa y de las técnicas de gestión por parte de la empresa, señala que la tendencia actual requiere que todas las actividades desarrolladas en el interior de la empresa se puedan fundir en un único sistema interactivo. El nuevo paradigma es sintético; se orienta a los lazos y sistemas de interrelación para una coordinación tecno-económica holística. Es interesante acotar lo que explican estos autores sobre la organización de la empresa, en esta perspectiva holística se concibe como un sistema de flujos continuos de actividad, de información y evaluación de decisiones. Esta perspectiva contempla los procesos de descentralización a partir de las bondades de la tecnología de la información. Las características intrínsecas de la tecnología informática, así como el nuevo tratamiento de la información, incrementan la capacidad decisional distribuida en toda la organización y a todos los niveles.

Este autor expone que, para aumentar el peso y la probabilidad de éxito de los SI, se debe considerar otorgarle un status de influencia y control a la jefatura del sistema que muchas veces depende de la aproximación física del departamento a la dirección general. Otro aspecto que resulta vital para garantizar el posicionamiento del SI es el grado de centralización o descentralización y el tamaño empresarial, pues a mayor complejidad, variedad de áreas, actividades y dispersión geográfica debe asegurarse el diálogo para una visión integrada del sistema que ayude a descentralizar en áreas que así lo requieran o centralizar en procesos como la normalización de las tareas entre otros.

El Sistema de Información Gerencial entre otros, es uno de los ejemplos más comunes de cómo la

tecnología ha transformado la forma de comercio y los diferentes procesos que deben ejecutarse para producir un bien o servicio, son precisamente estos sistemas los que serán sometidos a investigación, ya que se requiere conocer el impacto que estos tienen en las empresas comerciales del cantón Portoviejo.

La toma de decisiones organizacionales

La toma de decisiones es la selección de un curso de acción entre alternativas, es parte de un proceso denominado planeación. La toma de decisiones constituye una actividad que durante el transcurso de los últimos siglos ha ganado notoriedad por su importancia en los contextos organizacionales. Aún cuando la profundización sobre el tema y sus principales características no tienen lugar hasta finales de la década de los 90 del pasado siglo, no es menos cierto que anteriormente la producción mercantil y los ambientes de negocios en general, se encontraban bajo la influencia de este proceso específico.

Al convertirse la toma de decisiones en un tema central y medular, se inicia un esfuerzo por entender cómo los individuos, grupos y organizaciones proceden ante el mismo. Cuando la gerencia se percató de que el negocio se hacía más complejo, comenzaron a contratar expertos para que aconsejaran en diferentes campos como el derecho, el mercadeo, la ingeniería, las finanzas entre otras. El individuo que tomaba decisiones se basaba primero en las estadísticas operativas y en la información interna, pero este método carecía de la sofisticación necesaria para hacer frente a la multitud de factores relacionados con las decisiones organizacionales. (Oslon 2010)

Uno de los investigadores más notables en esta etapa fundacional de los estudios relacionados con la toma de decisiones fueron los realizados por Simon (1955) cuyas investigaciones constituyeron la base para el estudio de este campo dada las contribuciones significativas que realizó al mismo, su visión y experiencia desde la Economía, Administración, Política y Psicología convirtieron sus investigaciones enfocadas específicamente en la toma de decisiones organizacionales y en la gestión, en la base de posteriores teorías sobre la toma de decisiones y a su vez, en un precedente para futuras investigaciones sobre el tema.

En los últimos años, como resultado del marcado interés por comprender el modo en que los individuos toman decisiones, se han conformado modelos que permiten representar el comportamiento de toma de decisiones que siguen determinados individuos o grupos ante problemas o situaciones concretas. Algunos autores como Meacham (2004) contemplan este fenómeno como teorías de decisiones. Estas teorías de la toma de decisiones se orientan, como se demuestra, no solo a describir como tiene lugar este proceso organizacional, sino a los mecanismos y procedimientos que se usan y pueden ser utilizados en beneficio del proceso. Estos cambios deben expresarse en resultado positivo con una visión holística, que traspase los niveles de conocimientos dentro de la organización. La visión tradicional, donde la toma de decisión se realizaba con la alta cúpula gerencial sin tomar en cuenta al resto de la organización, cambia a una visión sistémica transformadora con la acción gerencial, integrando los equipos que forman parte de la organización con la gerencia. (Canelones y Fuentes, 2015)

El uso de la información en la toma de decisiones

El comportamiento del uso de la información en la toma de decisiones es fundamental para comprender las particularidades de este proceso e interiorizar el rol que desempeña este recurso en las organizaciones. Autores como Lant (2002) y Lira, Cándido, Araujo y Barros (2007) han abordado esta problemática y sus estudios confirman que la información constituye el componente fundamental para que los individuos tomen decisiones de manera racional. Córdova y Santana (2011) plantean por su parte, que por estas razones es importante que las organizaciones interioricen que en el proceso de toma de decisiones, es necesario tener disponibles datos, información y conocimiento, más los mismos normalmente están dispersos, fragmentados y almacenados en la cabeza de los individuos y sufren interferencias de sus modelos mentales.

Ante esta panorámica del uso de los SI para la toma de decisiones, el actual contexto informacional de las redes de información establece y obliga a las empresas a invertir en un nuevo tipo

de capacitación de sus directos y demás personal aumentando la demanda por sistemas más eficaces de información y la dotación de métodos más estructurados para la toma de decisiones. Rodríguez y Pinto (2010) reconocen en su estudio que los recursos informativos y los sistemas de información son de vital importancia por lo que se debe prestar atención a los ambientes informacionales y su relación con la transformación y la innovación; las fuentes de información y prioridades establecidas para su uso en el proceso decisorio; el comportamiento de uso de la información por parte de los gerentes y directivos y la gran relevancia atribuida a los sistemas de información organizacionales (SIO); prioridades atribuidas por las decisiones y conocimientos tácitos y explícitos y finalmente las modificaciones resultantes de las decisiones tomadas.

Es importante investigar en qué medida las empresas comerciales se apoyan en algún sistema de información para agilizar los procesos en sus comercios y así tomar las decisiones más acertadas para la organización, ya que algunos empresarios todavía sienten temor o incluso no están preparados para este tipo de cambio, o simplemente desconocen las ventajas que tienen los SI y cómo ellos tienen un impacto significativo garantizando ventajas competitivas sostenibles que permiten a la empresa una óptima gestión empresarial. Córdova & Santana (2011). Teniendo en cuenta estos aspectos se establece como objetivo general de este trabajo analizar la importancia de los Sistemas de Información en la toma de decisiones gerenciales en las empresas comerciales de la ciudad de Portoviejo.

METODOLOGÍA

Esta investigación se la realizó en la ciudad de Portoviejo considerando 29 empresas comerciales y 50 gerentes que de conformidad a la base de datos de las MIPYMES y los registros del Servicio de Rentas Internas (SRI), constituyen una muestra significativa del total de las empresas y gerentes de este tipo de establecimientos asentados en el cantón. Con la aplicación del método histórico-bibliográfico se hizo un relato de la evolución de las empresas, requiriendo con el tiempo utilizar sistemas de información que conlleven a optimizar recursos y tiempo y sean más eficientes. Se conjugó con métodos bibliográficos, descriptivo, deductivo-inductivo y de campo, siendo este método el que permitió identificar las ventajas de utilizar los SI y las desventajas de las empresas que no los utilizan y siguen un modelo de gestión tradicional.

El procedimiento para la presente investigación se desarrolló así: se seleccionaron 29 empresas comerciales asentadas en el centro de la ciudad de Portoviejo, mismas que se caracterizan por ser intermediarias entre productor y consumidor y cuya misión primordial es la compra/venta de productos terminados. Se recopiló información bibliográfica de libros, artículos científicos de revistas especializadas, documentación que generó un gran aporte para tomar decisiones acertadas.

Es de interés de este estudio investigar en qué medida las empresas comerciales de la ciudad de Portoviejo utilizan Sistemas de Información, cuáles son las más utilizadas y cuáles son las principales ventajas y desventajas al hacer uso de esta herramienta tecnológica para la toma de decisiones gerenciales en las empresas para lo cual se utilizó la técnica de la encuesta, formulario que estuvo dirigido aleatoriamente a 50 gerentes y directivos de las 29 empresas de la muestra. Una vez realizada la encuesta se procedió a tabular los resultados.

Para el procesamiento de la información se utilizó el programa Excel lo que permitió generalizar los datos obtenidos, resultados que fueron presentados en tablas de líneas sencillas a fin de presentar la información de una manera clara y fácil de comprender. Se identificaron como variables del estudio la independiente –Los Sistemas de Información- y la dependiente –Toma de Decisiones Gerenciales en las Empresas comerciales de Portoviejo.

RESULTADOS

Análisis e interpretación de la encuesta realizada en 29 empresas comerciales de la ciudad de Portoviejo aplicada a 50 gerentes y directivos.

1. ¿Cuáles de las siguientes herramientas tecnológicas utilizan en su empresa?

Tabla 1

EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sistema de apoyo a ejecutivos	0	0%
Sistema de información gerencial	12	24%
Sistema de apoyo a toma de decisiones	5	20%
Sistema de trabajo del conocimiento	6	2%
Sistema de procesamiento de transacciones	15	30%
Sistema de planificación de recursos empresariales	12	24%
Otros	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos y gerentes de las empresas comerciales de Portoviejo.

Elaborado por autores.

Análisis e interpretación

La tabla 1 indica que el Sistema de Procesamiento de Transacciones es la herramienta tecnológica más utilizada por las empresas comerciales de Portoviejo, lo cual representa un 30% de los encuestados, seguido de los Sistemas de Información Gerencial y Sistema de Planificación de Recursos Empresariales los cuales muestran un porcentaje de 24% cada uno; mientras que los Sistemas de Trabajo del Conocimiento representan un 2%, seguido por el Sistema de Apoyo a Toma de Decisiones que está representado por un 20%. Por medio de estos resultados, también se puede observar que los sistemas de apoyo a ejecutivos no son utilizados por las empresas ya que representa un 0%.

Como se observa en la tabla 1, el Sistema de Procesamiento de Transacciones es el más utilizado por las empresas comerciales de Portoviejo, ya que es un sistema computarizado que efectúa y registra las transacciones diarias rutinarias, necesarias para la marcha del negocio; este sistema sirve al nivel operativo de la organización.

2. ¿Existe una relación entre un sistema de información, la institución y su entorno?

Tabla 2

EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	50	100%
NO	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos y gerentes de las empresas comerciales de Portoviejo.

Elaborado por autores.

Análisis e interpretación.

En la tabla 2 se puede observar que las 50 personas encuestadas respondieron en forma afirmativa, dando como resultado que el 100% de las empresas encuestadas afirman que los sistemas de información, si tienen una relación entre la empresa y el entorno. Esto significa que en la medida en que se acierte en la selección de los sistemas de información dependerá en gran parte el éxito o el fracaso del negocio.

3. ¿Cuáles son las ventajas que tienen la empresa al utilizar programas informáticos administrativos?

Tabla 3

EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Integración de las diferentes áreas que conforman la empresa	9	18%
b) Tener un control más efectivo de las actividades de la organización	9	18%
c) Ayuda a incrementar la efectividad en la operación de procesos	11	22%
d) Eliminación de las barreras de la distancia trabajando con un mismo sistema en puntos distantes.	1	2%
e) Disminución de errores, tiempo y recursos superfluos, pues permite comparar resultados alcanzados con los objetivos programados con fines de evaluación y control	2	4%
f) Disponibilidad de mayor y mejor información para los usuarios en tiempo real	6	12%
g) Comunicación oportuna con el personal	4	8%
h) Actualización sistemática de la información	3	6%
I) Reducción de costos	5	10%
j) Otras	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos y gerentes de las empresas comerciales de Portoviejo.

Elaborado por autores.

Análisis e interpretación

Habiendo 50 respuestas que representan al total de la muestra escogida, podemos mencionar que la mayor ventaja que brindan los SI es de incrementar la efectividad en la operación de procesos, lo que representa un 22% , seguido de la integración de las diferentes áreas que conforman la empresa y así mismo el control más efectivo de las actividades de la organización los cuales tienen un total del 18%, posterior a ello se encuentra la disponibilidad de mayor y mejor información para los usuarios en tiempo real tiene un 12%, la reducción de costos se representa con un 10% , el 8% le pertenece a la comunicación oportuna con el personal, el 6% lo representa la actualización sistemática de la información, la disminución de errores, tiempo y recursos superfluos lo que se representa con un 4% y el 1% hace referente a la eliminación de las barreras de la distancia para el trabajo.

Para crecer y mejorar la rentabilidad, las organizaciones necesitan enfocarse en la eficiencia y efectividad de sus operaciones, es decir reducir costos, incrementar ingresos, mejorar la gestión y el control, mejorar la operación y dar el mejor uso a los activos.

4. ¿Cuáles son las desventajas que tienen las empresas al utilizar sistemas informáticos administrativos?

Tabla 4

EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) El tiempo que pueda tardar su implementación	10	30%
b) Resistencia al cambio de los usuarios	15	40%
c) Problemas técnicos como fallas en el hardware y software debido a funciones implementadas inadecuadamente, para apoyar ciertas actividades de la organización	20	20%
d) Otras	5	10%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos y gerentes de las empresas comerciales de Portoviejo.

Elaborado por autores.

Análisis e interpretación

En la tabla 4 se puede observar que, para los directivos de las empresas, la mayor desventaja que se presentan en las mismas es la resistencia al cambio por parte de los usuarios con un porcentaje de 40%, representada en la tabla con el literal b). Otra de las desventajas con un porcentaje considerable es el tiempo que pueda tardar su implementación con un porcentaje del 30% de la muestra, representada en la tabla con el literal a); en relación a los problemas técnicos como fallas en el hardware y software debido a funciones implementadas inadecuadamente tiene un porcentaje del 20% de los encuestados representado con el literal c). También se puede observar que el 10% de los encuestados consideran la opción “otras” desventajas para la implementación del sistema de información con el 10% del total, sin embargo, no especifican.

5. ¿Se ha capacitado al personal sobre nuevas herramientas tecnológicas?

Tabla 5

EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	25	50%
No	15	30%
Poco	10	20%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos y gerentes de las empresas comerciales de Portoviejo.

Elaborado por autores.

Análisis e interpretación

El 50% de los encuestados manifestaron que sí capacitan al personal acerca de las nuevas herramientas tecnológicas mientras que el 30% que es un porcentaje bastante significativo, respondió que no lo capacitan y un 20% que sí los capacitan, pero no como lo deberían hacer.

6. ¿Cree usted que el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la necesidad de la introducción de estas innovaciones permite una eficiente toma de decisiones?

Tabla 6

EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Mucho	45	90%
b) Poco	5	10%
c) Nada	0	0%
d) Otra	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos y gerentes de las empresas comerciales de Portoviejo.

Elaborado por autores.

Análisis e interpretación

Del análisis de las respuestas representadas en la tabla 6, se puede apreciar que los encuestados consideran que el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la introducción de las mismas en las empresas permite una eficiente toma de decisiones en un 90% que corresponde al literal a) mucho, seguido de un 10% de respuesta que corresponde al literal b) poco. Así mismo hay un porcentaje bastante considerable de los directivos y gerentes que consideran que no repercute en la toma de decisiones con el 0% de respuesta de los encuestados.

7. ¿Qué áreas y/o procesos cree usted que mejoraría un sistema de información?

Tabla 7

EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Administración	25	50%
b) Operacionales y procesos	5	10%
c) De toma de decisiones	20	40%
d) Contabilidad	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a directivos y gerentes de las empresas comerciales de Portoviejo.
Elaborado por autores.

Análisis e interpretación

Se puede observar que un 50% de los encuestados estipula que los SI mejorarían el área administrativa, mientras que un 40% manifiesta que ayudará a la mejora de toma de decisiones y solo un 10% en el área operacional y procesos. La mayoría de los empresarios coinciden en que los SI, serian de más ayuda en áreas administrativas y toma de decisiones ya que estos le permiten tener la información en forma oportuna y confiable.

DISCUSIÓN

Según las encuestas realizadas en las 29 empresas comerciales a sus gerentes y directivos, se determina que es prácticamente imprescindible el uso de algún sistema de información, ya que de los 50 empresarios encuestados el 100% respondió afirmativamente a la interrogante de identificarse con algunas de las opciones presentadas en relación al tipo de sistema de información que utilizan en sus empresas y coinciden en que los mismos son sistemas de apoyo que facilitan la gestión de las mismas. Como ejemplo se puede mencionar el sistema de procesamiento de transacciones como el más utilizado por las empresas privadas, lo cual representa un tercio del total de empresas encuestadas, seguido por un porcentaje también significativo de los sistemas de información gerencial, de planificación de recursos empresariales que incrementan la efectividad en la operación de procesos, la integración de las diferentes áreas que conforman la empresa y el control más efectivo de las actividades que llevan a cabo, la disponibilidad de mayor y mejor información para los usuarios en tiempo real, la reducción de costos, la comunicación oportuna con el personal, entre otros.

Otro de los Sistemas de Información que mencionan los gerentes y directivos encuestados y que presenta un porcentaje de 20% es el Sistema de Apoyo a Toma de Decisiones. De acuerdo a lo que señala Morell (2015) este sistema de información permite tomar acciones cuando aparezcan imprevistos o situaciones que no sean muy comunes en la organización, por tal motivo se adaptan y permiten generar nuevas oportunidades para la toma de decisiones y mejora la capacidad de la empresa para enfrentar problemas

Considerando estos resultados es importante mencionar lo descrito por Keen, M.G. W. (2015) quien señala que la selección y administración apropiada de los sistemas de información es un desafío esencial para los gerentes ya que representa un área funcional principal dentro de la empresa que es tan importante para el éxito empresarial como las funciones de contabilidad, finanzas, administración de operaciones. Es además una colaboración importante para la eficiencia operacional, la productividad y el servicio y satisfacción del cliente y sobre todo una fuente importante para la toma de decisiones efectivas por parte de los gerentes. Los entes que se encargan de las tomas de decisiones han comenzado a comprender que la información no es sólo un subproducto de la conducción empresarial, sino que a la vez alimenta a los negocios y puede ser uno de los tantos factores críticos para la determinación del éxito o fracaso de éstos (Morell, 2014).

Al respecto Ariño (2014) afirma que en una organización la toma de decisiones es por lo general compleja y difícil de estructurar, no son rutinarias, pero determinan el futuro de las organizaciones a mediano y largo plazo. Las decisiones estratégicas son de responsabilidad de la alta dirección, y son tomadas después de haber realizado los estudios y análisis respectivos de forma consensuada. Una estrategia es una dirección a tomar a largo plazo y que afecta a las decisiones operativas. Las estrategias son importantes como planes de acción, soporte para la toma de decisiones y procesos para coordinación. Otro aspecto de importancia del estudio es que existe una relación directa entre el Sistema de Información seleccionado, el entorno y la filosofía de la empresa con un porcentaje del 100% de los directivos consultados. Con acierto señala Cevallos (2015) que el funcionamiento interno de las organizaciones debe ser compatible con la tarea de la misma, el entorno externo, así como las necesidades de sus miembros si la organización pretende ser eficaz. El modo en que las empresas diseñan y utilizan sus sistemas de información está muy relacionado con su filosofía y suelen definir la estrategia de la empresa en temas relacionados con los SI de acuerdo a esa filosofía organizativa, caso contrario fracasarían en el futuro inmediato.

Otro de los hallazgos importantes de la investigación es la resistencia al cambio; todavía hay un porcentaje significativo de empresas comerciales de Portoviejo que no ha implementado ningún tipo de tecnologías de información o sistemas de información a sus negocios y esto se debe primordialmente a que dichas empresas no capacitan a su personal en el uso de estas tecnologías, lo que conlleva a que sus gerentes, directivos y colaboradores tengan temor a romper paradigmas y continúan con el modelo tradicional.

López (2013) señala que, aunque toda organización se encuentra en la obligación de cambiar, sin embargo, no siempre dicha transformación pueda ser llevada a cabo de forma armónica y eficiente, pues generalmente se generan grandes resistencias. Los modelos tradicionales de administración y gerencia no son una respuesta que genere transformación. Para hacer frente a la competencia hace falta flexibilidad que con frecuencia no poseen las organizaciones tradicionales. La tecnología de la información permite a muchas empresas desarrollar la flexibilidad necesaria para la consecución de dicho fin.

CONCLUSIONES

Los sistemas de información implementados en las empresas comerciales y la visión de cambio que han causado para automatizar los procesos operativos, administrativos y contables y su evolución hacia sistemas más confiables de información sirven de base para la toma de decisiones en todos los niveles gerenciales, para finalmente convertirse en herramientas para obtener ventajas competitivas mediante su implantación y uso apoyando el máximo nivel de la organización.

La metodología aplicada a este estudio permitió obtener información sobre los sistemas de información más usados en las empresas comerciales de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí, sus ventajas y sus desventajas; la relación que existe entre el sistema de información elegido, el carácter o tipo de negocio y el entorno y finalmente la incidencia de los mismos para agilizar los procesos en sus comercios y primordialmente para la toma de decisiones más acertadas a todo nivel, ya que sus directivos y gerentes están conscientes de la necesidad de su implementación para así tener una visión más amplia del mercado en que compiten y poder sobrevivir en un contexto donde la calidad y la agilidad son requisitos de competitividad.

Así mismo se explican las razones por las que los Sistemas de Información SI son de máxima prioridad y se reconoce por parte de los gerentes y directivos encuestados la necesidad de conformar un sistema que pueda integrar, buscar, organizar, almacenar y analizar toda la información de tipo operativa, táctica y estratégica en las empresas comerciales de la ciudad de Portoviejo, de manera que los directivos puedan tomar decisiones determinantes en el funcionamiento del sistema y el procesamiento y análisis de la información. Además, se examinó las diversas técnicas y herramientas de información que puedan enriquecer los procesos de toma de decisiones y contribuir no solo a concederle mayor participación a los gerentes y directivos en el manejo de la información, sino

que permitan incrementar la Cultura Informacional y Organizacional en un ambiente de aprendizaje continuo. Finalmente se concluye que la línea de investigación en ciencias económicas y administrativas queda abierta para futuras investigaciones que amplíen y/o mejoren los conocimientos relacionados con este estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ariño, M. A. (2014). Decisiones Estratégicas y Decisiones Operativas. Toma de Decisiones. Recuperado el 1 de diciembre de 2014, de . <http://miguelarino.com>.

Canelones, R. F. (2015). Formación Gerencial, Toma de Decisiones un Abordaje desde el Punto de Vista Holístico. *Scientific Journal of Management*, 11(31), 48-73.

Cevallos, J. (2015). Los Sistemas de Información, su importancia y efectos en la toma de decisiones de las empresas auditoras del cantón Quito.

Córdova, C., & Santana, C. (2011). ¿Cómo las tomas de decisiones se apoyan en los sistemas de informacion?, 75. Panama.

Keen, M. (2008). *Shaping the future: Business Design through Information Technology*. Cambridge: Harvard Business School Press.

Lant, T. (2010). The effects of Learning, Momentum and Social Comparison in Competing Teams.

Lira, W., Cándido, G., Araújo, G., & Barros, M. (2007). Processo de Decisao do Uso da Informacao. *Ciencia de Informacao*, 64-80.

López, M., & Restrepo, L. (1 de abril de 2013). Resistencia al Cambio en Organizaciones Modernas. *Revista Scientia et Technica*, 18(1), 149.

Meacham, B. (2004). Decision-Making for Fire Risk Problems: A Review of Challenges and Tools. *Journal of Fire Protection Engineering*, 149-168.

Morell, P. (2014). Cómo Tomar Decisiones Estratégicas en Pymes. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de <http://www.emprenderalia.com>.

Murillo, S. (julio de 2006). Sistemas de Información como Arma Estratégica en la Gestión Empresarial. *Revista Perspectivas*, 9(18), 161-176.

Nazari, M. (4 de agosto de 2011). A Contextual Model of Information Literacy. *Journal of Information Science*, 37, 196-222.

Osmon, J.B. (2007). Strategic Decision Making: The Effects of Cognitive Diversity, and Trust on Decision Outcomes. *Journal of Management*, 196-222.

Rodríguez, C., & Pinto, M. (2010). La Toma de Decisiones Organizacionales: una aproximación a su evolución, principales características y su carácter informacional. Universidad de Granada.

Simon, H. (1960). The New Science of Management Decision. *The Quarterly Journal of Economics*, 1-50.

Vega, E. (2013). Los Sistemas de Información y su importancia para las organizaciones y empresas. Recuperado el 27 de Abril de 2013.

PERCEPCIÓN DE ACTORES LOCALES SOBRE TURISMO SOSTENIBLE EN COMUNIDADES DE LEONIDAS PLAZA DEL CANTÓN SUCRE, MANABÍ

PERCEPTION OF LOCAL ACTORS ABOUT SUSTAINABLE TOURISM IN COMMUNITIES OF LEONIDAS PLAZA DEL CANTÓN SUCRE, MANABÍ

Frank Lemoine Quintero¹, Santiago Navarrete Zambrano¹, Wilfredo Valls Figueroa¹,
Gema Carvajal Zambrano¹, Lilia Villacis Zambrano¹

¹Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez- Ecuador

e-mail: fangel64@gmail.com¹

Recibido: 01/02/2018

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: L83, Q0, Q01

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo analizar la percepción de actores locales sobre el desarrollo turístico en comunidades de la parroquia Leónidas Plaza. El método descriptivo aportó de forma significativa a la investigación permitiendo además el desarrollo del cuestionario aplicado al tamaño de la población seleccionada. Se utilizaron el software REDATAM para determinar las variables rama y tipo de actividad y el SPSS 21.0 como herramientas para obtener información. Entre los principales resultados en las 43 comunidades resultó que el 68.2% reconoce que la actividad turística es una de las principales fuentes de ingresos de la economía, pero un 52.7% considero que no se siente satisfecho con el desarrollo turístico. El instrumento aplicado demuestra una fiabilidad es de 0,95 de 1, por lo que se concluye que hay que direccionar políticas sostenibles que posicionen al destino turístico en la zona.

Palabras clave: Desarrollo turístico, turismo, percepción, sostenibilidad, fiabilidad.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the perception of local actors regarding tourism development in communities of the zone of Leónidas Plaza. The descriptive method contributed significantly to the research, allowing also the development of the questionnaire to apply to the size of the selected population. The REDATAM software was used to determine the variables branch and type of activity and the SPSS 21.0 as tools to obtain information. Among the main results in the 43 communities, 68.2% acknowledge that tourism is one of the main sources of income for the economy, but 52.7% believe that they are not satisfied with tourism development. The applied instrument demonstrates a reliability of 0.95 out of 1, so it is concluded that sustainable policies must be directed to position the tourist destination.

Key words: Tourism development, tourism, perception, sustainability, reliability.



INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que está ubicado en América del Sur, cuenta con cuatro regiones naturales, la Costa caracterizada por su clima y sus playas; la Sierra que cuenta con montañas y nevados; Oriente o Amazonia de selva abundante, flora, fauna y Galápagos con sus diferentes atractivos y recursos. Por lo que ministerios existentes en el país, así como políticas existentes están direccionados a posicionar al turismo a un mercado internacional.

Ecuador con una población de 14.483.499 habitantes, donde la provincia de Manabí posee 1.369.780 lo que representa el 9,46% de habitantes de todo el país. El cantón Sucre tiene un total de 57.159 habitantes, desglosándose en el área urbana 26.112 habitantes lo que representa el 45,68% y en el área rural 31.047 habitantes que representa el 54,32%, siendo mujeres 28.217 representando el 49,37% y hombres 11.264 representando el 50,63% del total de la población. La Población Económicamente Activa (PEA) representa el 45,6% y esto a su vez es el 4,2% de la PEA de la provincia de Manabí. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2010).

En la región Costa se encuentra ubicada la provincia de Manabí, constituida por 22 cantones, uno de estos es Sucre conformada por dos parroquias urbanas siendo la cabecera cantonal Bahía de Caráquez y Leonidas Plaza. Entre las parroquias rurales están la de Charapotó y San Isidro. Ambas con infraestructura típica de la zona y cultura que ha trascendido desde épocas remotas que se reflejan desde la gastronomía hasta la artesanía.

Sucre es el quinto cantón de la provincia de Manabí, su fecha de cantonización es el 3 de noviembre de 1875, tiene una extensión de 764 km²: 33 km² zona urbana y 682 km² zona rural. Limita al norte con el Océano Pacífico, estuario del río Chone y el cantón San Vicente, al sur con los cantones Portoviejo y Rocafuerte, al este con el cantón Tosagua y al oeste con el Océano Pacífico, fuente del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Sucre (2015). Este cantón tiene un clima cálido seco al norte y cálido húmedo al sur, mantiene dos estaciones anuales invierno y verano. Su principal actividad es el turismo de sol y playa, agropecuaria y la acuicultura, aunque cuenta con otros atractivos su mayor afluencia turística es de turismo nacional. Actualmente existen 93 comunidades en el cantón. 43 comunidades se encuentran en la zona urbana, representan el 46% del total de la población. Mientras 50 comunidades se encuentran en la zona rural, representan el 54% del total de la población. La mayor parte de los pobladores de las comunidades habitan en la zona rural sin embargo poseen más comunidades, la regeneración del cantón favorece para satisfacer cualquier tipo de servicios. Mientras que en la zona urbana hay menos comunidades, se sustentan de las riquezas que poseen el mar y la tierra. Pero no obstante tienen gran proyección a generar también riquezas turísticas como lo realizan en la zona rural.

La economía del cantón representada por el sector terciario con un 37,47% donde se destacan las actividades de comercio al por mayor y menor, además las de alojamiento, enseñanza y transporte concibiendo este sector en su conjunto el más fuerte. Seguido por el sector primario, es la segunda fuerza económica con un 34,98% basándose a la actividad pecuaria, de agricultura, selvicultura y pesca, teniendo su fuerte en el área rural. Por consiguiente, el sector secundario es el menos representativo económicamente del sector con tan solo el 10,67%, basando este rubro en las empresas de construcción y en las industrias manufactureras. El sector económico no declarado con 9,57% y por último el trabajador nuevo que ocupa el 7,31% (REDATAM, 2010).

Esto significa que la economía se concentra en comercio y turismo como fuentes principales de crecimiento sostenible, seguido de la agricultura, ganadería y avicultura que aportan significativamente a la cadena productiva en las diferentes actividades. Existen actividades que van a ir creciendo y van a posicionarse de acuerdo al espacio que estos ocupen en el mercado local y trasciendan a un mercado regional y nacional.

Es importante argumentar que el sector comercial y de servicios en el cantón genera aproximadamente el 37% de ingresos por sus diversos lugares turísticos, infraestructura, hospedaje, restaurantes, centros nocturnos, comercio, transporte y más, que contribuye al progreso de las comunidades aportando a los fragmentos económicos, socio-culturales y ambientales los cuales

permiten mantener el turismo activo.

La percepción de los actores locales parte de la visualización por parte de los habitantes entorno al cambio del territorio, es decir, es el nivel de satisfacción con el desarrollo turístico. Los residentes son quienes en primer lugar conocen la realidad del cantón y para quienes se les asigna una mejor infraestructura para su crecimiento en la calidad de vida, por supuesto para ello se requiere buena relación con el turista y el desarrollo de su fuente de trabajo que en toda instancia es su propia voluntad la que hace que el turismo crezca y se mantenga.

Se puede indicar las principales deficiencias existentes en el cantón según el estudio realizado que inciden en el factor económico sobre las comunidades así como el impacto o reactivación del turismo, entre ellas se desatacan las siguientes:

- Falta de conocimiento de los pequeños emprendedores en temas referente a la atención al cliente, cuidado ambiental, motivación y temas relacionados al turismo y a su desarrollo.
- Poco sustento de organismos institucionales y gubernamentales para el desarrollo de actividades turísticas en la zona.
- Ausencia de conocimiento sobre instrumentos que midan la percepción de los pobladores o comunidades en el cantón con la finalidad de aplicar estrategias eficaces y operacionales.
- Falta de gestión por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón en desarrollar un modelo estratégico de destino turístico.

El presente estudio tiene como objetivo analizar la percepción de los actores locales sobre el desarrollo turístico en el Cantón Sucre, para poder tener una claridad sobre la situación actual y constatar el nivel de satisfacción.

Se llega a justificar el presente artículo puesto que según (Ministerio de Turismo, 2015), el turismo en el Ecuador se ubicó en el primer semestre de 2015 como la tercera fuente de ingreso no petroleros, dentro de la economía del país, con un crecimiento de 2.9% en el número de visitantes, y un incremento de 5.9% en el nivel de gasto de parte de los turistas, esto representa \$772.8 millones, es decir un crecimiento de un 8.7% en comparación con el año 2014, generando 397.190 fuentes de empleo, con un incremento de 11.6% con respecto al 2014, y que representa el 5.6% del total de empleados en la economía del país.

Esto significa que la actividad turística cada vez se va desarrollando y va tomando un posicionamiento en el mercado nacional e internacional con políticas y gestión que haga de un destino atractivo y sostenible que sea una de las principales fuentes de la economía para el Ecuador. Por lo que las universidades deben de tomar el rol protagónico en la generación de proyectos e investigaciones que den respuestas a las necesidades de las comunidades y de sus actores locales.

METODOLOGÍA

La investigación tiene como objetivo de realizar un análisis sobre la percepción de los actores locales sobre turismo sostenible en las comunidades de la parroquia Leónidas Plaza por estar conformada esta por 43 comunidades y por su crecimiento representativo de las actividades comerciales en la zona. Partiendo desde la revisión bibliográfica y de la conceptualización de la comercialización tiene entre sus funciones gestionar los procesos de planificación y control comercial. Se ocupa además de dos problemas fundamentales: la satisfacción del cliente y la participación en el mercado, y es la que garantiza que se posicione competitivamente en el mercado la empresa, organización o destino.

Desde la concepción teórica Philip Kotler y Kevin Lane Keller (2012)p.165 consideran que el Marketing es la actividad o grupo de entidades y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general. Además argumentan que son los especialistas en marketing los que comercializan 10 tipos principales de artículos: bienes, servicios, eventos, experiencias, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas que permiten una comercialización oportuna para el posicionamiento de la

empresa u organización.

La gestión comercial ó la comercialización tienen un vínculo en los diferentes libros de Philip Kotler (2001, 2007, 2008 & 2016 p. 231) que evidencian que es la actividad que se ocupa de la relación de intercambio entre la empresa u organización con el mercado; como la última fase del proceso productivo. Alcanzaría reflexionar como es la última fase del mencionado “proceso”, donde por medio de la misma se direccionaría al mercado los productos y/o servicios de la empresa, a través de la correlación plena de dos variables del marketing: el producto y el precio.

Esta investigación parte de dos métodos que permitirán arrojar resultados favorables al estudio y a proyectos existente en el área de Vinculación con la Sociedad de la Extensión Bahía de Caráquez de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Método de observación: Se realizó la observación partiendo de las actividades comerciales existentes en la parroquia y de los resultados del cuestionario aplicado a los actores locales.

Método estadístico descriptivo: En el caso de la investigación estadística descriptiva, la indagación va dirigida a responder a las preguntas quién, qué, dónde, cuándo, cuántos”. Este método tiene como objetivo la descripción del evento de estudio, se asocia al diagnóstico que se realizó en las comunidades referente al turismo sostenible, para esto se trabajó con varios eventos de estudio teniendo en cuenta las variables del caso de estudio, procediendo a realizar un levantamiento estadístico de los negocios existentes en la ciudad Bahía de Caráquez.

RESULTADOS

La encuesta se realizó a los habitantes de las comunidades de la parroquia Leónidas Plaza y Bahía de Caráquez a través de un muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional realizado por los autores de este estudio. Total de encuestas 100, el trabajo de campo se realizó en una semana consecutiva empezando lunes 20 de Febrero hasta el viernes 24 del 2017, cuadro 1.

Tabla 1. Muestreo Aleatorio Estratificado Proporcional

Tamaño de la población objetivo.....			22429	
Tamaño de la muestra que se desea obtener.....			100	
Número de estratos a considerar.....			2	
Afijación simple: elegir de cada estrato			50	sujetos
Estrato	Identificación	Nº sujetos en el estrato	Proporción	Muestra del estrato
1	Bahía de Caráquez	9,644	0.43	43
2	Leónidas Plaza	12,785	0.57	57
		Correcto	1	100

Fuente: Elaboración Propia

En referencia a la muestra se consideró el total de la población urbana del cantón Sucre de 22.429, la misma que consta de 2 estratos que corresponden Leónidas Plaza 12.785 y Bahía de Caráquez 9.644, con una proporción del 55,40% y 44,60% correspondientes a cada zona. Asumiendo que en Leónidas Plaza se necesita encuestar a 55 personas y en Bahía de Caráquez 45, dando así un tamaño de muestra de 100 encuestas.

El instrumento de medida aplicado a habitantes de las comunidades objeto estudio, formulado por un cuestionario de 12 ítems estructurada de acuerdo a la investigación según perfil sociodemográfico, consideraciones referentes al desarrollo sostenible, sus actividades turísticas y satisfacción de los actores referente al desarrollo turístico. El cuestionario fue procesado a través del software estadístico SPSS 21.0, posteriormente se utilizaron técnicas de análisis para mejorar la comprensión de los resultados.

Es importante partir del estudio sociodemográficos de los actores locales considerando sus comunidades de las cuales 10 pertenecen a la parroquia de Bahía de Caráquez y 33 pertenecen a la

parroquia de Leónidas Plaza para determinar el tamaño de la muestra a través del muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional la cual se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Datos sociodemográficos

Variable	Categoría	Cantidad	Porcentaje
Género	Masculino	63	63%
	Femnino	37	37%
Edad	16 a 20 años	42	42%
	21 a 30 años	41	41%
	31 a 40 años	14	14%
	Más de 41 años	3	3%
Lugar de residencia	Bahía de Caráquez	45	45%
	Leónidas Plaza	55	55%

Fuente: Elaboración por autores

El instrumento diseñado constó de 12 preguntas y 4 escala. Según los datos recopilados se puede observar que la mayoría de personas encuestadas son de género masculino que significo un 63% de los actores locales y de género femenino un 37 % de la totalidad. En lo que respecta a edades se puede observar que el mayor rango es de 16 a 20 años con un 42% y los de 21 a 30 años con un 41%, siendo estas personas las que han constatado cambios y perciben de otra perspectiva sus cambios de vida. Se concluye según resultados que el lugar de mayores encuestados fue en la parroquia Leónidas Plaza con un 55% por lo que Bahía de Caráquez solo represento solo un 45% del total de la población.

Para ser más eficiente en la interpretación de resultados se ha tomado en cuenta solo 5 preguntas de las 12 realizadas por ser las más representativas en las respuestas de los actores locales con el fin de conocer las respuestas más relevantes. La última pregunta actúa como pregunta de control que ayudará a realizar la comparación con las otras preguntas respecto a ella. Se observó además que la tercera variable no representó el 40% de la población encuestada los que manifestaron que no están de acuerdo con que el desarrollo turístico ha incrementado oportunidades de empleo. La pregunta de control permitió verificar que los actores locales se encuentran insatisfecho con el desarrollo turístico del cantón, significando que al no existir incremento en las fuentes de empleo directamente afecta al desarrollo turístico de las comunidades, lo que afectado tanto a Bahía de Caráquez como a Leónidas Plaza debido a que su principal fuente de ingreso es el turismo. Por lo que en la pregunta relacionada al desarrollo turístico y la calidad del servicios en comercios relacionado al turismo o que tributen al desarrollo turístico en la zona se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Desarrollo turístico y la calidad del servicio de restaurantes, hoteles y centros nocturnos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Probablemente si	38	34,5	38,0	38,0
	Indeciso	30	27,3	30,0	68,0
	Definitavememente no	21	19,1	21,0	89,0
	Probablemente no	11	10,0	11,0	100,0
Perdidos	Sistema	10	9,1		
Total		110	100,0		

Fuente: Elaboración por autores

En lo relacionado a esta pregunta se observa que un 34.5% de los encuestados expresa estar probablemente de acuerdo que el desarrollo turístico mejoró la calidad de servicios de restaurantes, hoteles y centros nocturnos. Aunque no deja de ser representativo la respuestas de los 30 actores cuando muestran estar indeciso en que exista un desarrollo turísticos sostenible en la zona que representa un

27.3% del total de respuestas, pero si a esta interrogante le sumamos a los 21 actores que marcaron en el cuestionario definitivamente no que represento el 19.1% pues en su totalidad seria 46.4% de actores locales que muestran posición negativa referente al objeto estudio de la investigación.

Otra pregunta efectuada referente al turismo si mejora el ingreso y nivel de vida de los actores en las comunidades se realizó con la finalidad de medir la correlación de esta pregunta con las anteriores y poder realizar un análisis exhaustivo sobre la temática investigada. Los resultados se reflejan en la tabla 4.

Tabla 4. Mejora de ingreso y nivel de vida de la población.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Probablemente si	25	22,7	25,0	25,0
	Indeciso	21	19,1	21,0	46,0
	Definitavemente no	44	40,0	44,0	90,0
	Probablemente no	10	9,1	10,0	100,0
Perdidos	Sistema	10	9,1		
Total		110	100,0		

Fuente: Elaboración por autores

Según los datos recopilados se puede constatar que un 40% de las personas encuestadas manifestaron que el turismo no ha mejorado los ingresos ni el nivel de vida de las comunidades, denotando que el turismo no ha contribuido a la mejora de ingresos y ni al nivel de vida de la población. Es significativo que el 19.1% de los actores están indeciso sobre la interrogante denotando el desconocimiento referente a la temática o a una conducta no positiva para definir estrategias al respecto, este resultado es igual a la tabla 2, por lo que se denota que son los mismos actores que respondieron de la misma forma, por lo que resulta preocupante. Llegando a deducir que el turismo no ha tenido un buen desarrollo y no ha mejorado los ingresos y estilos de vida de los pobladores y que el problema principal está por los sucesos del sismo del 16 de abril del 2016.

Las fuentes de ingresos como indicador económico que fomenta la economía a nivel tanto de comunidad como a nivel de los pobladores es muy importante tenerlo presente, pues un crecimiento en los ingresos se denota en la mejora de las actividades comerciales y en las empresas de alojamiento que son las más representativas en las comunidades. Los resultados en esta interrogante se muestran en la tabla 5.

Tabla 5. Fuentes de ingresos de la economía del Cantón.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Probablemente si	75	68,2	75,0	75,0
	Indeciso	15	13,6	15,0	90,0
	Definitavemente no	6	5,5	6,0	96,0
	Probablemente no	4	3,6	4,0	100,0
Perdidos	Sistema	10	9,1		
Total		110	100,0		

Fuente: Elaboración por autores

En lo que respecta a esta pregunta se puede decir que un 68.2% de las personas encuestadas responden definitivamente que el turismo es una de las principales fuentes de ingresos de la economía del Cantón Sucre, esto se puede resaltar debido a que el medio en el que se encuentra se presta para realizar dicha actividad por sus atractivos y recursos naturales existentes. Las demás escalas medidas

en el cuestionario los resultados fueron insignificantes aunque no dejan de resultar interesantes en la investigación.

La pregunta de control referida al desarrollo turístico se realizó con la finalidad de medir la fiabilidad del instrumento y la viabilidad del cuestionario según sus respuestas referidas en las 11 preguntas realizadas. Los resultados se muestran en la tabla 6.

Tabla 6. Se encuentra usted satisfecho con el desarrollo turístico del Cantón Sucre.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Probablemente si	15	13,6	15,0	15,0
	Indeciso	27	24,5	27,0	42,0
	Definitivamente no	58	52,7	58,0	100,0
	Probablemente no	100	90,9	100,0	
Perdidos	Sistema	10	9,1		
Total		110	100,0		

Fuente: Elaboración por autores

El 52.7% de los encuestados respondieron no sentirse satisfecho con el desarrollo turístico en la zona objeto de estudio y un 24.5% reflejó no estar definitivamente satisfecho indicando resultados no favorables que contribuya al interés de los actores por la mejora de las actividades turísticas en las comunidades, de sus negocios y una mejora del nivel de vida de las familias.

Análisis de la Fiabilidad

El análisis de fiabilidad permite evaluar las propiedades de las escalas de medición que se utilizaron en el instrumento (encuesta) y de los elementos que componen las escalas. Este procedimiento de análisis de fiabilidad calcula un número de medidas de fiabilidad de escala que se utilizan normalmente y también proporciona información sobre las relaciones entre elementos individuales de la escala.

Tabla 6.1. Estadísticos de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,952	,950	15

Fuente: SPSS 21.0

La estructura del instrumento y su diseño permitieron darle a actores locales una visión de lo que se quería evaluar por lo que su concentración al responder el cuestionario denota en los resultados ser muy positivo, por lo que la fiabilidad del instrumento resultó un 0.95 considerándolo de muy buena.

DISCUSIÓN

El turismo se puede definir como un acto que supone desplazamiento que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo es conseguir la satisfacción y servicios que se ofrecen a través de una actividad generada mediante una inversión previa (Rodríguez, M. 2010) p. 72. Mientras la (Organización Mundial del Turismo, 2015) argumenta es 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 de negocios/profesionales. Para Garcés, F. (1995) p. 25 argumenta que el turismo es como cualquier actividad económica, cumple un proceso económico de producción, distribución e intercambio.

El turismo ha sido reconocido como prioridad nacional con el establecimiento de las políticas de Estado para el sector en la Estrategia de Desarrollo del país (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2007). Toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2002).

En los últimos años han surgido trabajos desarrollados desde una geografía del turismo crítica, en la cual se incorpora la dimensión social de la actividad (visitantes, residentes y demás actores públicos y privados) y se produce una articulación de diferentes espacios (lugares de origen, destino y de transición o desplazamiento) en un solo territorio, el del turismo (Troncoso, C. 2016) p.64. El intenso proceso de urbanización e industrialización, el aumento en los niveles de vida, los cambios en los medios de transporte (tanto individual como colectivo), los cambios sociales y laborales, especialmente la implantación de las vacaciones pagadas, impulsaron a que el turismo tomara un papel muy importante tanto en la vida individual, como familiar y colectiva y, por tanto, en las economías nacionales). Gómes, C. L., & Azevedo, J. (2013) p. 231.

Hacia mediados del siglo XX el turismo comienza a perfilarse como una de las actividades económicas de mayor crecimiento en todo el mundo. Son varias las razones que confluyeron para producir este fenómeno; entre ellas podemos destacar: El Estado de bienestar, a partir de la segunda posguerra, de las modernas sociedades industriales (aumento del gasto público durante este período, particularmente del gasto social: educación, salud, vivienda, jubilaciones, pensiones y prestaciones de desempleo). El aumento del tiempo libre (vacaciones pagas). El desarrollo de los transportes y las comunicaciones. Con el transcurso del tiempo, el turismo dejó de ser un consumo exclusivo de los individuos de altos ingresos para convertirse en un bien de consumo masivo. En constante crecimiento y transformación, el turismo se ve favorecido en la actualidad por la globalización, la liberalización económica mundial, la revolución de las telecomunicaciones con la aparición de INTERNET, el desarrollo del transporte y el aumento de los ingresos en los países desarrollados (INDEC, s.f.).

A finales de los años 60 el interés por turismo de naturaleza inicia en su crecimiento. En los años 70 surge el concepto del ecoturismo como viaje a áreas con ecosistemas prístinos, frágiles y a áreas usualmente protegidas, caracterizado por su bajo impacto y pequeña escala, por ayudar a educar al viajero, por proveer de recursos para la conservación y de beneficios directos para el desarrollo económico y el empoderamiento de los habitantes locales, y por promover el respeto por las diferencias culturales y los derechos humanos. Luego, en los años 80 se da la consolidación del concepto del desarrollo sostenible para culminar con la Cumbre de la Tierra a inicios de los 90, década en la que se publica la Agenda 21 para Viajes y Turismo. El año 2002 es declarado por la Organización de Naciones Unidas (ONU) como Año Internacional del Ecoturismo y se realiza la Cumbre del Ecoturismo en la ciudad de Quebec (Tierra, N. 2010)p. 134.

Del turismo no solamente se puede decir, que son las personas que visitan un lugar, para hacer turismo se requiere de muchos factores que hagan esto posible, se puede empezar por la parte económica que es muy importante tanto para el que viaja como para el que recibe al turista, puesto que si se viaja es porque se va a realizar gasto lo que significa aportar al crecimiento económico del lugar y de las personas que allí habitan. Otro factor sería la calidad de los servicios que se adquieren, es por ello que se debe ofrecer un servicio que sea merecedor de halagos por parte de los visitantes esto ayudará a que regresen y sientan la necesidad de volver, esto a su vez permite que se mejore en todos los aspectos el lugar.

El desarrollo turístico son oportunidades de una determinada localidad, por lo que llevan consigo la intervención entre la sociedad quien es la involucrada dentro del entorno donde se ejercen cambios e implementaciones de tipos de proyectos . Mientas el desarrollo turístico hace referencia a la estructura socio-productiva que en los centros receptores hace posible que el visitante disfrute de los recursos que han motivado su desplazamiento, también se refiere al impacto económico de la actividad turística que genera ingresos económicos provenientes de los centros emisores de turismo y empleos (Varisco, C. 2008 p.25).

Una comunidad en proceso de mejora o perfeccionada, tiene una ventaja con el empleo ya sea directo o indirecto, ya que ayudará a que la zona reviva su potencial turístico, que sea reconocida y que llame la atención a quienes la visitan, la explotación de los recursos y atractivos que posee la comunidad ayuda mucho ya que estos son la esencia principal para que los pobladores busquen oportunidades de crear más fuentes que ayuden a su economía, al crecimiento del lugar y por ende a un posicionamiento que brinde todas las oportunidades.

La comunidad es algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos Socorrás, E. (2004) p. 41. Mientras MINTUR (2014) fundamenta es un grupo de personas que tiene como objeto llevar una vida en común, en el que prima la ayuda mutua. Comparten elementos comunes, tales como: idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social, roles; creando una identidad común, diferente de otros grupos humanos.

Percepción de la comunidad cuando el turismo se inserta dentro de las necesidades de expansión económica, social, cultural, política, y psicológica de las sociedades occidentales u occidentalizadas, pues sólo éstas vienen siendo sociedades de contratación y de formación de los excedentes necesarios, potenciando el desarrollo de las comunicaciones y los desplazamientos humanos colectivos, no forzados como válvula de escape a su propio estrés Talavera, A.S.(2006) p.151.

Cuando hablamos de percepción nos referimos a la opinión que tiene una persona o un grupo de personas referente a un servicio, bien o cualquier objeto que se le sugiera una respuesta, valiendo esta como aportación para un análisis a fondo referente a lo que se está tratando, en cuanto a comunidad es un conjunto de habitantes que tienen un hábitat compartido, que consta con un líder que les direcciona y motive a salir adelante, y por último percepción de la comunidad si lo adaptamos a este tema se puede establecer que es cómo ven los habitantes el desarrollo turístico del Cantón Sucre en la actualidad.

La (Organización Mundial del Turismo, 2001) define al desarrollo turístico sostenible como aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Mientras que cuyo volumen y orientación del desarrollo evoluciona de manera que la presión sobre el medio natural permanecen por debajo del umbral de capacidad de carga tanto para la generación presente como para la futura. El Ecuador necesita desarrollo turístico sostenible que cuide nuestra riqueza histórico-cultural, el medio ambiente, las comunidades y reactive la economía (Salvador, M.I 2006).

Yépez,V. (2011)p.172 define que un desarrollo sostenible es aquel turismo que implica la conservación del medio ambiente es decir la búsqueda de un equilibrio entre visitante, entorno turístico y comunidad local. Un proceso de desarrollo económico y de progreso social y cultural, que se produce en armonía con su ambiente o entorno (áreas urbanas o rurales), ajustándose a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro (Secretaría de Turismo, s.f.)

La vertiente económica suele ser la principal causante de las actitudes positivas en las comunidades locales, observándose dos visiones. Una pro-desarrollo y otra dañina, en la que el desarrollo desmesurado del turismo, no planificado y de baja calidad origina costes económicos percibidos por la población. Díaz, R. & Gutiérrez, D. (2010) p.85.

Se acató el término inglés *sustainable development*, y de ahí nació la confusión entre los términos «desarrollo sostenible» y «desarrollo sustentable». La diferencia es sustantiva ya que «desarrollo sostenible» implica un proceso en el tiempo y espacio y va de la mano de la eficiencia, lo cual le permite además ser eficaz. Mientras que el «desarrollo sustentable» implica una finalidad (aquí/ahora) y va de la mano de la eficacia más no necesariamente de la eficiencia. Por tanto, un verdadero desarrollo sostenible implica por añadidura sustentabilidad, más la sustentabilidad no implica necesariamente sostenibilidad (Wandemberg, 2015). El desarrollo sustentable satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades

(Gudynas, E. 2002) p.215.

El desarrollo turístico sostenible pretende mantener los ingresos para la comunidad mediante los servicios que se brinden, siendo estos permanentes y que no disminuyan con el tiempo sino que se desarrollen o se mantengan, ya que esto va a mejorar las condiciones de vida de los habitantes. Para ello se necesita de un buen uso de los recursos para su conservación, esto implica el cuidado del ambiente lo cual es muy importante ya que es lo que vamos a explotar y por ende para no dañar el ecosistema, de igual manera la parte económica tiene mucha relación porque es el medio por el cual los habitantes van a tener un mejor estilo de vida, en lo referente a lo social también es importante porque al acoger diferentes clases sociales hace que se aprenda mucho y se relacione con diferentes culturas que pueden contribuir a la mejora del servicio.

CONCLUSIONES

El muestreo aleatorio estratificado proporcional admitió determinar a partir del número de estrato la proporción y la muestra del estrato, determinando así la cifra de encuestado en cada una de la zona objeto estudio determinando el perfil de los actores locales. Donde el 44.60% figuró la parroquia de Bahía de Caráquez y el 55.40% simbolizó la población de la parroquia Leónidas Plaza determinando el número de los estrato.

El 58 % de los encuestado indicaron que probablemente no está satisfecho con el desarrollo turístico del cantón ya sea la zona urbana como lo es Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza, lo que significa que al mejorar los ingresos y calidad de vida de los habitantes se puede fomentar a las comunidades buscando proyectos que contribuyan al desarrollo sostenible del turismo.

El análisis de fiabilidad permitió evaluar las propiedades de las escalas de medición que se utilizaron en el instrumento (encuesta) y de los elementos que componen las escalas también proporciono información sobre las relaciones entre elementos individuales de la escala, arrojó una fiabilidad de 0.95 denotando que los actores respondieron conscientemente las interrogantes y el instrumento cumplió con las expectativas de los autores de la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ayala, L. (2011). Planificación y Administración Estratégicas. Recuperado el 23 de Julio de 2016, de <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc.html>

Balastrieri, A., & Rodríguez. (1999). Turismo e Espaço. Rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec. Recuperado el 21 de Julio de 2016, de http://www.esade.edu/educedit2004/pdfs/68_torres.pdf

Bermúdez, L. F. (2014). Turismo de Aventura. Recuperado el 22 de Julio de 2016, de http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf

Díaz, R., & Gutiérrez., D. (2010). La Actitud del Residente en el Destino Turístico de Tenerife: Evaluación y Tendencia. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8 n° 4, 431-444. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.pasosonline.org>

Economía Verde. (2011). Programa de Medio Ambiente de Naciones Unidas. Por un Mundo Sostenible. Recuperado el 26 de Julio de 2016, de <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=10>

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2002). Turismo Comunitario. Pangea Sostenible. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://pangeasostenible.org/2011/12/federacion-plurinacional-de-turismo-comunitario-del-ecuador/>

Garcés, F. (1995). Guía Metodológica para Desarrollo de Proyectos de Ecoturismo. Tesis , Corporación de Conservación y Desarrollo, Quito-Ecuador. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://dspace.espoeh.edu.ec/bitstream/123456789/1837/1/23T0305%20JARAMILLO%20GABRIELA.pdf>

Gómes, C. L., & Azevedo, J. (2013). El Ocio y el Turismo en los Artículos Publicados en Revistas Académicas de Turismo. Turismo y Desarrollo, 22(5). Recuperado el 26 de Julio de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/geografia.html>

Gudynas, E. (2002). Ecología, Economía y Ética del Desarrollo Sostenible. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.ecologiapolitica.net/gudynas/GudynasDS5.pdf>

INDEC. (s.f.). ¿Qué es Turismo? Recuperado el 26 de Julio de 2016, de <http://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf>

Inostroza, G. (2013). Desarrollo Turístico y Comunitario. Scielo. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1707/1/DE%20LA%20ROSA%20BORBOR%20ESTEFANIA%20ELENA.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). Sistema Integrado de Consultas. (Ecuador en Cifras) Recuperado el 25 de Julio de 2016, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1314_SUCRE_MANABI.pdf

Ivars, J. A. (2001). Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible: Propuesta para la creación de un Sistema de Indicadores. Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Geografía. . Recuperado el 25 de Julio de 2016

Kotler, P. G. (2011). Marketing Turístico. Madrid: Pearson Educacion S.A. Recuperado el 23 de Julio de 2016, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10308/1/Eddy%20De%20La%20Cruz.pdf>

Luna, L. G. (2014). Investigación Turística. Perú. Recuperado el 22 de Julio de 2016

Ministerio de Turismo. (2015). Turismo en Cifra: Boletines Estadísticos. Quito. Recuperado el 22 de Julio de 2016, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4964/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-265.pdf>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (26 de Septiembre de 2007). PLANDETUR 2020. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Mitur. (2014). Conceptos Turísticos. Ministerio de Turismo. Recuperado el 20 de Julio de 2016

Naciones Unidas & Cumbre Mundial. (2005). Desarrollo Sostenible. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO. (2007). National and Regional Tourism Planing, International Thomson Business Press. Londres. Recuperado el 22 de Julio de 2016

Organizacion Mundial del Turismo. (2015). Formas de Turismo. Recuperado el 22 de Julio de 2016, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-básico>

Pérez, M. d. (s.f.). Desarrollo Turístico. Monografía, Catia de la Mar, Estado Vargas, Venezuela. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos89/desarrollo-turistico/desarrollo-turistico2.shtml>

PLANDETUR. (2013). Ministerio de Turismo del Ecuador. Ecuador. Recuperado el 22 de Julio de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.

Punter, J. V. (1982). La Percepción. Londres. Recuperado el 21 de Julio de 2016, de http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/102564102/turismo_percepcion_paisaje.pdf?sequence=1

Red Latinoamericana-Alemana de Pedagogía Social & Servicio Académico Alemán para Extranjeros. (2003). Pedagogía social en Latinoamérica. Estrategias en Educación Popular, Desarrollo e Interculturalidad. Ecuador. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1837/1/23T0305%20JARAMILLO%20GABRIELA.pdf>

Redatam. (2010). Obtenido de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=104&Itemid=76

Rodríguez, M. (2010). Teoría General del Turismo. México. Recuperado el 22 de Julio de 2016

Salvador, M. I. (29 de Diciembre de 2006). Macro-entorno del Turismo Sostenible en el Ecuador. TOURISM&LEISURE. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Secretaría de Turismo. (s.f.). Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de Manual para la Gestión del Desarrollo Turístico Municipal: http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/desarrollo_turistico_municipal.pdf

SECTUR. (2014). Ecoturismo. México, México D.F. Recuperado el 22 de Julio de 2016

Socorrás, E. (2004). Participación, Cultura y Comunidad. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana. Recuperado el 23 de Julio de 2016, de <http://www.redalyc.org/pdf/1813181321553002.pdf>

Talavera, A. S. (2006). Antropología y Turismo: ¿nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona. Recuperado el 20 de Julio de 2016

Tierra, N. (2010). Texto Básico de Certificación Turística. Tesis. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1837/1/23T0305%20JARAMILLO%20GABRIELA.pdf>

Troncoso, C. (2016). Creando un Lugar Turístico y Patrimonial: Las Transformaciones de la Quebrada de Humahuaca a Partir de los Procesos de Construcción de Atractividad Turística y Patrimonialización.

Turismo y Desarrollo. Recuperado el 26 de Julio de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/geografia.html>

Varisco, C. (2008). Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa. Tesis de Postgrado, Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

Wandemberg, J. C. (2015). Sostenible por Diseño: Desarrollo Económico, Social y Ambiental. Amazon Try Prime. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <https://www.amazon.com/Sostenible-por-Dise%C3%B1o-Desarrollo-Econ%C3%B3mico/dp/1517062357>

Yépez, V. (2011). Turismo Sostenible en el Interior de la Comunidad Valenciana. Recuperado el 23 de Julio de 2016, de (Articulo). Disponible en

Zabalela, A. T. (Diciembre de 2003). Los modelos actuales de gestión en las organizaciones, gestión del talento. REDALYC.ORG(12), 115-133.

IMPACTO QUE GENERA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN LA TOMA DE DECISIONES POR LA GERENCIA

THE EFFECT OF MARKET RESEARCH ON THE DECISION-MAKING BY MANAGEMENT

Jairo Mendoza García¹, Mercedes Véliz Valencia¹

¹Universidad Técnica de Manabí - Ecuador

e-mail: jimendoza@utm.edu.ec¹, mnveliz@utm.edu.ec¹

Recibido: 29/04/2018

Aceptado: 15/07/2018

Código Clasificación JEL: H32, N3, D41

RESUMEN

La investigación de mercados resulta beneficiosa en diversas situaciones; sin embargo, la decisión de realizarla no es automática, esta decisión debe sustentarse en consideraciones previas de muchos aspectos, entre los cuales se puede mencionar, la comparación entre costos y beneficios, los recursos disponibles para realizarla y para llevarla a la práctica, así como la actitud de la gerencia hacia su realización. Por lo cual, debería efectuarse cuando el valor de la información que se genera, supera los costos de llevarla a cabo. Cuanto más importante sea la decisión frente a la que se enfrenta la administración y mayor sea la incertidumbre o el riesgo que ésta implica, mayor será el valor de la información obtenida. La investigación de mercados, suele realizarse, por empresas comerciales que son organizaciones independientes (proveedores externos) o departamentos dentro de las corporaciones (proveedores internos). La motivación en las utilidades en ocasiones hace que los investigadores o los clientes pongan en riesgo la objetividad o profesionalismo asociados con el proceso. Como investigadores, esto despierta nuestro interés y mediante encuestas realizadas en varias empresas dentro de la provincia de Manabí, se pretende dar a conocer el impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia, es decir, una vez realizado un análisis previo de la situación de la empresa, cuán importante es aplicar o no aplicar la investigación de mercados.

Palabras clave: Planificación, análisis, empresas, consumidores, competencia, estrategias.

ABSTRACT

Market research is beneficial in various situations; however, the decision to make it is not automatic, this decision must be based on previous considerations of many aspects, among which we can mention, the comparison between costs and benefits, the resources available to carry it out and to put it into practice, as well as the attitude of management towards its realization. Therefore, it should be done when the value of the information generated, exceeds the costs of carrying it out. The more important the decision faced by management and the greater the uncertainty or the risk involved, the greater the value of the information obtained. Market research is usually carried out by commercial companies that are independent organizations (external suppliers) or departments within corporations (internal suppliers). Motivation in profits sometimes causes researchers or clients to put at risk the objectivity or professionalism associated with the process. As researchers, this arouses our interest and through surveys carried out in several companies within the province of Manabí, it aims to publicize the impact that generates the market research in decision making by the management, namely, once a previous analysis of the situation of the company, how important it is to apply or not to apply market research.

Key words: Planning, analysis, companies, consumers, competition, strategies.



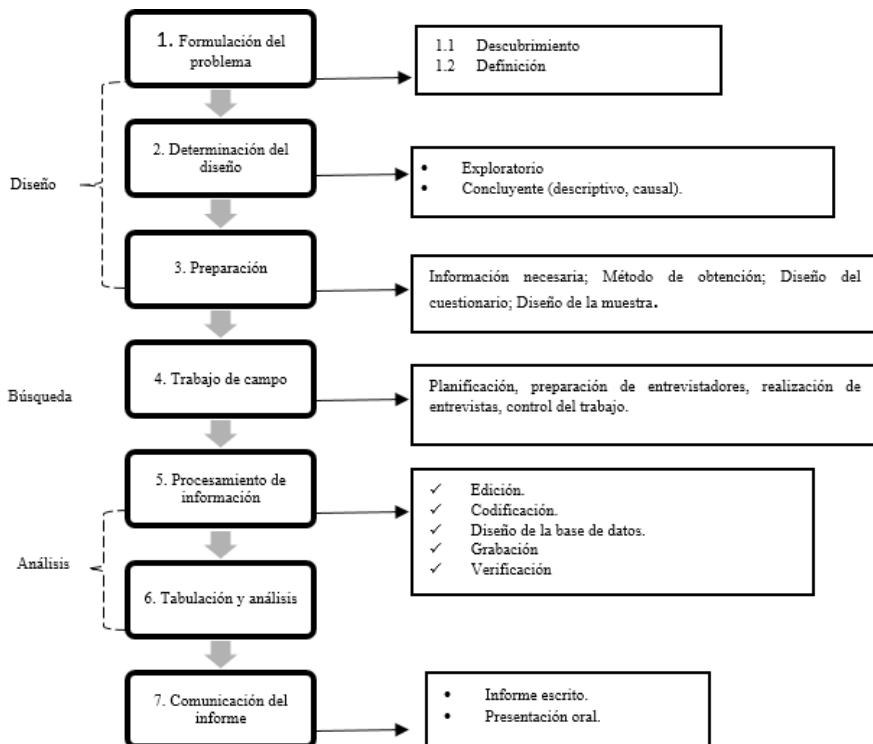
INTRODUCCIÓN

El apoyo de toda compañía comercial es la compra y venta de bienes o servicios, y para esto es imprescindible comprender todo el entorno en el que se desenvuelve, que parte de ciertos factores como son, productos, clientes, competencia, y sobre todo poseer una clara visión y los objetivos a corto y largo plazo que se desean alcanzar, todo esto es la base de una investigación de mercado, que a fin de cuentas servirá para generar respuestas a las necesidades que se tiene como negocio.

“La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones”. (Malhotra, 2008).

Es pues la investigación de mercados, una herramienta muy importante en la toma de decisiones por parte de la gerencia. Permitiendo así, a la administración, tener un mejor panorama en cuanto a los riesgos y beneficios que existen en el mercado tomando en cuenta todos los factores que en el interceden. El proceso de investigación de mercados puede observarse como una sucesión de pasos:

Gráfico 1. Pasos de una investigación



Fuente: EducaMarketing (2005). Guía para realizar una Investigación de Mercados.

Estas etapas pueden entenderse como un proceso cíclico, ya que las conclusiones de una investigación generan nuevas ideas o ponen de manifiesto nuevos problemas susceptibles de ser investigados.

Solo conociendo previamente cuáles son los problemas que tiene la empresa, puede empezarse

a pensar en la forma de estudiarlos y, como consecuencia, en solucionarlos. El reconocimiento, formulación y concreción de los problemas es la misión de los estudios preliminares realizados. Una vez efectuados dichos análisis, se está en condiciones de decidir el alcance del estudio y definir los objetivos o metas del trabajo que se va a realizar.

Una investigación de mercado tiene un aporte muy específico en la planeación de estrategias y la toma de decisiones en una empresa o proyecto, pues dependiendo de los resultados obtenidos, se definen propósitos y guías a seguir para atacar los problemas que se hayan detectado; esto puede ser aplicado a cualquier tamaño y tipo de empresa, de nueva creación o con años de servicio, pues el fin siempre va a ser el mismo, encontrar la manera de optimizar recursos, mejorar las áreas de oportunidad y hacer que la empresa sea más rentable.

Por su parte (Geldres, 2015) menciona que la investigación de mercados “es una herramienta fundamental para la toma de decisiones estratégicas de marketing de toda empresa. Esta contribuye a conocer qué piensa, siente, y motiva al consumidor a decidir por una marca o por la de la competencia”. La decisión de llevar a cabo una investigación de mercado debe sustentarse en consideraciones como la comparación entre costos y beneficios, los recursos con los que se cuenta para realizar la investigación y para llevar a la práctica sus hallazgos, así como la actitud y disposición de la administración para su realización (Malhotra, 2008).

La necesidad de una investigación de mercado es similar a la aceptación del concepto de mercadeo; y esta se da a través de un proceso para llevar a cabo la recopilación de información, en la cual se especializa la investigación de mercados; en el sector comercial se puede decir que es una inversión, pues genera utilidades y reduce los riesgos por decisiones tomadas erróneamente, desde una posición independiente de los directivos y con un punto de vista objetivo.

La introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Esta definición abarca no sólo la innovación tecnológica sino también los siguientes cuatro ámbitos: producto, proceso, mercadotecnia y organización. (Susana Pérez Padrón, Freddy R. Moreno Méndez, Tania Padrón Zardúa, 2018).

Según la página Web (Planeta, 2008) una investigación de mercado debe servir para:

- Tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.
- La investigación va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.
- Indicará qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.
- Proporciona información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.
- Una investigación de mercado debe exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Al analizar el mercado se debe iniciar por observar y estudiar detenidamente al consumidor, pues es el que muestra a las empresas que tipo de productos o servicios son los que desea adquirir, debiendo decidir así la empresa a qué precios venderlos, dónde y cómo hacerle publicidad al producto, qué canales de distribución emplear, entre otros. Los canales de distribución son un gran determinante para tener un negocio exitoso, ya que intervienen directamente con los costos directos y si no se tiene varios intermediarios involucrados es más factible poder reducir el costo de los productos y así generar más ventas.

Generalmente los consumidores tienen varias opciones para comprar, por esto los

empresarios requieren de estudiar sus mercados cuidadosamente e ir en busca de sus compradores; y por esta razón, la investigación de mercados se convierte en un activo de la empresa que evita gastos y riesgos al señalar los potenciales de mercados y ventas, formando parte de la cultura comercial de un negocio.

Una investigación de mercado es tecnología que aumenta las ventas, contribuye a la productividad y a la mejora de utilidades. Cuando logra establecerse en la organización como elemento estratégico y de apoyo para el director de la empresa, su contribución a la rentabilidad aumenta geométricamente con respecto a su presupuesto ejercido (López, 2001).

Se necesita de esta investigación cuando la información que se obtendrá estará destinada a la toma de decisiones y sobre todo que efectivamente se aplicarán los resultados.

El analizar el mercado permite a las empresas trazar estrategias de comercialización más eficaces; además de realizar pronósticos de la demanda, planes de exportaciones e importaciones, segmentación de mercado y también realizar análisis de la competencia y su posicionamiento (Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, 2010). Asimismo ésta es la “mejor manera de poder conocer a los consumidores y clientes para mejorar la participación y el posicionamiento en el mercado” (Herrera, 2013)

Es así que tenemos que los beneficios que representa efectuar una investigación de mercado, según información obtenida en parte de la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa U.S. Small Business Administration (SBA) (2010) son:

- La investigación le ayuda a identificar oportunidades en el mercado
- Por ejemplo, si usted planea iniciar un negocio en cierta localización geográfica y descubre que en ese lugar existe poca competencia, entonces usted ya identificó una oportunidad. Las oportunidades para el éxito aumentan si la región en la que piensa hacer negocio está altamente poblada y los residentes reúnen las características de su grupo seleccionado.
- La investigación de mercado minimiza los riesgos
- Si en lugar de identificar oportunidades en el mercado, los resultados de la investigación le indican que no debe seguir con el plan de acción, entonces es el momento de hacer ajustes. Por ejemplo, si los hallazgos reflejan que el mercado está saturado con el tipo de servicio o producto que planifica ofrecer, entonces usted sabe que tal vez sea mejor moverse hacia otra localización.
- La investigación de mercado identifica futuros problemas
- A través de la investigación puede descubrir, por ejemplo, que en el lugar donde quiere establecer su negocio, el municipio planifica construir un paso a desnivel o una ruta alterna con el propósito de aliviar la congestión de tránsito. ¿Usted ha identificado un posible problema!
- La investigación de mercado le ayuda a evaluar los resultados de sus esfuerzos

Con la investigación puede determinar si ha logrado las metas y los objetivos que se propuso al iniciar el negocio. En los países capitalistas hasta en los menos desarrollados, se tiene y se cubre la necesidad de las investigaciones de mercado, pues, aunque represente parte de sus egresos para sus empresas nacionales, son una inversión a largo plazo.

Es en base a los beneficios anteriormente mencionados, es que muchas empresas del mundo optan por esta herramienta antes de lanzar sus productos o servicios al mercado. Esto debido al alto valor de las inversiones, y estimaciones por parte de todos los inversionistas y acreedores; por lo cual requieren que éstas no corran el riesgo de una pérdida, que les implicará pérdidas.

No es diferente el panorama en Ecuador, los empresarios deben estar al tanto de los cambios económicos, las modificaciones en el código de comercio, y demás estatutos y decisiones estatales, que de una u otra manera inciden en el funcionamiento de las empresas, para ser más puntuales, en la toma de decisiones por parte de la gerencia.

Es por eso que a lo largo de toda la investigación se necesita estar presentando periódicamente reportes al gerente o dueño donde se plasmará los diferentes avances y posibles situaciones presentadas

durante lo que ya se lleve ejecutado.

Una vez que se ha recolectado toda la información necesaria y ha sido analizada por el investigador, se elabora un informe donde se expresen los resultados y conclusiones obtenidos, con las respectivas sugerencias de procedimiento y acciones a tomar.

En este informe el investigador presentará propuestas de mejora para la problemática expuesta al inicio del mismo, ya dependerá de los directivos o dueño de la empresa si deciden emplearlas o no. Esto puede ser complementado con una presentación oral de los puntos más importantes sobre la investigación realizada para una explicación más personal y directa.

Conociendo estos aspectos preliminares, es necesario conocer el impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por parte de los gerentes de dos empresas comerciales, para este caso, una empresa que si aplica investigación de mercados y otra que no aplica investigación de mercados.

Es pues la Investigación de mercados, la Identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas (y oportunidades) de marketing.

Por su parte (Michael Baumgardner, 2008) nos dice que “El papel del investigador de mercados debe incluir habilidades de asesoría, competencia técnica y administración eficaz. Su papel se enfoca en brindar información para identificar tanto los problemas de marketing como las soluciones que permitan emprender acciones” Conocer cuál es la finalidad de un investigador es esencial para quien desee desarrollar una investigación de mercados. Puesto que debe conocer los principios fundamentales que le guíaran a una buena toma de decisiones.

METODOLOGÍA

La presente investigación tuvo lugar gracias a diferentes fuentes de información, mismas que compilaron una serie de filiaciones conducentes de una manera más amplia y verídica, a conocer si en realidad es importante la investigación de mercado, que se pudo obtener con la ayuda de una empresa embotelladora de agua de la ciudad de Portoviejo y una empresa industrial de la ciudad de Manta; siendo estas, la empresa que se le denominará uno (1) que corresponde a la compañía que no realiza la investigación de mercado dentro de sus procesos y la empresa que se le denominará dos (2) que corresponde a la compañía que si aplica las estrategias y herramientas de la investigación de mercado, por ello se procedió a utilizar la técnica de entrevista reflejada en un cuestionario de 10 preguntas a los gerentes generales de dichas empresas. Por otro lado, también se aplicó la técnica de la encuesta que fue dirigida hacia los consumidores, con el fin de poder obtener sus opiniones sobre las características que ellos toman en cuenta al momento de elegir un producto. Los resultados obtenidos arrojaron datos que permitirán describir el tema principal para con ello poder realizar las conclusiones respectivas de la investigación.

RESULTADOS

Se pretende conocer el impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por parte de los gerentes de dos empresas comerciales, para este caso, una empresa que si aplica investigación de mercados y otra que no aplica investigación de mercados. Dentro de las provincias de Manabí y Guayas, todo bajo el apoyo por parte de la Universidad Técnica de Manabí, y demás colaboradores.

La investigación y obtención de información, estuvo a cargo de docentes de la cátedra de Investigación del Mercados. Se elaboró y ejecuto el cuestionario de diez preguntas para realizar las entrevistas para efecto del presente artículo, los que arrojan los resultados que aparecen en las siguientes tablas:

Tabla 1. Cuestionario y repuestas de la entrevista realizada a la empresa que no aplica investigación de mercado

	Pregunta	Resultados
1	¿Qué tipo de herramientas utiliza para conocer el comportamiento del mercado?	Acorde a la respuesta. Visitas periódicas a los clientes que consumen mi producto
2	¿Qué impacto ha tenido el aplicar estas herramientas para la recolección de información referente al mercado?	He tenido un impacto favorable ya que fortalezo al cliente y me sube
3	¿En cuanto a los riesgos al momento de la toma de decisiones, de qué métodos se valen para la toma de decisiones?	Primero me informo bien y de allí realizo una acción
4	¿Cuáles han sido los beneficios obtenidos aplicando estos métodos? (Entendiéndose que no aplican investigación de mercados)	Menores costos y más
5	¿Si no han considerado la investigación de Mercados como herramienta para la recolección de información relevante del mercado, cómo definiría al método que han utilizado?	El método que he utilizado lo defino como eficiente
6	¿Han logrado tomar decisiones analizando posibles hechos a futuro?	Sí hemos tomado decisiones y nos ha servido
7	¿Cómo logran identificar las oportunidades que se presentan en el mercado?	Por medio de vendedores al momento de realizar las rutas de ventas.
8	¿Con qué frecuencia analizan el comportamiento del mercado?	Dos veces al año.
9	¿Cuál es el tiempo prudente o cada que tiempo debería considerarse evaluar el comportamiento del mercado?	Debería ser evaluado cada 3 meses.
10	¿Cuál de sus productos está mayormente posicionado, y en qué porcentaje?	El bidón de agua de 20 litros en un 70%.
11	¿Considera que la innovación en sus productos se debe al comportamiento o preferencias del consumidor?	Claro que sí, el consumidor pide innovar

Tabla 2. Cuestionario y repuestas de la entrevista realizada a la empresa que aplica investigación de mercado

	Pregunta	Resultados
1	¿Considera que la investigación de mercados es esencial para la toma de decisiones por parte de la gerencia?	La Investigación de mercado es la parte medular de la toma de decisiones de una empresa en cuanto al proceso de marketing e innovación
2	¿Con qué frecuencia la realizan?	Todos los productos que se lanzan pasan por dos o tres estudios de investigación cada uno, adicional de otros temas que se investigan fuera de la innovación.
3	¿Considera que la investigación de mercados ayuda a identificar oportunidades?	Sí.
4	¿Opina Ud. que la investigación de mercados ayuda a minimizar riesgos?	Sí.
5	¿Cree Ud. que una buena investigación de mercado le ayuda a identificar futuros problemas?	Sí.

6	¿Considera que la investigación de mercado podría ser reemplazada por otros métodos y/o herramientas que permitan obtener resultados similares?	No conozco otros métodos o herramientas que puedan reemplazar la Investigación de mercados
7	B ¿En el supuesto de utilizar otros métodos y/o herramientas, ¿cuáles consideraría?	No conozco otros métodos o herramientas que puedan reemplazar la Investigación de mercados
8	¿Qué métodos y/o herramientas han sido las que le han dado mejores resultados?	Los estudios cualitativos, cuantitativos y el neuromarketing
9	¿En cuál y qué tipo de sus productos ha sido más beneficiosa la investigación de mercado, y en qué porcentaje?	Todos nuestros productos de consumo masivo y todas las decisiones estratégicas en Marketing son basados en información obtenida de la investigación de mercados.
10	¿Cuáles son los resultados obtenidos en sus investigaciones?	La tasa de innovación éxito de innovación es muy alta, lo cual indica que tomamos decisiones acertadas con la Investigación de mercado. Las campañas publicitarias también pasan por este proceso.
11	¿Considera que la innovación en sus productos se debe al comportamiento o preferencias del consumidor o la generación de ideas provenientes del Dpto. de Mercadeo?	Constantemente se investigan las necesidades y tendencias del consumidor lo que ayuda a generar las ideas de innovación. Sin investigación y sin conocer al consumidor es complicado identificar las necesidades por lo que creemos que el proceso de Investigación de mercado es fundamental en una empresa de consumo masivo

Tabla 3. Resultados de la encuesta realizada a los consumidores

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS	%
Pregunta 1 ¿En base a qué factores toma sus decisiones al momento de adquirir un producto?	Calidad	72,4%
	Precio	13,8%
	Atención al cliente	13,8%
	Necesidades	
	TOTAL	100%
Pregunta 2 ¿Cree Ud. que los productos la compañía “X” satisficieron sus necesidades?	Si	96,6%
	No	3,4%
	TOTAL	100%
Pregunta 3 ¿Cuáles son los medios de publicidad de La compañía “X” que más le llama la atención?	Vallas y carteles publicitarios.	24,1%
	Publicidad por TV.	69%
	Publicidad por radio.	3,45%
	Publicidad puerta a puerta.	
	Otro tipo de publicidad.	3,45%
	TOTAL	100%

Pregunta 4 ¿Por medio de qué publicidad conoció los productos de La compañía “X”?	Vallas y carteles publicitarios.	20,7%
	Publicidad por TV.	62,1%
	Publicidad por radio.	6,9%
	Publicidad puerta a puerta.	
	Otros medios de publicidad.	10,3%
	TOTAL	100%
Pregunta 5 ¿Cuál es el producto que más consume de La compañía “X”?	Aceites	42%
	Deja	13,8%
	Mantequilla	12%
	Jabones	33%
	TOTAL	100%
Pregunta 6 ¿Cómo ha sido su experiencia con los productos de La compañía “X”?	Excelente	44,8%

La presente encuesta realizada a los consumidores se hizo con el fin de conocer como la sociedad hace para conocer un producto nuevo o servicio, mediante qué medio de comunicación, y es que lo que busca al momento de adquirir un producto y así saber las preferencias de los consumidores; además estos resultados sirven para presentarlos como un aporte para que las empresas puedan conocerlos y así tomar medidas o decisiones al momento de lanzar un producto o servicio nuevo al mercado.

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a una pequeña muestra dentro de una población, el factor que más influye en la decisión de compra de estos consumidores es la calidad con un 72,4%, la mayoría de consumidores está dispuesto a pagar si es necesario un precio un poco alto a cambio de un producto que tenga una calidad garantizada en el mercado, el 13,8% se direcciona por los precios que posee un producto al momento de la compra, el 13,8% restante optó por una buena atención por parte del personal de venta de la empresa donde adquiera el producto y al grado de necesidad que tenga a la hora de adquirir cierto producto.

Los datos obtenidos reflejan que el 96,6% de las personas encuestadas afirman estar satisfechas con los productos que ofrece la compañía “X”, por lo tanto, la empresa goza de una muy buena aceptación por parte de su público consumidor, lo que garantiza su permanencia en el mercado, el 3,4% restante dijo no estar satisfecho con los productos que ofrece la empresa.

Una de las mejores herramientas del marketing que ayudan a impulsar las ventas dentro de una empresa es la publicidad, el objetivo de esta pregunta fue analizar de qué manera la compañía “X” llega a sus clientes y cuál es el que más aceptación tiene por parte de sus consumidores, los datos encontrados fueron los siguientes, un 69% tiene preferencias por la publicidad por medio de la TV, el 24,1% prefiere las vallas y carteles publicitarios, el 3,45% antepone la publicidad por medio de radio y la publicidad puerta a puerta que son una de las más tradicionales, el 3,45% restante señala que prefiere otro tipo de publicidad.

La publicidad es una forma de comunicación comercial la cual persigue un único objetivo que es persuadir al público a comprar un producto, por medio de ella las empresa logran hacer conocer sus productos, según los datos de las encuestas realizadas el 62,1% de los consumidores de la compañía “X” señala haber conocido sus productos por medio de la TV, el 20,7% expone que llegó hasta esta empresa gracias la publicidad mediante vallas y carteles publicitarios, el 10,3% conocieron los productos a través de otros medios publicitarios, y el 6,9% apunta por los medios tradicionales tales como la publicidad por medio de la radio y la publicidad de puerta a puerta

Para conocer el grado de consumo de los clientes de la compañía “X” se tomaron como muestra los productos más vendidos para saber cuál es el más consumido por parte de la población,

se concluyó que el producto que más se consume son los diferentes tipos de aceites contando que la empresa cuenta con una gran gama de este producto, otro de los productos que se ha logrado posicionar en el mercado de los detergentes es el Deja, estando en segundo lugar según los datos reflejados en la tabla, en el tercer lugar tenemos la mantequilla y por ultimo otros detergente incluido los jabones.

Con el objetivo de conocer el nivel de la experiencia de los consumidores se formuló esta pregunta, obteniendo como resultado los siguientes datos, el 52,2% califica de buena la experiencia recibida por parte de los productos de la compañía “X”, el 44.8% le califica de excelente, el 3% restante dice no estar satisfecha con las experiencias percibidas por parte de los productos de la compañía “X” calificándole de mala y pésima.

DISCUSIÓN

En cada decisión empresarial de importancia como por ejemplo lanzar un nuevo producto o servicio, o ingresar a un nuevo mercado, está implícito el nivel de riesgo que nos puede llevar al fracaso rotundo; ese nivel de riesgo, y sus consecuencias de fracasar, pueden ser mayor o menor de acuerdo a todo lo que está de por medio de la decisión a tomar.

La necesidad de información es básica en cualquier situación empresarial y se acentúa en épocas de una dinámica económica compleja. La experiencia es un factor importante pero no suficiente en situaciones de incertidumbre. La situación de madurez y aumento de la competencia en muchos mercados, los costes de las acciones de marketing y la preocupación por la calidad en el consumo de bienes y prestación de servicios han motivado el desarrollo de la investigación de mercados.

Es por esto la investigación de mercado es una herramienta fundamental que conlleva a un sinnúmero de decisiones estratégicas en la empresa, así poder estar cerca del consumidor y saber exactamente las necesidades de éste.

Mediante el presente artículo se pretende conocer cuán importante es aplicar o no esta herramienta de investigación de mercado, para ello se tiene las opiniones de dos diferentes empresas una que si aplica y la otra que no aplica investigación de mercado.

La empresa que no aplica investigación de mercado, menciona que la herramienta que utiliza para conocer el mercado y su comportamiento es realizar visitas periódicas a los clientes y por su parte utilizando esta técnica ha tenido un impacto favorable porque ha fortalecido la relación que mantiene con sus clientes. El análisis del comportamiento del mercado lo realizan dos veces al año. En cuanto a la toma de decisiones, éste tiende a informarse bien de los acontecimientos y después ejecuta una acción.

Como se puede notar esta empresa no realiza investigación de mercado, esto se da por una toma decisión por parte de gerencia, consideran que la técnica que utilizan para conocer el mercado es visitar a los clientes y esto le trae beneficios como bajos costos y lo califican como eficiente, asimismo se mantienen en constante innovación en sus productos.

Por otro lado, está la empresa que si realiza investigación de mercado, aquella menciona que la investigación de mercado es parte medular de la toma de decisiones de una empresa en cuanto al proceso de marketing e innovación, considera que ésta ayuda a identificar oportunidades, minimizar riesgos en el mercado. Asimismo, menciona que utiliza estudios cualitativos, cuantitativos y el neuromarketing para dar a conocer sus productos. Además, se encuentran en constante investigación de mercado para saber las necesidades y tendencias del consumidor de esta forma generar ideas de innovación.

Como se puede evidenciar, esta empresa sí realiza investigación y estudios de mercados, lo cual afirma que es una de las mejores decisiones que ha tomado para conocer las necesidades y estar acorde a las constantes actualizaciones en temas de innovación.

La investigación de mercado hoy en día es, sin duda, una herramienta de vital importancia para las empresas ya que esta hace que mantenga una estrecha vinculación con el consumidor, así también

lo afirma, American Marketing Asociación (AMA) que define la investigación de mercados como la función que vincula al consumidor, cliente y público con el vendedor a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing y a través de ella generar, redefinir, evaluar y controlar la ejecución de las acciones de marketing.

Por lo tanto, se afirma que aplicar investigación de mercado es de vital importancia para una empresa, porque mediante esta permite conocer cerca todos los cambios que se dan día a día y así tomar las mejores decisiones para el beneficio de la empresa y los consumidores, así también se refleja que la empresa que si aplica esta herramienta de investigación de mercado, la cual se tomó para la entrevista en la presente investigación, menciona que esta realizar esta herramienta es importante porque tiene mayores beneficios para la empresa que se caracteriza por sus productos de consumo masivo.

Los gerentes optan por tomar las mejores decisiones con el fin que las empresas que ellos representan sean exitosas en el mundo de los negocios, pero a veces estas decisiones no todas son las acertadas, para ello siempre hay que conocer de cerca al mercado en el que es participe, estudios hechos por profesionales o departamentos especializados en la materia.

Así también lo indica (Michael Baumgardner, 2008) que nos dice: “El papel del investigador de mercados debe incluir habilidades de asesoría, competencia técnica y administración eficaz. Su papel se enfoca en brindar información para identificar tanto los problemas de marketing como las soluciones que permitan emprender acciones”. Esta información obtenida por especialistas va a tener un rol importante dentro de la organización, ya que se va a tomar las mejores decisiones basadas en antecedes y en la recopilación de información.

Conocer cuál es la finalidad de un investigador es esencial para quien desee desarrollar una investigación de mercados. Puesto que debe conocer los principios fundamentales que le guiarán a una buena toma de decisiones.

Lo opuesto a la investigación de mercado es la intuición del propio directivo o de un agente influente en él; y esta es normalmente la principal causa de los fracasos en las decisiones y estrategias comerciales, como por ejemplo los lanzamientos de nuevos productos, de donde estadísticamente se sabe que de cada 10 fracasan 9.

Es por ello por lo que la investigación de mercados, lamentablemente poco usada por muchos directivos de importantes empresas u organizaciones del medio, resulta una herramienta vital para la buena gestión de un directivo con características emprendedoras e innovadoras.

Analizar en detalle cada palabra obtenida al momento de realizar una investigación de mercados nos ayuda a entender mejor el terreno que estamos pisando y sobre el que posteriormente vamos a actuar. Una empresa debe aprovechar todas las herramientas que la investigación de mercado brinda para poder obtener el éxito esperado con el producto que se pretende lanzar.

CONCLUSIONES

El éxito de una empresa depende mucho de una buena investigación de mercados; el hecho de conocer los principios fundamentales para su realización y la importancia que conlleva permite a los gerentes tomar buenas decisiones de mercadeo.

La investigación de mercados es una herramienta que le permite al usuario, conocer a sus clientes actuales y a los potenciales. Al saber cuáles son los gustos y preferencias de los consumidores, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, se podrá ofrecer los productos que se pretende y a un precio adecuado.

Los resultados de la Investigación de Mercados se verán reflejados en la acogida por parte de los clientes, y los beneficios particulares de la empresa. Algo muy importante al momento de realizar una investigación de mercado, es tomar en cuenta a los consumidores, pues de sus opiniones, depende mucho el éxito de la investigación, y las decisiones que la gerencia tome con respecto al producto o servicio.

Por las respuestas de los consumidores, se demuestra que la investigación de mercados

permite a la gerencia enfocar sus estrategias hacia grupos definidos de clientes y consumidores, y esto ayuda a conocer cuáles son los productos que generan mayor acogida dentro de sus clientes actuales y también de los potenciales. Al aplicar una buena investigación de mercados se permite conocer en detalle las falencias existentes en ciertos productos y también en las estrategias aplicadas por parte de la gerencia. Esto resalta la importancia de no dejar al margen ningún producto o servicio, todos deben tomarse en cuenta, para así conocer que opiniones tiene el público al respecto; para lo cual se deben analizar necesidades, tendencias que ayuden a la generación de ideas. Teniendo una tasa de innovación de éxito es uno de los resultados que brinda el aplicar la investigación de mercados, lo cual representa mayores réditos para las empresas y aumenta la satisfacción de los clientes con nuevos productos en los mercados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Benassini, M. (2009). Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina.

D'Astous, A., Sanabria, R., Pierre, S. (2003). Investigación de mercados: Una manera de conocer preferencias, comportamientos y tendencias. Décimo novena Edición. Bogotá, Colombia. Grupo Editorial Norma.

El Instituto Nacional del Emprendedor (2000). Programa de Capacitación y Modernización del Comercio Detallista. Investigación de Mercados. Programa de Capacitación y Modernización Empresarial (PROMODE). Ciudad de México, México. Recuperado de: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>

Esteban, M. J.-T.-J.-I. (2015). Introducción a la investigación de Mercados 2ª Edición. Avda. de Valdenigrales, s/n. 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid): © ESIC EDITORIAL.

Fischer, L. Espejo, J. (2011). Mercadotecnia. Cuarta Edición. México D.F., México. Mc Graw Hill Interamericana.

Galicía, L. A., & López, F. (2015). Entorno e información de mercados: Aproximación a la investigación comercial. Vigo, España. Ideaspropias Editorial SL.

Geldres, F. M. (16 de Julio de 2015). Revista Conexionesan. Obtenido de La investigación de mercados, pieza clave en el proceso de toma de decisiones de marketing: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2015/07/16/investigacion-mercados-pieza-clave-proceso-toma-decisiones-marketing/>

Herrera, J. E. (2013). Investigación de Mercado, segunda edición. Bogotá: Ecoe ediciones.

Malhotra, N. K. (2008). Investigación de Mercados Quinta Edición. Atlanta - Georgia: PEARSON EDUCACIÓN, México, 2008. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

McDaniel, C., & GATES Jr, R. M. (2015). Investigación de mercados. Décima edición. México D.F., México. CEMGAGE Learning.

Michael Baumgardner, P. y. (2008). Investigación de Mercados Quinta Edición (Naresh K. Malhotra). Mexico: PEARSON EDUCACIÓN, México, 2008.

Muñiz, R. (2017). Marketing-xxi. Obtenido de Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición :: CAPÍTULO 3. Investigación de mercados: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de->

mercados-23.htm

Naresh, M. K. (2008). Investigación de mercados. Mexico, Mexico: Editorial Pearson Educación.

Planeta, C. (11 de 10 de 2008). Análisis e investigación de mercado. Obtenido de http://www.trabajo.com.mx/analisis_e_investigacion_de_mercado.htm

Susana Pérez Padrón, Freddy R. Moreno Méndez, Tania Padrón Zardúa. (2018). La innovación tecnológica y la investigación de mercado en el sistema cubano. Revista científica de la Universidad de Cienfuegos. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/808/908>

Segunda Edición. México D.F., México. Pearson Educación.

Piguave, V. R. (2016). La investigación de mercados, un desafío en nuestra economía, mirada práctica y creativa. Manta, Ecuador. Editorial Mar Abierto.

Talaya, Á. E., García, J. Narros, M.J. Olarte, C. Reinares, E. Saco, M. (2008). Principios de marketing. Tercera Edición. Madrid, España. Esic Editorial.

Talaya, Á. Molina, A. (2014). Investigación de Mercados. Primera Edición. Madrid, España. ESIC Editorial.

CALIDAD DEL SERVICIO EN EL PROCESO ALIMENTOS Y BEBIDAS DE UN HOTEL EN ECUADOR

QUALITY OF THE SERVICE IN THE PROCESS FOOD AND BEVERAGES OF A HOTEL IN ECUADOR

Mabel Font Aranda¹, Gilberto Blanco González²

¹Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Ecuador

²Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí - Ecuador

e-mail: mabelfont@yahoo.es¹, gilbertoblancogonzalez@gmail.com²

Recibido: 04/02/2018

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: M11, L66, Q18

RESUMEN

La satisfacción del turista, depende en gran medida de la calidad del servicio que se preste, particularmente en un hotel, el área de alimentos y bebidas; abarca todos los procesos y subprocesos relacionados con el servicio gastronómico, desde su producción hasta la venta, incidiendo la forma como se configura y la asociación a un sinnúmero de experiencias. Este proceso garantiza la salud y la regeneración de energías que permite el desarrollo de las actividades, no solo como turista, sino como ser humano. En este contexto, el trabajo tiene como objetivo, evaluar la calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en la ciudad de Manta, para la contribución de su mejora. Se utilizaron métodos, técnicas y herramientas, como: revisión bibliográfica, entrevista, plan tipo, observación científica, revisión de documentos oficiales, diagrama de flujos, criterio de especialista, entrevista, lluvia de ideas, ponderación, estadística descriptiva, matrices. La metodología resultante es adaptable a otras entidades similares; se estructuró en cinco fases: I. Caracterización del hotel y el área de alimentos y bebidas, II. Identificación de los sub procesos asociados, III. Esquematización de los subprocesos identificados, IV Identificación de indicadores de evaluación y fase V. Medición del desempeño del proceso objeto de estudio. La aplicación a una empresa hotelera permitió en cada uno, de trece procesos correspondientes al área, la identificación de las brechas para la mejora de la prestación de los servicios afines.

Palabras clave: Política alimentaria, procesos, evaluación, gestión de alimentos y bebidas.

ABSTRACT

Tourist satisfaction depends largely on the quality of the service provided, particularly in a hotel, the food and beverage area; It covers all the processes and sub processes related to the gastronomic service, from its production to sale, influencing the way it is configured and the association to countless experiences. This process guarantees the health and regeneration of energies that allow the development of activities, not only as a tourist, but also as a human being. In this context, the work aims to evaluate the quality of the service in the food and beverage process of a hotel in the city of Manta, for the contribution of its improvement. Methods, techniques and tools were used, such as bibliographic review, interview, type plan, scientific observation, review of official documents, flow diagram, specialist criteria, interview, brainstorming, weighting, descriptive statistics, and matrices. The resulting methodology is adaptable to other similar entities; it structured in five phases: I. Characterization of the hotel and the Food and Beverage area, II. Identification of the associated sub processes, III. Schematization of the identified sub processes, IV Identification of evaluation indicators and phase V. Measurement of the performance of the process under study. The application to a hotel company allowed in each of thirteen processes corresponding to the area, the identification of gaps for the improvement of the provision of related services.

Key words: Food policy, processes, evaluation, food and beverage management



INTRODUCCIÓN

Dentro del ámbito del turismo, la calidad es algo consustancial a la esfera íntima de la persona, consiste en un proceso de actuaciones encadenadas técnicamente solventes, donde el cliente es quien establece el nivel de satisfacción volviendo a comprar. Es dar al cliente lo que quiere al menor coste posible, lo que supone la orientación de la organización hacia él; y realizar una gestión eficaz, competitiva y rentable. Así entendida, la calidad es al mismo tiempo: una herramienta de trabajo, un modelo de gestión empresarial, y un potente instrumento de marketing (Organización Mundial del Turismo, 2015).

Cuando la gestión en el hotel asegura que las actividades se piensen, diseñen y ejecuten en el marco de un proceso, los empleados reconocen que sus actividades individuales son parte de algo mayor, y se proyectan hacia metas comunes en la prestación de un servicio de calidad. Negrín (2002) señala que la gestión por procesos es una forma de gestionar la organización basándose en los Procesos, siendo definidos estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una entrada para conseguir un resultado, y una salida que a su vez satisfaga los requerimientos del cliente. Esta forma de gestión representa una secuencia ordenada y lógica de actividades repetitivas realizadas en la organización por una persona, grupo o departamento, para conseguir un resultado lo más cercano a lo planificado, destinado a satisfacer las necesidades de clientes externos o internos.

En las organizaciones de hospitalidad los procesos pueden clasificarse en tres categorías fundamentales estratégicos, operativos o clave y de soporte (INEN. 2008). Los estratégicos, permiten analizar las necesidades y condicionantes de la sociedad, del mercado y de las empresas. Los operativos o clave, tienen contacto directo con cliente, y a partir de los cuales el consumidor percibirá y valorará la calidad. Los de apoyo, sirven de sostén a los anteriores. Los subprocesos, forman parte de un proceso, e incluye varias operaciones y actividades, donde los resultados están asociados al proceso al que pertenece. Aunque no todas las entidades de alojamiento tienen estrictamente estructurados los procesos referidos, el de alimentos y bebidas es clave, si lo incluye.

El obligado consumo de alimentos y bebidas por todos los seres humanos y con mayor razón por los visitantes que pernocten o no en los destinos turísticos, determina el estatus de este proceso. Por un lado, como necesidad fisiológicas y por otra como parte de expectativas y experiencias que desea vivir el consumidor. El disfrute de este servicio, se convierte frecuentemente en el eje de atracción y criterio de percepción para emitir un juicio final de satisfacción. Inciden en este ámbito: la elaboración de los alimentos, higiene, rapidez, ambiente acogedor, amabilidad y atención, entre otros aspectos. Al respecto numerosos autores han enfocado sus investigaciones: Negrín (2002); Libonati (2006); Correia y otros (2012); Ávila (2014); Guzmán y Cárcamo (2014), García Pulido, Y. A. y otros. (2016), Fernández-Sánchez y otros (2017); Kido y otros. (2018).

En la entidad objeto de investigación, se ha detectado la falta de precisión de los procesos y subprocesos al momento de prestar un servicio de calidad asociado a la carencia de personal capacitado en esta área, problema expuesto por los clientes, mediante quejas y sugerencias y por la dirección del área de alimentos y bebidas, que reconoce forman parte del proceso con mayores debilidades en la entidad. Por tanto, los resultados de la investigación se convierten en una guía para la evaluación y mejora del servicio de alimentos y bebidas en la empresa estudiada, y no solo, también para otros hoteles de Manabí.

El problema que se debe resolver se enmarca en la interrogante: ¿Cuáles son los principales problemas que existen en el proceso de alimentos y bebidas a considerar en la mejora de la calidad de los servicios afines en el hotel? Se plantea como objetivo evaluar la calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en la ciudad de Manta, para la contribución de su mejora. Se omite el nombre de la entidad para garantizar la ética empresarial.

Un aspecto interesante que destaca la investigación, es que se involucra al prestador de actividad, a través de la inducción hacia la comprensión de las falencias clave a resolver respecto a la calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas del hotel. Ellos autoevalúan los procedimientos a

partir de modelos y listas de chequeo, contrastados con los resultados de las supervisiones del chef directivo. Los modelos para chequear el cumplimiento de acciones, se sustentan en diagramas de flujo de los diferentes subprocesos identificados y fruto de estudios similares, como los desarrollados por Negrín, 2002.

METODOLOGÍA

La tabla 1 muestra las fases, métodos, técnicas y herramientas utilizados para el desarrollo de la investigación. Determinados métodos teóricos, constituyen procesos lógicos del pensamiento, y por eso se emplearon durante todo el desarrollo de la investigación, estos son: analítico-sintético, comparación, modelación, inductivo – deductivo.

Tabla 1. Metodología utilizada

Fases	Métodos, técnicas y herramientas
Fase I Caracterización del hotel y el área de alimentos y bebidas.	Revisión bibliográfica, plan tipo, entrevista, observación científica, revisión de documentos oficiales.
Fase II Identificación de los sub procesos del área de alimentos y bebidas.	Observación científica, diagrama de flujos, grupos de trabajo con colaboradores.
Fase III Esquematización de los subprocesos identificados.	Criterio de especialista, grupos de trabajo con colaboradores.
Fase IV Identificación de indicadores de evaluación del sub-proceso de alimentos y bebidas.	Lluvia de ideas, criterio de especialistas, grupos de trabajo con colaboradores.
Fase V Medición del desempeño del proceso de alimentos y bebidas mediante indicadores seleccionados.	Ficha técnica, ponderación, estadística descriptiva, matrices, grupos de trabajo con colaboradores.

Fuente: Elaboración propia

El plan tipo para la caracterización de la entidad hotelera, considera aspectos generales del hotel como ubicación general del hotel, procedencia del capital, fecha de fundación del objeto del estudio, tipo de hotel, imagen corporativa, misión y visión, instalaciones, categoría del hotel, principales mercados emisores que visitan el hotel, las tarifas ofrecidas. Aspectos específicos del área de alimentos y bebidas: personal responsable del departamento, imagen que proyecta el área, cantidad de colaboradores, responsabilidades, descripción del área, nivel de preparación profesional de los colaboradores, descripción de las funciones del personal, factores de éxito a partir de la oferta gastronómica, servicios ofrecidos, otros aspectos de interés: número de mesas existentes, tarifas estándares.

La entrevista se aplica a directivos involucrados en la actividad, de temas como: la misión y visión del área, estrategias implementadas para que el servicio ofrecido sea de calidad, programas de capacitación para el personal, eje central de la capacitación, incentivo al personal para ofrecer y mejorar el servicio, nivel de satisfacción de los clientes, principales problemas en los procesos y qué efectos genera, fortalezas de los procesos y qué efectos generan, existencia de manuales de operación para los diferentes procesos, en qué medida se cumplen los requerimientos, principales quejas y satisfacciones de los clientes sobre los diferentes servicios, otros aspectos de interés.

Con la participación de los colaboradores se identifican los principales subprocesos, y se construyen los flujogramas a partir de presentar ejemplos de Negrín (2002), los cuales son modificados en función de las peculiaridades del hotel.

Luego del análisis teórico de Ávila (2014), ISO 9001:2015, en un equipo conformado por: los autores del artículo, chef, jefe del área y estudiantes de práctica VIII semestre de la carrera

Ingeniería en Turismo; se realiza una lluvia de ideas silenciosa para la identificación y selección de los indicadores. En correspondencia con las características del área, se organizan de acuerdo a su importancia los indicadores seleccionados y se determina la frecuencia de atributos no deseables en la calidad del servicio. Para la medición del desempeño de los subprocesos de alimentos y bebidas, se emplea la ficha técnica del anexo 1, para realizar la autovaloración del funcionamiento de cada subproceso. Los resultados se cruzan mediante matrices que facilitan la comparación.

RESULTADOS

El hotel ocupa un edificio diseñado para brindar la comodidad y el relax, donde se combina ambiente armonioso con la tranquilidad de la estancia en las habitaciones y departamentos. Ofrece diversos servicios y comodidades para sus huéspedes como el exclusivo de “Concierge”, dos restaurantes, uno de comida gourmet y otro ecuatoriano, piscina, Spa, gimnasio, salas para eventos, entre otros.

Los principales segmentos de mercados que llegan al Hotel son: canadienses, chilenos, italianos y americanos, además del mercado interno. El área de alimentos está enfocada a proyectar una buena imagen tanto al cliente externo e interno, en dar un excelente servicio, con respeto, amabilidad para el visitante. Las ofertas son muy variadas, desde almuerzos ejecutivos, platos a la carta, parrilladas con cortes de carnes especiales, piqueo, postres y en mariscos con una diversidad exquisita, de las diferentes partes del Ecuador y de distintos países del mundo. El restaurante presta servicio bufete y a la carta, según se planifique.

La capacidad es de 15 mesas en el interior del restaurante y 11 en exterior, las tarifas en cuanto a la oferta que brinda el área varía, depende de lo requerido por el cliente, tiene precios que van desde los 12.99, hasta 70.00 dólares para aquellos que tienen mayores exigencias.

Las características de la fuerza laboral se sintetizan en la tabla 2.

Tabla 2. Estructura de la fuerza laboral.

Área	Total de colaboradores	Edad - años	Género	Ocupación	Instrucción
Cocina	13	25 a 35	12 hombres y 1 mujer	Polifuncional	Bachiller 10 Superior 2
Restaurante	4 meseros	21 a 38	3 hombres y 1 mujer	Pol-funcional	Superior
Bar	3	22 a 33	Todos hombres	Bartender, barman y mesero	Bachiller

Fuente. Entrevista a jefes de áreas.

En la cocina, los colaboradores son creativos, competitivos y profesionales, mientras el mayor punto crítico es el tiempo de espera para la salida de los pedidos.

En el restaurante una fortaleza es el sistema de relaciones humanas, caracterizado por la comunicación, compañerismo, cordialidad, coordinación.

En el bar la fortaleza es el trabajo en equipo. De la entrevista realizada al chef de partida internacional, jefe del área de alimentos y bebidas del hotel, se obtienen los siguientes criterios:

- La misión y visión del hotel, están dirigidas a la satisfacción del cliente y brindar un buen servicio de calidad.
- Prioridad a la capacitación del personal debido a la falta de preparación técnica y nivel instructivo.
- Incentivo con bonos a los colaboradores.
- Las principales quejas de los clientes externos se asocian con la demora en el servido a la mesa, entiéndase el tiempo que deben esperar los comensales, desde el pedido hasta que el camarero lleve la bebida y comida a la mesa.

- Carencia de flujogramas que muestren los algoritmos, desarrollo de las acciones y operaciones de manera empírica.

Se identificaron 13 subprocesos del área de alimentos y bebidas, todos se realizan frecuentemente o muy frecuentemente. En cada caso se elaboraron los flujogramas (modificados de Negrín, 2002), identificando las principales falencias prioritarias a resolver (tabla 3). Se muestran ejemplos de flujogramas (Figura 1 y 2). Cada paso según corresponda, sigue una carta técnica.

Figura 1. Diagrama de Flujo del Subproceso Cocina (Servicio a la mesa buffet y preparación de legumier y carnicería)

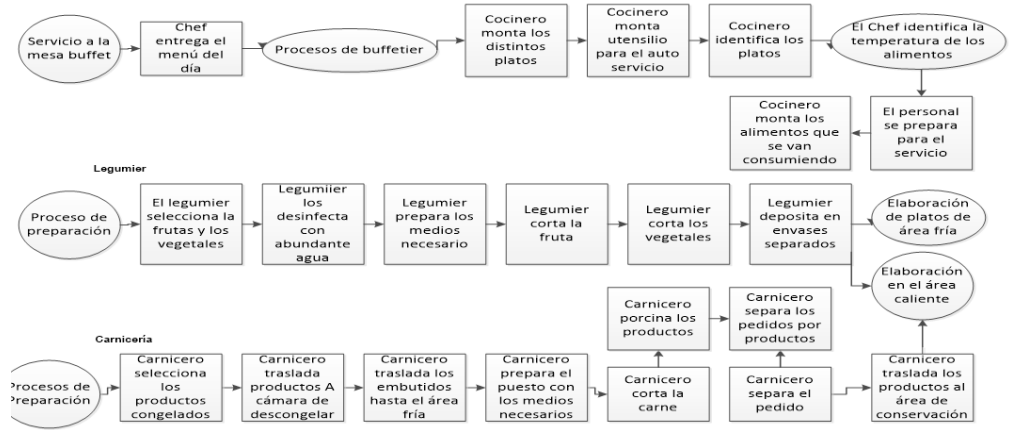
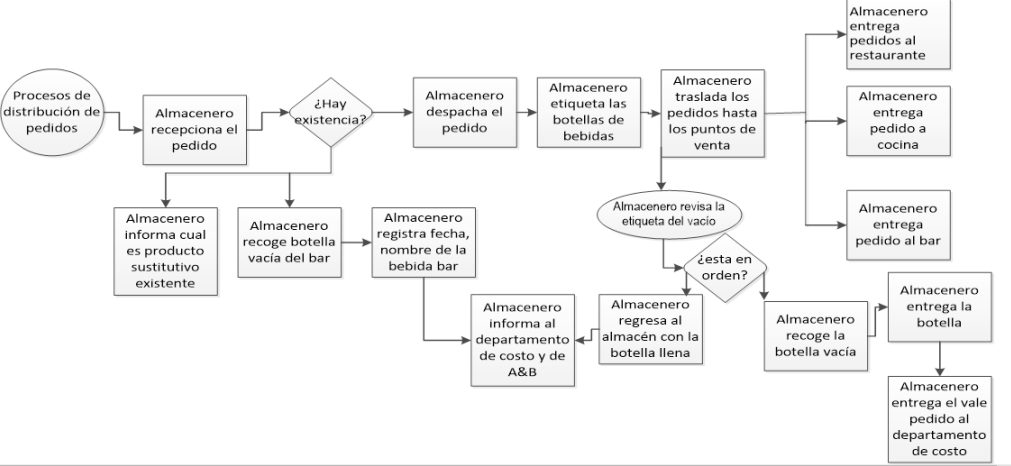


Figura 1. Diagrama de flujo del subproceso Distribución de Pedidos



Fuente: Modificado a partir de Negrín (2002)

Las falencias de estos subprocesos están relacionadas con la ausencia de tiempos establecidos para la entrega de los pedidos, situación que se hace más crítica en horarios pico. Se sigue el modelo de lo primero que entre es lo primero que sale, pero hay pérdida de recursos en la elaboración de los productos.

Otras debilidades de los subprocesos son:

1. Espacio de la cocina reducido con relación a los mobiliarios, equipos y personal que concurre, lo que dificulta la fluidez de las operaciones.
2. Dependiendo del menú se brinda el servicio de copa de agua gratuita, contrariamente tiene un costo.

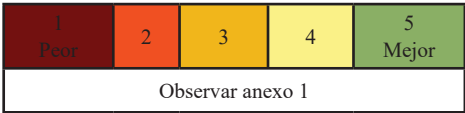
- 3. Carencia de gueridones de restaurantes que permita el acabado de algunos platos y facilite el trabajo.
- 4. Ubicación inadecuada del mise en place.
- 5. Carencia de comunicación, detalle y cordialidad en la atención y venta.

La síntesis del intercambio con los colaboradores de cada uno de los subprocesos, se muestra en la tabla 3. Los resultados evidencian contradicciones, aquellos aspectos que son objetivos e incuestionables son expresados, en cambio cuando se trata de una valoración subjetiva se intenta solapar.

Tabla 3. Autoevaluación por colaboradores del funcionamiento de cada subproceso

SUBPROCESOS	Adecuación del tiempo empleado	Adecuación del lugar donde se realiza	Frecuencia de momentos críticos	Calidad del sub-proceso
1. Distribución de pedidos.	2	4	3	3
2. Cocina (Servicio a la mesa buffet y preparación de legumier y carnicería).	2	2	2	4
3. Cocina (Elaboración del pan y repostería)	2	2	2	4
4. Cocina (Elaboración de platos en el área fría y en el área caliente).	2	2	2	3
5. Restaurante (Montaje de las mesas para el desayuno en el servicio buffet y almuerzos, cena en servicio buffet y a la carta).	3	4	4	3
6. Restaurante (Montaje de los gueridones y reunión de información)	2	2	3	3
7. Restaurante (Mise en place)	2	3	3	5
8. Restaurante (Servicio buffet y a la carta)	2	5	4	4
9. Restaurante (Recibimiento a cliente en servicio buffet y a la carta)	4	5	3	4
10. Restaurante (Desmontaje de mesas y cierre del restaurante)	3	4	4	4
11. Servicios de bares (Mise en place)	3	4	3	5
12. Sanidad (Servicio de fregado)	3	5	3	5
13. Control de costo	5	5	5	5

Fuente. Elaboración propia.



En ocho de los subprocesos, el tiempo empleado para esta actividad es inadecuado, en los cinco restantes el tiempo empleado es adecuado. La demora parte de la producción en la cocina, cuyo espacio es reducido para las operaciones que allí se deben ejecutar. El resto de los subprocesos que no dependen de la cocina, fluyen relativamente bien, no obstante, los colaboradores declaran momentos críticos, los cuáles están relacionados con especificidades de las operaciones y las destrezas del recurso humano para solucionar contingencias.

Los subprocesos relacionados con el control de costos, recibimiento del cliente, montaje y desmontaje de mesas reciben mayor ponderación, incluyendo la calidad del proceso en su integridad. La calidad de los subprocesos vinculados con la cocina, son autoevaluados globalmente como regular o bueno, aun cuando en todos los otros criterios admiten falencias.

De la lluvia de ideas se identifican 7 indicadores sobre atributos no deseables en la calidad

del servicio en el área de alimentos y bebidas, estos se muestran en la tabla 4, además la frecuencia de ocurrencia.

Tabla 4. Indicadores sobre atributos no deseables en la calidad del servicio por subprocesos

Subprocesos	Indicadores					
	Reclamaciones de calidad	Errores de facturación	Entrega fuera de plazo	Imprevistos no resueltos	Clientes Insatisfechos	Recursos Malgastados
1. Distribución de pedidos.	CS	AV	CS	CS	CS	CS
2. Cocina (Servicio a la mesa buffet y preparación de legumier y carnicería).	AV	AV	CS	CS	AV	CS
3.Cocina (Elaboración del pan y repostería)	AV	AV	CS	CS	AV	AV
4. Cocina (Elaboración de platos en el área fría y en el área caliente).	AV	AV	CS	CS	AV	CS
5.Restaurante (Montaje de las me-sas para el desayuno en el servicio buffet y almuerzos, cena en servicio buffet y a la carta	AV	AV	CN	CS	AV	AV
6. Restaurante (Montaje de los gue-ridones y reunión de información)	AV	AV	CS	CS	AV	CS
7. Restaurante (Mise en place del restaurante)	AV	AV	AV	AV	CS	AV
8. Restaurante (Servicio buffet y a la carta)	AV	AV	AV	CS	S	CS
9. Restaurante (Recibimiento a clien-te en servicio buffet y a la carta)	AV	AV	AV	AV	AV	AV
10. Restaurante (Desmontaje de mesas y cierre del restaurante)	AV	AV	AV	AV	CN	AV
11. Servicios de Bares (Mise en place de bares)	AV	AV	CS	AV	AV	AV
12. Sanidad (Servicio de fregado)	AV	AV	AV	AV	AV	AV
13. Control de costo	AV	AV	CN	CS	AV	AV

Fuente: Elaboración propia

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
Observar anexo 1				

La tabla 4 permite cruzar la información con los criterios vertidos por los colaboradores en la tabla 3, aunque se refiere a otros aspectos, estos hablan sobre la calidad del servicio; del análisis se derivan las siguientes interpretaciones:

Los indicadores más afectados son imprevistos no resueltos y la entrega fuera de plazo, ya que hay ocho y seis procesos respectivamente incluidos en cada uno, que ocurren casi siempre; según entrevista incide en este resultado el funcionamiento de la cocina y su insuficiente espacio. El predominio de los procesos se ubica en la categoría de a veces. Casi nunca hay clientes insatisfechos con el subproceso restaurante (Desmontaje de mesas y cierre del restaurante), por la poca incidencia que puede tener en el cliente.

Casi siempre ocurren la entrega fuera de plazo, imprevistos no resueltos y recursos malgastados, en los subprocesos relacionados con los pedidos y la cocina, con el resto de los subprocesos cuando tienen dependencia directa.

En el subproceso distribución de pedidos, casi siempre ocurren reclamaciones de calidad,

entrega fuera de plazo, imprevistos no resueltos y clientes insatisfechos, también a veces errores de facturación. Las consecuencias negativas de todos los demás subprocesos se reflejan finalmente en este.

En el subproceso de restaurante (Servicio al cliente en el restaurante buffet y restaurantes a la carta) ocurren casi siempre los imprevistos no resueltos y recursos malgastados; pero llama la atención que en el subproceso de restaurante (buffet y restaurante a la carta) siempre hay cliente insatisfechos.

Los subprocesos que no guardan relación con la cocina la categoría predominante es a veces ocurren los atributos no deseables. Los atributos no deseables que casi nunca ocurren en la entrega fuera de plazo, se relacionan con el montaje de mesas y control de costo.

DISCUSIÓN

La connotación especial del proceso de alimentos y bebidas, marca el nivel de satisfacción de los turistas como servicio demandado por los que se hospedan en el hotel. Se corrobora que el desarrollo de la secuencia de actividades y acciones en los tiempos óptimos, para cada uno de los subprocesos de alimentos y bebidas, tiene una marcada incidencia en la calidad del servicio que se preste y la satisfacción del consumidor, coincidiendo con Negrín (2002); Libonati (2006); Cordoves (2011). Correia y otros (2012); Ávila (2014); Guzmán y Cárcamo (2014), García Pulido, Y. A. y otros. (2016), Fernández-Sánchez y otros (2017); Kido y otros. (2018).

El funcionamiento de la cocina y el espacio asignado, constituyen factores clave que repercuten en la demora del servicio que se preste al cliente, se desata a partir de los subprocesos afines las manifestaciones de insatisfacción de los clientes externos. Respecto a que en el subproceso distribución de pedidos, casi siempre ocurren reclamaciones de calidad, entrega fuera de plazo, imprevistos no resueltos y clientes insatisfechos, también a veces errores de facturación; son resultados investigativos asimismo evidenciados en otras partes de Ecuador (Fernández-Sánchez y otros, 2017). Las consecuencias negativas de todos los demás subprocesos se reflejan finalmente en este e incide en la insatisfacción del turista, para quienes el tiempo es clave. Acerca de lo mencionado se citan resultados investigativos de estos autores:

La ubicación y diseño de las cocinas no cumplen los requisitos establecidos para garantizar una correcta elaboración de las ofertas, refieren Fernández-Sánchez y otros (2017).

Criterios semejantes se reflejan en estudios realizados en otros países de la región, como les compete a Libonati (2006), Ávila (2014), Guzmán y Cárcamo (2014), estos últimos plantean que el grado de Respuesta: es el factor que más resaltó entre los clientes encuestados fue el elemento correspondiente a “siempre brinda un servicio oportuno y rápido” y “siempre busca dar un esfuerzo extra para manejar sus peticiones especiales”.

Si se sigue la secuencia de actividades y operaciones que implica cada uno de los subprocesos del proceso de alimentos y bebidas en un hotel, igualmente adquieren vigencia los posicionamiento de Correia y otros (2012) y Kido y otros. (2018). respecto a que la gestión de la calidad en el ámbito referido tiene como principal punto la higiene de los alimentos, el tipo de alimento, las condiciones en que se encuentran, los posibles efectos sobre la salud. “Estableciendo los requisitos establecidos la actividad desempeñada alcanzará los resultados deseados y, así, garantizará el éxito” Correia y otros (2012).

CONCLUSIONES

El desarrollo teórico metodológico permite y constituye la base para obtener los resultados, se verifica y cumplen los objetivos e idea a defender de la investigación.

La estructuración de un procedimiento de cinco fases, elaborado a partir de antecedentes metodológicos, propició la evaluación de forma fluida del proceso de alimentos y bebidas en un hotel de Manta.

El predominio de los subprocesos se ubica en casi siempre (3) según la categoría de los indicadores, esto evidencia problemas relacionados con: calidad del servicio, facturación, demora en la actividades, imprevistos no resueltos, clientes insatisfechos y recursos desperdiciados.

La entrega fuera de plazo e imprevistos no resueltos son los indicadores con atributos no deseables de la calidad con mayor cantidad de casi siempre ocurren en seis subprocesos, esencialmente relacionados con la cocina. Los subprocesos en los que casi siempre ocurren atributos no deseables de la calidad son en orden distribución de pedidos, restaurante (Servicio al cliente en el restaurante buffet y restaurantes a la carta) y todos los relacionados con la cocina, que incide en los primeros.

La autovaloración por los colaboradores tiene coincidencia cuando la causa es objetiva, y contradictoria cuando implica la evaluación del servicio que ellos prestan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ávila Hernández, A. (2014). Gestión de la restauración. Tesis presentada en opción al título de Master en Gestión Turística, Mención Gestión Hotelera. Facultad de Ciencias Económicas. Departamento de Turismo. Universidad de Matanzas.

Cordoves Merlán, I. (2011). Procedimiento para la gestión del proceso de alimentos y bebidas en medianos hoteles de ciudad categoría dos estrellas. Tesis presentada en opción al Título Académico de Master en Gestión Turística) Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Facultad de Ingeniería Industrial y turismo. Centro de Estudios Turísticos. Consultado 3 de diciembre de 2017. Recuperado de: <http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/7838/Tesis.MGTIbon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Correia, G. P. y otros (2012). Gestión de calidad del servicio de alimentos y bebidas. Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 21 (2012) pp. 763 – 777 Consultado 3 de diciembre de 2017. Recuperado de: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N03/v21n3a12.pdf>

Fernández-Sánchez, L. R. y otros. (2017). Estrategias de mejora para la gestión de los Restaurantes. Caso de estudio: establecimientos de Comida típica de la Amazonía del Ecuador. Revista Ecociencia. Vol. 4, No.4, agosto 2017. ISSN: 1390-9320. Guayaquil-Ecuador. Consultado 3 de diciembre de 2017. Recuperado de: <http://ecociencia.ecotec.edu.ec/upload/php/files/agosto17/04.pdf>

García Pulido, Y. A. y otros. (2016). Propuesta de herramienta para la aplicación de la ingeniería de menú en restaurantes de hoteles all-inclusive. Revista Investigaciones Turísticas, nº 12, pp. 142-162 ISSN: 2174-5609 Consultado el 1 de enero de 2017. Recuperado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61312/1/Investigaciones_Turisticas_12_07.pdf

Guzmán, A.y Cárcamo M. L. (2014). La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio “Restaurant Familiar Los Fresnos”. Acta Universitaria , 24 (3), 35-49. Mayo-Junio 2014. doi: 10.15174.au.2014.503 Vol. 24 No. 3. Consultado el 1 de agosto del 2016. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/416/41631291004/>

INEN. (2008). Norma Técnica Ecuatoriana (NTE-2891). Hoteles y apartamentos turísticos. Requisitos para la prestación del servicio. Incluye la modificación 1:2010. Quito- Ecuador.

ISO 9001:2015 (traducción oficial) NORMA INTERNACIONAL Traducción oficial.

Libonati, M. (2006). Procedimiento para la gestión de la calidad, seguridad e higiene de los alimentos. Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República de Argentina. Consejo Federal de Inversiones. ISBN 987-23139-0-3. Buenos Aires, Argentina.

Kido M. T. y otros. (2018). La satisfacción del comensal como elemento clave del binomio gastronomía-turismo en Tijuana. Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo regional. Número 51, volumen 28. Enero-Junio de 2018. Revista electrónica. ISSN: 2395-9169. Consultado el 1 de agosto del 2016. Formato PDF. Recuperado de: <https://www.ciad.mx/estudiosociales/index.php/es/article/view/499/324>

Organización Mundial del Turismo (2015), Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos – Conceptos, implementación y herramientas para autoridades, instituciones y gestores de destinos, OMT, Madrid.

Negrín, E (2002) Procedimiento para el mejoramiento de los procesos operacionales hoteleros. (En línea). CU. Consultado el 1 de agosto del 2016. Formato PDF. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos94/gestion-procesos-inventario-alimentos-y-bebidas-actividad-hoteleria/gestion-procesos-inventario-alimentos-y-bebidas-actividad-hoteleria.shtml>

ANEXO 1

Ficha técnica para la evaluación del funcionamiento actual de cada subproceso

1.- ¿Nombre del subproceso? Descripción general ¿En qué consiste este subproceso?

2.- ¿Quién o quienes lo hacen? – Están Preparados

Sexo	Edad	Ocupación	Nivel de Instrucción	Idoneidad	
				Cargos	Funciones

3.- ¿Cuándo lo realiza?

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

4.- ¿Cuán adecuado es el tiempo empleado para la actividad?

Totalmente Inadecuado	Inadecuado	Adecuado	Muy Adecuado	Totalmente Adecuado
1	2	3	4	5

4.- ¿Dónde se Realiza?

Totalmente inadecuado	inadecuado	Medianamente Adecuado	Adecuado	Totalmente Adecuado
1	2	3	4	5

6.- ¿Con que frecuencia existen momentos críticos en el proceso?

Muy Frecuente	Frecuente	Medianamente frecuente	Poco Frecuente	Nada Frecuente
1	2	3	4	5

5.- ¿Cuál es la Calidad del Proceso?

Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

7.- ¿Cuáles son las deficiencias?

8.- ¿Cuáles son las fortalezas del proceso?

9.- Cuadro: Indicadores clave sobre atributos no deseables de los procesos

Indicadores	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
Reclamaciones de calidad					
Errores de facturación					
Entrega fuera de plazo					
Resolución de imprevistos					
Clientes Insatisfechos					
Recursos desperdiciados					

Fuente. Elaboración propia.

ESCENARIOS PROBABILÍSTICOS PARA ENTIDADES DE SALUD PRIVADAS: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN MÉDICO-ADMINISTRATIVA

PROBABLE SCENARIOS FOR PRIVATE HEALTH ENTITIES: ANALYSIS OF MEDICAL-ADMINISTRATIVE MANAGEMENT

Johana Abril Ortega¹, David Arias Chávez¹,
César Maldonado Risco¹, Lady Cedeño Moreira¹

¹Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo - Ecuador

e-mail: aoje@pucesd.edu.ec¹, acda@pucesd.edu.ec¹,
cimaldonador@pucesd.edu.ec¹, ldcedenom@pucesd.edu.ec¹

Recibido: 09/07/2018

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: I1, G23, M12

RESUMEN

Prospectiva estratégica es una convergencia multidisciplinaria que mantiene pertinencia con el foco central y el objetivo de investigación, al estructurar los escenarios probabilísticos de las entidades de salud privadas a nivel nacional; la metodología está sustentada en tres software, el primero denominado Micmac; prioriza seis principales variables influyentes y dependientes, mediante la utilización de la matriz de análisis estructural; el segundo programa Mactor establece la vinculación cualitativa y cuantitativa de 30 actores procesados estadísticamente, considerando los criterios de convergencia y divergencia; una vez establecidos los objetivos en función de las variables claves se incorpora la instrumentación Delphi, la cual promueve una transición de las probabilidades simples, condicionales positivas y negativas, datos que son procesados en el software Smic Prob-Expert para obtener el Histograma de los Extremus, e identificar y estructurar dos de los 64 escenarios resultantes con mayor probabilidad de ocurrencia, del clúster de entidades privadas de salud del Ecuador.

Palabras clave: Prospektiva, Micmac, Mactor, Smib Prob Expert.

ABSTRACT

The strategic prospective is a convergence of diverse disciplinary fields, the research objective is to structure the prospective analysis to establish the probabilistic scenarios of the private health entities at the national level; the method is based on the use of three software: Micmac aims to prioritize the six main influential and dependent variables, by using a table of two inputs called structural analysis matrix, the second program Mactor assesses the strength relationships between 30 identified actors, studying the convergences and divergences with respect to the associated objectives, in addition the stakeholder sets are constructed to formulate hypotheses of the system under study, once established the Delphi methodology is used; finally, in Smic Prob-Expert the simple and conditioned probabilities of events are determined, represented in 64 possible scenarios, identifying the trend and bet, allowing to discern the probabilities of the entities of the sector.

Key words: Prospective, Micmac, Mactor, Smib Prob Expert.



INTRODUCCIÓN

La prospectiva estratégica es un proceso intelectual a través del cual se trata de describir lo que puede suceder (futuros posibles) y lo que nos gustaría que suceda en una organización. Por otra parte, según Batista, Sánchez, Méndez y Rojas (2015) la prospectiva estratégica en la actualidad se ha convertido en la mejor aliada de la planificación estratégica por los rápidos cambios en el ambiente y porque es una herramienta que señala los medios más convenientes para alcanzar el horizonte visualizado por el hombre. Esta herramienta aplicada en el sector de la salud privado ayuda y facilita a los directivos en la utilización racional de los recursos humanos, financieros y técnicos, además contribuyen a la prestación de servicios de calidad y eficiente en un largo plazo.

La vinculación de las herramientas de planificación estratégica, planeación contingente y planeación operativa permite discernir el pasado, presente y futuro del sistema en estudio a través de variables con la finalidad de que las entidades de salud privadas puedan alcanzar los propósitos u objetivos (futuro deseado) para compensar las deficiencias que surgen a lo largo de los últimos años (Álvarez, 2016). Marí, Recalde, y Fontanals (2007) hacen referencia a la integración de ambas herramientas superando sesgos voluntaristas de escenarios normativos y de superar la planificación cortoplacista.

El método prospectivo utiliza tres programas que le permite discernir escenarios futuros, para la aplicación del primer software denominado Micmac dentro de la metodología de prospectiva estratégica se debe realizar un estado del arte que está compuesto por talleres de prospectiva donde existe un diagnóstico situacional, posteriormente se realiza el árbol de competencias, cambios esperados para el futuro, los estereotipos y la descripción de los factores (Godet & Durance, 2009). Con la recopilación que se recabó del estado del arte se identificaron 30 variables que son las que condicionan el futuro del sistema, posterior a esto se realizó una matriz que representa las influencias directas entre variables y finalmente se identificaron las seis variables claves (Batista, Sánchez, Méndez & Rojas, 2015). Con respecto al segundo método Mactor se identificaron 30 actores los cuales inciden a favor y en contra de las organizaciones, esto tiene como objetivo valorar las relaciones de fuerzas entre cada uno de ellos y estudiar las convergencias y divergencias con los retos estratégicos que se elaboraron tomando en cuenta las 6 variables claves analizadas en el Micmac.

Finalmente, el tercer programa es el Smic Prob-Expert consiste en vigilar estrechamente los futuros probables que serán recogidos por el método de los escenarios, este programa de impactos cruzados probabilistas viene a determinar las probabilidades simples y condicionadas de eventos, así como las probabilidades de combinaciones de estos últimos, tomando en cuenta las interacciones entre las hipótesis. Teniendo como objetivo destacar los escenarios más probables y examinar las combinaciones de eventos que serán excluidas a priori. Con la aplicación de estos tres métodos se ayudará a reducir la incertidumbre que existe en las empresas y será útil y provechosa bajo escenarios distintos, pero igualmente probables, además permitirá construir un mejor futuro posible, tomando decisiones acertadas (Chung, 2009).

METODOLOGÍA

La presente investigación se realizó a nivel nacional constituyendo como objeto de estudio 603 entidades de salud privadas con fines de lucro (INEC, 2016), mediante el uso de la fórmula propuesta por Hernández, Fernández, y Baptista (2010) se aplicó una muestra probabilística de 35 empresas durante el año 2017 y primer trimestre del 2018; partiendo como referencia la recopilación de la información, generada mediante la revisión de leyes, normativas, reformas e informes publicados en los organismos de control que constituyen el sector de salud en el Ecuador y al cual las empresas privadas prestadoras de servicios médicos están sujetas a sus lineamientos.

El registro de estados financieros, se obtuvo a través de la Superintendencia de Compañías, Seguros y Valores, consecuentemente mediante de la caracterización de herramientas estratégicas del micro y macro ambiente como las fuerzas competitivas de Porter y los factores Pestel respectivamente,

se procedió al análisis de las condiciones de funcionamiento, desarrollo y elementos que pueden afectar a las casas de salud privadas dentro del entorno en que funcionan, con la finalidad de establecer el primer criterio dentro de la metodología prospectiva, denominado estado del arte.

La prospectiva estratégica se coadyuva en base a tres procesos, según Godet y Durance (2009) los tres procedimientos señalados son: la reflexión colectiva, la preparación de la decisión y la implementación de la acción. La reflexión colectiva comprende seis de las nueve etapas, enmarcándose en la identificación de las variables claves utilizando el programa Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación (Micmac), que mediante el uso de talleres de prospectiva se obtienen factores que condicionan el sistema, es decir variables internas y externas reconocidas en base al levantamiento de información, que inciden directamente en el sector de salud privado.

Los factores mencionados anteriormente se interrelacionan entre sí por medio de una tabla de dos entradas denominada matriz de análisis estructural, considerando la relación de influencia de una variable a otra, donde la calificación de acuerdo a Godet y Durance (2009), 0: es no influencia, 1: influencia débil, 2: influencia media y 3: influencia fuerte. En relación al grado de interrelación, es posible determinar la importancia de ciertos factores a través del plano de influencias y dependencias indirectas potenciales, donde aquellas variables que tengan un alto grado de influencia y dependencia son consideradas como retos estratégicos que toman un papel preponderante en el desarrollo del sistema.

El análisis y formulación de los actores y juegos de actores, se posibilita mediante el uso del Método de actores, objetivos y relaciones de fuerza (Mactor), para el desarrollo de este programa se identifican 30 actores que condicionan el futuro sistema, en referencia al estudio del arte diagnosticado en la etapa inicial, posteriormente se procede a ingresar al software los retos estratégicos que serán determinantes en las entidades de salud privadas, con la obtención de estos objetivos se formulan los juegos de actores estableciendo una relación entre los retos estratégicos y los actores, estos pueden influir positivamente o negativamente en la consecución de los objetivos.

El software Mactor permite analizar las influencias entre actores y valorar las relaciones de fuerza mediante la matriz de influencias y dependencias indirectas (MIDI), en base a la calificación mencionada por Godet y Durance (2009), donde 0: sin influencia, 1: puede poner en riesgo los procesos operativos, 2: puede poner en riesgo los proyectos y 3: riesgo de cumplimiento de sus misiones, además identifica las convergencias y divergencias más importantes, así como los objetivos asociados y posiciona a cada actor con respecto a cada objetivo con el uso de la matriz de actores por objetivos (2MAO), facilitando la enunciación de las hipótesis claves para el desarrollo del sistema.

En la culminación del proceso de reflexión colectiva, el método de Impactos Cruzados Probabilistas (Smic Prob-Expert) permite minimizar el riesgo a través de la identificación de los escenarios más probables, para el desarrollo de este programa es imprescindible llevar a cabo las encuestas a expertos Delphi, que en referencia a Reguant & Torrado (2016) es una técnica de recolección de información, basada en la consulta a expertos de un área, estas fueron realizadas a especialistas en el sector como a 34 directores médicos de casas de salud privadas y la coordinadora de salud zonal 4, con el objetivo de minimizar la incertidumbre de los diversos acontecimientos claves para el futuro de la salud privada en el país.

Smic Prob-Expert delimita los futuros con mayor probabilidad, que a posteriori sirven como base para la construcción de escenarios, a partir de los objetivos que se convierten en hipótesis para los expertos se discierne cualitativa y cuantitativa la opinión de los mismos a través de la calificación de probabilidades simples y condicionales, que una vez ingresadas al software se reflejan en el histograma de los extremos proyectándose 64 escenarios posibles, en base al histograma referenciado se identifican 2 escenarios: el tendencial que indica la mayor probabilidad relativa de ocurrencia para el sector de la salud, reconocido mediante el mayor porcentaje significativo; y el escenario apuesta que es aquel que cumple con todos los objetivos propuestos, identificado por la combinación binaria de (111111).

La preparación de la decisión incluye la séptima y octava etapa, en la séptima etapa se evalúa

RESULTADOS

Según Arcade, Godet, Meunier, y Roubelat (2004), el Micmac está compuesto por tres fases, la primera es la identificación de variables, la segunda es la relación entre variables donde se califica una matriz de análisis estructural permitiendo redefinir las variables y en consecuencia afinar el análisis del sistema, esta matriz conocida de doble entrada originó el gráfico de influencia indirecta que es el encargado de determinar las variables relativamente influyentes y el mapa de influencias y dependencias indirecta. La última y más importante fase es la identificación de las variables claves, esencial para la evolución del sistema, esta jerarquización de factores permitió confirmar la importancia de cada una de ellos y de igual forma expuso variables que en razón de sus acciones juegan un papel importante en el sistema.

Arcade, Godet, Meunier, y Roubelat (2004), menciona que en el reparto de cada una de las variables se toman en cuanto algunas diagonales, siendo la primera la de entradas y salidas facilitando la clasificación de los factores de entrada o determinantes, donde se encuentra la libre importación de equipos de medicina (LI), la segunda variable es de regulación las cuales participan en el funcionamiento regular del sistema, en esta se localiza, poder de negociación proveedores (PN), servicio de odontología (SO) y servicio de rehabilitación (SR); y finalmente la variable de salida o dependientes, donde se situó: participación en el mercado (PM), servicio hospitalario y quirúrgicos (SHQ), preferencia de los clientes (PR) y servicio de imagenología (SI).

La segunda diagonal que ayuda a categorizar las variables es la diagonal estratégica, ya que cuanto más se aleja del origen más carácter estratégico tiene la variable, clasificando de este modo a las variables autónomas, donde se encuentra gestión ambiental (GAM), productividad del personal administrativo (PPA), tiempo de espera de los pacientes (TE), rendimiento sobre activo (RA), efectivo y equivalente de efectivo (EQ) y liquidez (LQ), por consiguiente las variable entorno donde se halló la restricción de tecnología para el área de salud (RT), endeudamiento (EDD),

servicios farmacéuticos (SF) y productividad del personal médico (PPM), a priori se identificó las variables secundarias, compuesta por gastos administrativos (GA) y las variables objetivo, siendo infraestructura e instalaciones (II), servicio U.C.I (SUCI), nivel de satisfacción del cliente (NS), eficiencia competitiva (EC) y crecimiento de la industria (CI). Finalmente, la tipología más importante son las variables claves, debido que las actuaciones que se tomen para el progreso del sector de salud privado serán de manera directa relacionada con estas, allí se obtuvieron 6 las cuales son: diversificación de servicio (DS), margen de utilidad (MU), convenios con entidades estatales (CEE), convenios con aseguradoras (CS), capacidad instalada (CIN) y capacitaciones al personal administrativo y médico (CAP).

Juego de actores con el método Mactor

Figura 2. Matriz de influencias y dependencias indirectas (MIDI)

MID	MSP	PM	PA	IESS	ISSFA	ISSPOL	FF	PIQ	PEM	AP	CP	SS	HP	PCT	PSMP	USM	IF	QTEX	AF	ANT	MF	CPT	PGM	ARCSA	RPIS	FAR	MIES	DM	OCES	AFP
MSP	0	1	0	2	2	2	1	1	1	0	2	2	2	3	1	2	0	0	1	1	1	1	0	3	0	0	0	1	2	0
PM	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	2	2	2	3	1	2	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	2	1	0
PA	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
IESS	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	2	0	1	1	1	0
ISSFA	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0
ISSPOL	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0
FF	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	0	3	0	0	1	0
PIQ	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	2	0
PEM	2	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0
AP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	2	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
CP	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	0	0	3	2	3	1	1	1	0	0	1	2	1	1	0	2	2	1
SS	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	3	0	3	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	2	2	0
HP	3	3	1	0	0	0	1	1	1	0	0	2	0	3	0	3	1	0	1	1	1	0	0	2	3	1	0	2	2	0
PCT	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
PSMP	0	1	1	0	0	0	0	0	0	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0
USM	2	2	0	2	2	2	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0
IF	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
QTEX	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
AF	1	2	1	3	3	3	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
ANT	2	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MF	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
CPT	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	1	3	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0
PGM	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
ARCSA	3	0	0	3	3	3	0	0	0	0	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	0	0
RPIS	3	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
FAR	0	1	0	1	1	1	3	0	0	0	1	1	1	2	1	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
MIES	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DM	0	3	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OCES	3	0	0	2	2	2	1	1	1	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0
AFP	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

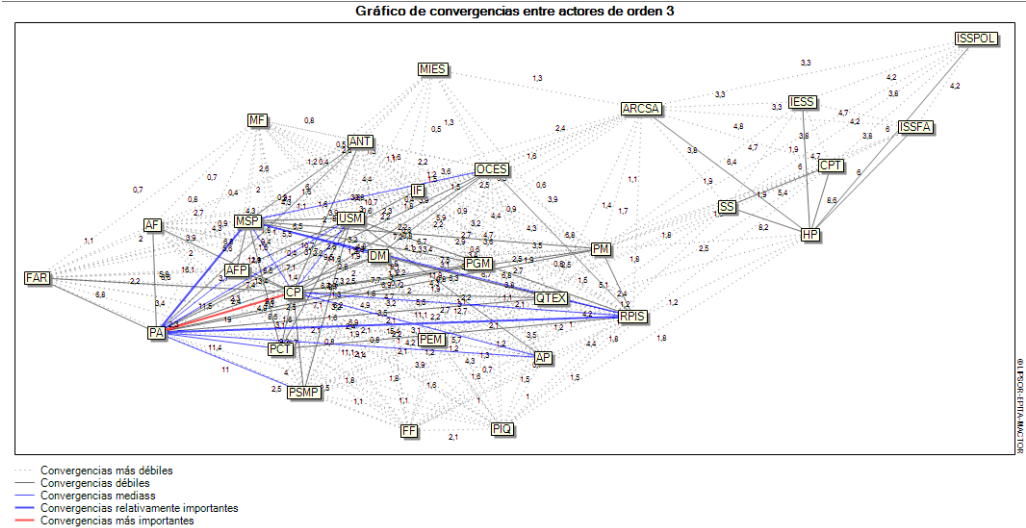
Fuente: LIPSOR Mactor

El método Mactor es una de las etapas cruciales de la prospectiva estratégica, según Medina y Ortégón (2006) busca estimar las relaciones de fuerza entre un actor y otro, además de analizar sus convergencias y divergencias con respecto a cierto número de posturas y objetivos asociados; en base a esta metodología se pretendió discernir la importancia de cada stakeholders con la finalidad de identificar aquellos que tienen mayor grado de influencia en el sector de salud privado.

En relación al estado del arte, dentro de esta fase se determinó 30 actores para el sistema en estudio, evidenciados en la figura 5, que a través de la matriz de influencias y dependencias indirectas (MIDI) fueron calificados tomando como referencia el criterio establecido por Godet y Durance (2009), donde 0: sin influencia, 1: puede poner en riesgo los procesos operativos, 2: puede poner en riesgo los proyectos y 3: puede poner en riesgo el cumplimiento de sus misiones, como se puede observar en la figura 2.

En base a la calificación mencionada, el programa Mactor permitió clasificar los agentes involucrados, en 4 categorías en relación al grado de influencia y dependencia, identificándose como actores dominantes que tienen una alta influencia y baja dependencia a: el personal administrativo (PA) y afiliados (AF), los actores dominados, que tienen baja influencia y alta dependencia fueron: red pública integral de salud (RPIS) y pacientes (PCT), los actores repetidores tienen alta influencia y dependencia, dentro de esta categoría se identificaron: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas del Ecuador (ISSFA), Instituto De Seguridad Social de la Policía Nacional (ISSPOL), (ARCSA) Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), usuarios de los servicios médicos (USM), personal médico (PM), organismos de control y evaluación en salud (OCES), subcentros de Salud (SS), hospitales Públicos (HP), clínicas privadas (CP) y Ministerio de Salud Pública (MSP), por último los actores autónomos, que tienen baja influencia y dependencia son: agentes de financiamiento privado (AFP), Quifatex S.A. (QTEX), proveedores de gases medicinales (PGM), Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), aseguradoras privadas (AP), instituciones financieras (IF), personas con seguro médico privado (PSMP), firmas farmacéuticas (FF), Ministerio de Finanzas (MF), Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador (ANT), consultorios particulares (CPT), proveedores de equipos médicos (PEM), farmacias (FAR), proveedores de insumos químicos (PIQ) y director médico (DM).

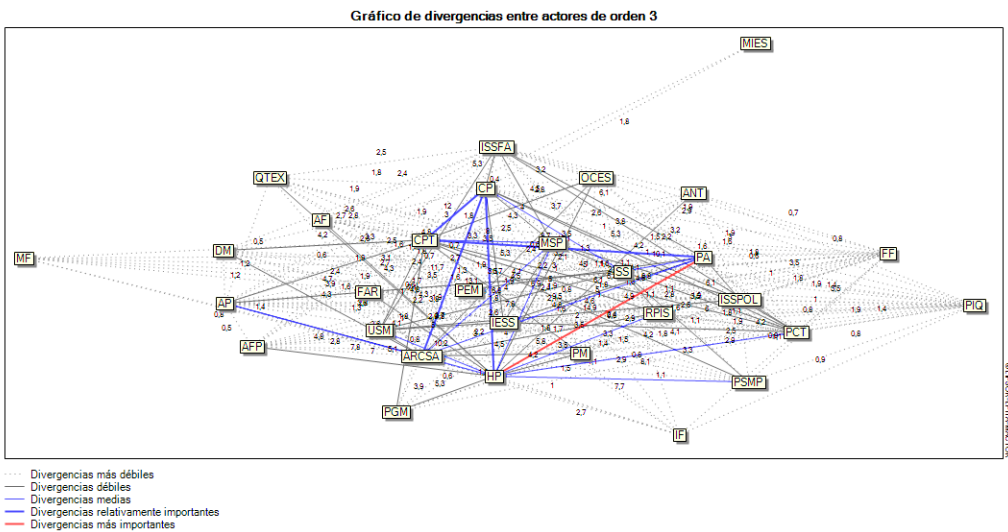
Figura 3. Gráfico de convergencias entre actores de orden 3



Fuente: LIPSOR Mactor

El análisis de las alianzas o convergencias y conflictos o divergencias fueron determinados a través de la matriz de actores por objetivos MAO3, la cual es multiplicada tres veces por el software, dentro del gráfico de convergencias entre actores de orden 3 (figura 3), se identifica la alianza más importante entre las clínicas privadas (CP) y el personal administrativo (PA) reconocido mediante la línea gruesa de color rojo; con respecto al grafico de divergencias entre actores de orden 3 (figura 4), el conflicto más importante se establece entre los hospitales públicos (HP) y el personal administrativo (PA) identificado así mismo por medio de la línea gruesa de color rojo.

Figura 4. Gráfico de divergencias entre actores de orden 3



Fuente: LIPSOR Mactor

Posteriormente, en la siguiente fase de la metodología Mactor se formuló 6 objetivos en relación a las variables claves identificadas en el método Micmac, estos retos estratégicos son: 1. Ampliar en 3% el portafolio de servicios en 5 años (APSE), 2. Incrementar el margen de utilidad del sector en 5% en el periodo de 5 años (INMC), 3. Aumentar a 8,72% el rendimiento sobre activos del sector en el lapso de 5 años (AURS), 4. Implantar programas de capacitación permanente al personal administrativo y de enfermería en 5 años (IPCP), 5. Conformar la red pública integral de salud en el lapso de 5 años (CRPI), y 6. Establecer una red privada con aseguradoras médicas en 5 años (ERPA). La formulación de los 6 retos estratégicos para el sector de salud privado, permitió la estructuración de la matriz de actores por objetivo 2MAO (figura 5), tomando en consideración el signo que indica si el actor es favorable u opuesto al objetivo; siendo 0: El objetivo es poco consecuente, 1: El objetivo pone en peligro los procesos operativos del actor/ es indispensable para sus procesos operativos, 2: El objetivo pone en peligro el éxito de los proyectos del actor / es indispensable para sus proyectos, 3: El objetivo pone en peligro el cumplimiento de las misiones del/ es indispensable para su misión, y 4: El objetivo pone en peligro la propia existencia del actor / es indispensable para su existencia.

La calificación de esta matriz permitió determinar el compromiso que tienen los agentes para cumplir con los objetivos por medio del histograma de implicación de los actores sobre los objetivos 2MAO, identificando el compromiso de los stakeholders para aumentar a 8,72% el rendimiento sobre activos del sector, con una valoración de 28 puntos para su ejecución. Así mismo la calificación de la matriz 2MAO estableció la capacidad que tienen los agentes para cumplir con los objetivos mediante el histograma de movilización de los actores sobre los objetivos 3MAO, distinguiendo el aumentar a 8,72% el rendimiento sobre activos del sector y ampliar en 3% el portafolio de servicios, con una valoración de 29,3 y 24,8 respectivamente.

Figura 5. Matriz de actores por objetivos 2MAO

2MAO	APSE	INMC	AURS	IPCP	CRPI	ERPA
Ministerio de Salud Pública (MSP)	1	0	2	3	3	1
Personal médico (PM)	2	0	-1	0	2	1
Personal administrativo (PA)	2	3	2	1	1	2
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)	-1	0	-2	0	0	0
Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas del Ecuador (ISSFA)	-1	0	-2	0	0	0
Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional (ISSPOL)	-1	0	-2	0	0	0
Firmas farmacéuticas (FF)	0	-1	1	0	0	0
Proveedores de insumos químicos (PIQ)	0	-1	1	0	0	0
Proveedores de equipos médicos (PEM)	2	-2	0	0	1	0
Aseguradoras privadas (AP)	1	2	2	-1	0	3
Clínicas privadas (CP)	2	3	2	-2	2	2
Subcentros de Salud (SS)	-3	-1	-3	0	0	0
Hospitales Públicos (HP)	-3	-2	-3	0	0	-1
Pacientes (PCT)	2	2	3	1	-1	0
Personas con seguro médico privado (PSMP)	1	1	2	0	0	3
Usuarios de los servicios médicos (USM)	2	2	3	0	0	1
Instituciones financieras (IF)	0	1	0	1	0	1
Quifatex S.A. (QTEX)	1	0	1	1	1	0
Afiliados (AF)	0	1	2	0	0	0
Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador (ANT)	0	1	1	0	1	3
Ministerio de Finanzas (MF)	0	1	0	0	1	0
Consultorios particulares (CPT)	-2	-2	-3	0	-1	-1
Proveedores de gases medicinales (PGM)	1	0	1	0	1	0
Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)	-1	0	-1	2	-1	-1
Red Pública Integral de Salud (RPIS)	1	1	2	1	3	1
Farmacias (FAR)	2	1	0	0	0	0
Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)	0	0	0	1	0	0
Director médico (DM)	0	0	1	2	3	1
Organismos de control y evaluación en salud (OCES)	1	0	1	2	2	0
Agentes de financiamiento privado (AFP)	1	1	1	1	0	2

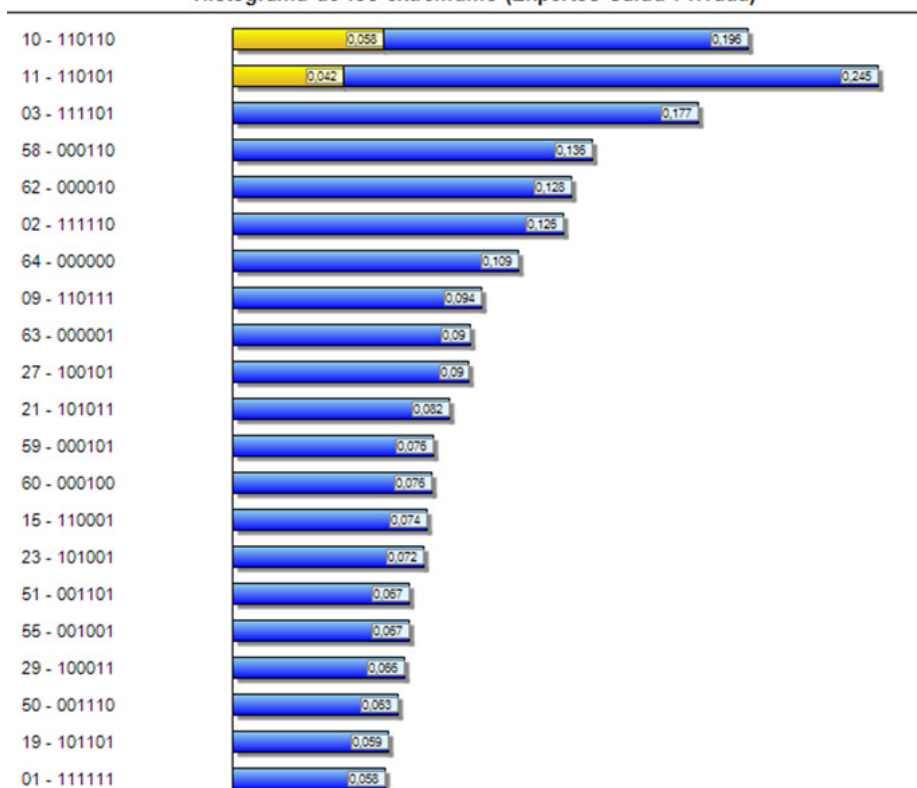
Fuente: Elaboración propia

El método Delphi según Reguant & Torrado (2016) es una técnica de recolección de información, basada en la consulta a expertos de un área, con el fin de obtener la opinión de consenso más confiable del grupo consultado. Las encuestas Delphi son una parte imprescindible para el desarrollo del sistema, es una técnica que se realiza en base a la consulta a expertos en el sector de salud privado, a través de cuestionarios sucesivos con el objetivo de discernir incertidumbres en este sector y aportar un criterio estructurado que sirva como guía para la toma de decisiones, estos

cuestionarios fueron realizados a los 34 directores médicos de las casas de salud y a la coordinación de salud de la zona 4.

Escenarios probabilísticos con el método de Impactos Cruzados Probabilistas

Figura 6. Histograma de los extremums
Histograma de los extremums (Expertos Salud Privada)



Fuente: LIPSOR Smic Prob-Expert

El desarrollo de los escenarios probabilísticos, requiere considerar las variables claves identificadas en la metodología Micmac, y los retos estratégicos establecidos en el método Mactor, dado que a partir de estos eventos surgen las hipótesis formuladas a los expertos, este criterio proporcionado por los mismos se expresa de manera cuantitativa, dividiéndose en tres partes: probabilidades simples, probabilidades condicionales positivas y probabilidades condicionales negativas. Una vez ingresada esta información al software Smic Prob-Expert, mediante el histograma de los extremums (figura 6), se obtiene 64 escenarios con distintas probabilidades de ocurrencia.

En relación a la descripción de los escenarios, el tendencial (escenario N° 11) que presentó la mayor probabilidad relativa de ocurrencia con un porcentaje de 24,5% correspondiente a la más significativa de todo el histograma y una combinación binaria de (110101), este evento establece que el sector de salud privado conseguirá ampliar el portafolio de servicios, dado que varios factores como los convenios con aseguradoras y entidades estatales y capacitaciones al personal administrativo y de enfermería contribuyen al incremento de la prestación de servicios por parte de las entidades del sector; de esta manera podrá aumentar el rendimiento sobre activos, en efecto de las variables relacionadas con la productividad del personal médico y administrativo.

Con respecto al escenario apuesta (escenario N° 01) que es aquel que cumple con todos los objetivos, presentó una probabilidad relativa de ocurrencia de 0,06% y una combinación binaria

de (111111), se enfoca en el incremento del margen de utilidad y del rendimiento sobre activos del sector a través de la ampliación del portafolio de servicios médicos, la conformación de la red pública integral, el establecimiento de redes privadas con aseguradoras médicas y la capacitación del personal administrativo y de enfermería, apoyados en la vinculación directa con los organismos de control de salud en Ecuador gestionados mediante convenios y planes de obtención de acreditaciones.

DISCUSIÓN

En relación a los informes emitidos por la Organización Mundial de la Salud (2000), presenta un ranking mundial de los mejores sistemas de salud, que considera factores equivalentes a la esperanza de vida saludable, la distribución respecto a la desigualdad, nivel de capacidad de respuesta, distribución de la capacidad de respuesta y la contribución financiera; a la cabeza de este ranking se encuentra Francia con un índice de 0,994, el segundo lugar lo obtiene Italia con 0,991 y en tercer lugar a San Marino con un puntaje de 0,910, en concordancia a lo emitido por la OMS se considera como variables determinantes de un buen sistema de salud al nivel y distribución de la capacidad de respuesta y contribución financiera, que están asociadas a los factores analizados dentro del presente estudio relacionados a través de las variables claves: rendimiento sobre activos y diversificación de servicios.

La Organización Panamericana de la Salud (2017), a través de su informe Salud en las Américas, edición del 2017 destaca la importancia de anticiparse a escenarios futuros, no solo mediante un ejercicio de predicción sino también de construcción, haciendo énfasis en la formación y asignación de recursos humanos y en la distribución en los servicios de salud, en base a este enfoque se acentúa la relevancia de la variable clave del sector de salud privado: capacitaciones al personal administrativo y médico, transformándose en un eje fundamental para el desarrollo de dicho sector.

La consideración de variables para el establecimiento de rankings son muy diversas, en tal sentido la Asociación Colombiana de Hospitales y Clínicas (2017) dentro de su estudio establece factores que se relacionan directamente con las variables claves identificadas en el sector de salud privado, el buen manejo de estos componentes ha llevado a que Japón, Suecia y Noruega tengan los mejores sistemas de salud; en el caso de Latinoamérica el país que se destaca en este sentido es Cuba, que en referencia a lo señalado por Batista, Sánchez, Méndez, y Rojas (2015) los principales elementos que subyacen en la mejora del sistema son: la conversión de plazas en las áreas de planificación, el proceso de perfeccionamiento empresarial y la disponibilidad de ampliación de inmuebles; el análisis de las variables mencionadas connota la importancia de anticiparse y prever futuros probables, con el objetivo de mejorar el sistema de salud privado en el Ecuador.

El análisis de escenarios probabilísticos ha tenido efectos relevantes dentro de otros sectores, determinando los posibles contextos en los que puede desenvolverse una industria, en efecto Arias y Abril (2015) en su estudio acerca de las Instituciones de Educación Superior evidencian hallazgos importantes como la dificultad de cumplimiento de las normativas exigidas por el CEAACES, debido a que el criterio se relaciona con la formación de la planta docente, investigación, bienestar estudiantil e infraestructura de las Sedes y Extensiones, las cuales se encuentran en un proceso de depuración y evaluación para permanecer dentro del sistema.

CONCLUSIONES

El análisis probabilístico otorga una visión general de los aspectos claves que inciden en el sistema de salud privado, además de prever un futuro en el cual las entidades de este sector puedan mejorar en aspectos organizacionales, en tal sentido a través del método estructural Micmac se identifican seis variables claves, concernientes a aspectos internos y externos que subyacen dentro del sector, los retos más importantes en la industria se alinean a la diversificación de servicio (DS), margen de utilidad (MU), convenios con entidades estatales (CEE), convenios con aseguradoras (CS), rendimiento sobre activos (RSA) y capacitaciones al personal administrativo y médico (CAP).

El grado de convergencia y divergencia está determinado a raíz de la identificación de los treinta actores que condicionan el sistema de salud privado, donde destaca la alianza más importante entre las clínicas privadas y el personal administrativo, y el conflicto más relevante entre los hospitales públicos y el personal administrativo, mediante el software Mactor dichos actores y variables claves toman un papel preponderante en el sistema a través de la formulación de seis objetivos estratégicos, que a posteriori permiten la enunciación de hipótesis claves; el compromiso y la capacidad que tienen los agentes del sector se ven reflejados en el reto estratégico de aumentar a 8,72% el rendimiento sobre activos del sector.

Los futuros probables del sector de salud privado, se ven reflejados en la caracterización de 64 escenarios posibles identificados mediante el programa Smic Prob-Expert, el tendencial que tiene la mayor probabilidad de ocurrencia (24,5%) establece que el sector de salud privado podrá ampliar el portafolio de servicios, mediante convenios con aseguradoras y entidades estatales, además con la formación del personal administrativo y de enfermería logrará aumentar el rendimiento sobre activos.

El escenario que cumple con todos los objetivos denominado apuesta, presenta una probabilidad relativa de ocurrencia de 0,06% lo cual es sumamente baja, se enfoca en el cumplimiento de los seis retos estratégicos establecidos posibilitando el incremento de participación del sistema de salud y el óptimo funcionamiento del sector de servicios médicos privado en el país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, F. (2016). Planeación prospectiva: Escenarios y clústers normativos. *Realidad y Reflexión*, 16 (44), 120-137.

Arcade, J., Godet, M., Meunier, F., & Roubelat, F. (2004). Análisis estructural con el método Micmac, y estrategia de los actores con el método Mactor. Buenos Aires: Millennium Project del American Council for the United Nations University.

Arias, D., & Abril, J. (2015). Prospectiva estratégica: variables, stakeholders y escenarios para la evaluación y acreditación. *Anales*, 47-55.

Asociación Colombiana de Hospitales y Clínicas. (2017). Rasgos distintivos de los sistemas de salud en el mundo. Actualización 2017. Basado en Índice Compuesto de Resultados en Salud, ICRS. Hospitalaria, 4-59.

Batista, W., Sánchez, U., Méndez, V., & Rojas, G. (2015). Planificación estratégica y prospectiva para el Hospital Mario Muñoz Monroy. *Eumednet*, 1-16.

Chung, A. (2009). Prospectiva estratégica: más allá del plan estratégico. *Producción y gestión*, 12 (2), 27-31.

Godet, M., & Durance, P. (2009). La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios. Paris: Laboratoire d'Innovation de Prospective Stratégique et d'Organisation.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación: Quinta edición. México D.F.: McGraw-Hill.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). Ecuador en cifras. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/actividades-y-recursos-de-salud/>

Marí, M., Recalde, A., & Fontanals, J. (2007). Prospectiva y planificación estratégica en ciencia y

tecnología en Argentina. Cuaderno del Cendes, 115-125.

Medina, J., & Ortigón, E. (2006). Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).

Organización Mundial de la Salud. (2000). Informe sobre la salud en el mundo . Ginebra: Ediciones de la OMS.

Organización Panamericana de la Salud. (2017). Salud en las Américas+, edición del 2017. Resumen: panorama regional y perfiles de país. Washington, D.C.: Publicaciones OPS.

Reguant, M., & Torrado, M. (2016). El método Delphi . REIRE, Revista d’Innovació i Recerca en Educació, 87-102.

PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACION DEL PLAN DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL CANTÓN MANTA

PROPOSAL FOR THE IMPLEMENTATION OF THE INSTITUTIONAL STRENGTHENING PLAN OF THE AUTONOMOUS DECENTRALIZED GOVERNMENT MUNICIPAL CANTON MANTA

Shubert Enrique Piedra Vera¹

¹Maestrante Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Ecuador

e-mail: shubertepv@gmail.com¹

Recibido: 09/07/2018

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: G3, G38, O2, H7

RESUMEN

El objetivo del presente artículo fue realizar un diagnóstico de los factores organizacionales presentes en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Manta, para la implementación del Plan de Fortalecimiento Institucional. La investigación es de alcance descriptivo y se aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas-dicotómicas a una muestra estratificada de un total de 96 encuestados. El 95 % manifestó no conocer en detalle lo que es un Plan de Fortalecimiento Institucional, aun así, lo consideran relevante como herramienta de Gestión Estratégica. El 31% menciona que no existe una adecuada comunicación entre las autoridades, servidores y trabajadores públicos, asimismo el 43 % considera que no hay una gestión eficiente. Entre las recomendaciones se destacan elaborar un código de ética, automatizar los procesos, capacitación, definir los estándares de calidad, crear indicadores e instrumentos para el monitoreo y mejora continua. Asimismo, crear espacios para un mayor acercamiento servidores y ciudadanos.

Palabras clave: Planificación, Fortalecimiento, Gobierno, Política pública y regulación

ABSTRACT

The objective of this article was to make a diagnosis of the organizational factors present in the autonomous decentralized municipal government of the Manta canton, for the implementation of the Institutional Strengthening Plan. The research is descriptive in scope and a questionnaire of 15 closed-dichotomous questions was applied to a stratified sample of a total of 96 respondents. 95% said they did not know in detail what an Institutional Strengthening Plan is, even though they consider it relevant as a Strategic Management tool. 31% mentions that there is no adequate communication between authorities, servants and public workers, and 43% consider that there is no efficient management. Among the recommendations, it is important to elaborate a code of ethics, automate processes, training, define quality standards, create indicators and instruments for monitoring and continuous improvement. Also create spaces for a closer approach to servers and citizens.

Key words: Planning, Strengthening, Government, Public policy and regulation



INTRODUCCIÓN

El 20 de octubre de 2008 la Constitución de la República del Ecuador (CRE), publicada en Registro Oficial N° 449, exhorta a todas las instancias públicas a que modifiquen sus marcos normativos para acoplarse a las disposiciones emitidas para los diferentes niveles de gobierno respecto a lo dispuesto en el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), publicado en Registro Oficial N° 303, del 19 de octubre de 2010. Así, en su aplicación y mediante Ordenanza N° 008 del 13 de enero de 2011, se define la denominación de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de cantón Manta. GAD.

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal mantiene su compromiso de servicio y desarrollo de la gestión pública para una atención eficiente y oportuna hacia la ciudadanía, pero con un nuevo marco jurídico normativo. Desde allí la posibilidad de creación de nuevos escenarios de gestión y articulación para desarrollar procesos de fortalecimiento institucional, como base fundamental para reducir la burocracia, vale decir atender de manera oportuna los requerimientos de la ciudadanía.

El objetivo del GAD Municipal del cantón Manta (GAD-Manta) es satisfacer las demandas de la población promoviendo el desarrollo sustentable, la cultura, el arte, el deporte en beneficio de la colectividad. Asimismo garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas, en el marco de sus competencias constitucionales; diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio; implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática; prestar los servicios públicos y construir la obra pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad. (Proforma Presupuestaria GAD Municipal Cantón Manta, 2015).

En su condición de institución integrante del sector público, el GAD-Manta debe enfrentar básicamente problemas relacionados con la eficiencia y eficacia para el cumplimiento de sus funciones, dando celeridad a la solución de los problemas comunitarios, por cuanto es básicamente la razón que ha dado origen a la descentralización.

En ese sentido, gran parte de las instituciones públicas en el marco de la delegación de poderes o descentralización, vienen implementando progresivamente un proceso que han convenido llamar: Fortalecimiento Institucional. Al respecto el Artículo 151 Capítulo IV del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, aprobado mediante Registro Oficial No. 303 del 19 de octubre de 2010, establece lo siguiente:

«Para generar condiciones necesarias para que los gobiernos autónomos descentralizados ejerzan sus competencias con eficiencia, eficacia, participación, articulación intergubernamental y transparencia; se desarrollará de manera paralela y permanente un proceso de fortalecimiento institucional, a través de planes de fortalecimiento, asistencia técnica, capacitación y formación, en áreas como planificación, finanzas públicas, gestión de servicios públicos, tecnología».

No obstante, y en virtud de lo relativamente novedoso de la Ley de Descentralización en Ecuador, apenas se han impulsados actividades dispersas, delimitadas a algunas dependencias. Generalmente se han circunscrito a eventos de capacitación y adquisiciones de equipos, pero no han estado integradas formalmente en un plan general que tienda a adecuar los aspectos institucionales, y engloben en la gestión los procesos de planificación, ejecución, monitoreo y mejora continua, vale decir integradas en un Plan de Fortalecimiento Institucional. A tal efecto el presente artículo tiene como objetivo realizar un diagnóstico de los factores organizacionales presentes en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Manta, para la implementación del Plan de Fortalecimiento Institucional (PFI)

METODOLOGÍA

El nivel de esta investigación es descriptivo y transversal de una variable, es descriptivo porque de acuerdo a Hernández, R. (2010) en estos estudios se recoge información de manera independiente sobre la variable objeto de estudio. Asimismo, los datos se tomaron en un solo momento, y se analizaron tal como están, sin relacionarlos ni manipularlos para estudiar causa y efecto, dado que su objetivo fue identificar las características organizacionales presentes en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Manta-2018, a la luz los factores organizacionales a considerar para la implementación del Plan de Fortalecimiento Institucional en el gobierno nombrado

Para la recogida de la información se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de 15 preguntas cerradas con escala dicotómica. Este cuestionario fue aplicado a los servidores públicos y trabajadores del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Manta, en los niveles estratégicos, tácticos y operativos de la institución, a los fines de identificar las características presentes. Para ello se llevó a cabo un muestreo aleatorio estratificado, cuyo tamaño se calculó empleando la fórmula para poblaciones finitas, quedando constituida según lo muestra la tabla 1. Asimismo, se utilizó la estadística univariante y la matriz FODA (tabla 2) para reforzar el diagnóstico

Tabla 1. Población y muestra del GAD Municipal del cantón Manta

NIVEL	POBLACION	MUESTRA
Directivo	12	12
Operativo	103	75
Apoyo	11	9
Total	126	96

Fuente: Piedra S. (2018)

RESULTADOS

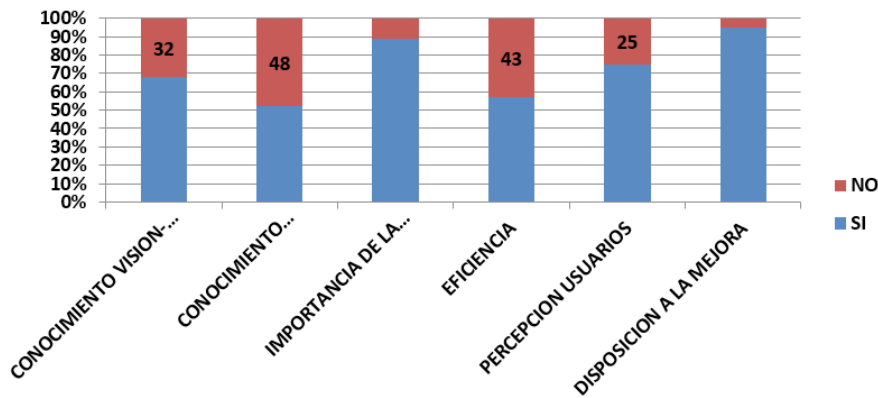
Los resultados se exponen en la figura 1 (ítems del 1 al 3) y 2 (ítems del 4 al 15), los cuales permitieron el diagnóstico de los factores organizacionales presentes en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Manta, para la implementación del Plan de Fortalecimiento Institucional.

La finalidad de los ítems 1,2, y 3, expuestos en la figura 1, es identificar si el personal que labora en el GAD Manta conoce la misión, visión, y objetivos de la institución. Los resultados determinaron que el 32% de los encuestados todavía no conocen la misión y visión institucional, mientras que el 48% manifiesta no conocer los objetivos.

Por otra parte, el 43 % de los funcionarios considera que el sistema de gestión no es eficiente, lo cual explica que el 25 % de los funcionarios consideren que no hay una buena percepción de los usuarios. Sin embargo, la mayoría manifestaron que el mejoramiento de los servicios mejorará la imagen institucional, y consecuentemente el mismo porcentaje está dispuesto a cooperar en el cambio.

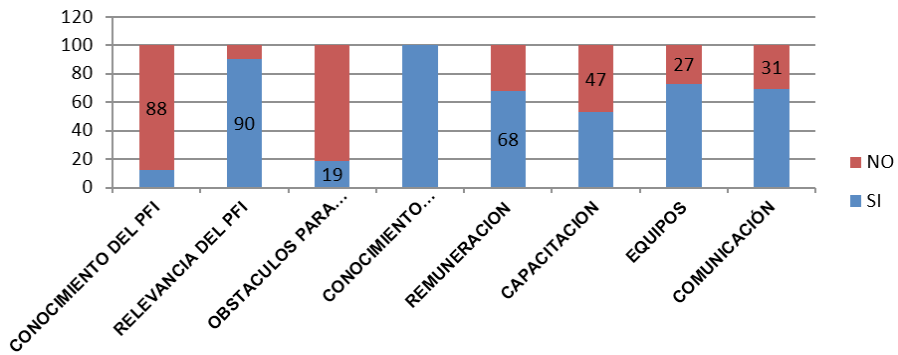
En la figura 2 se exponen los resultados a los ítems del 8 al 15, relativos a los factores organizacionales presentes para la implementación del Plan de Fortalecimiento Institucional (PFI) del GAD cantonal Manta.

Figura 1. Frecuencia (%) de las respuestas ítem: 1, 2,3, 4, 5 y 6



Fuente: Piedra, S. (2018)

Figura 2. Frecuencia (%) de las respuestas ítem del 8 al 15.



Fuente: Piedra, S. (2018)

Al preguntar si conocen lo que es un Plan de Fortalecimiento Institucional los resultados evidencian que el 88% de los encuestados no conoce que es un Plan de Fortalecimiento Institucional, Aunque la mayoría de funcionarios y servidores públicos no conocía sobre el Plan de Fortalecimiento Institucional, el 90% de los encuestados está consciente de la relevancia para el GAD cantonal Manta, Por otra parte la mayoría de los encuestados consideran que no existirían obstáculos para la implementación del Plan de Fortalecimiento Institucional, sin embargo un 19% menciona que sí habría obstáculos para su implementación, principalmente por el desconocimiento de su implementación, fines, y roles que desempeñarían los funcionarios.

En otro orden de ideas, el 27% de los encuestados no dispone de las herramientas, equipos y materiales para el cumplimiento cabal de sus funciones, lo que puede estar repercutiendo en la eficiencia de la gestión municipal y en la motivación. Asimismo, el 68% de los encuestados considera que la remuneración que reciben no es justa, debido a diferentes factores entre los que manifiestan que aproximadamente por más de 3 años no ha existido incremento de sueldos y salarios, toda vez que el 31% considera que no existe una adecuada comunicación entre las autoridades, servidores y trabajadores públicos.

Tabla 2. FODA GAD Municipal del Cantón Manta

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Talento Humano calificado, con años de experiencias y multidisciplinarios • Competencias y autonomía • Ingresos permanentes y no permanentes amparados en las disposiciones legales propios y transferencias del Estado • Cuenta con amplio marco normativo para sustentar su gestión administrativa • Inventario de bienes inmuebles valorados • Recurso Humano, con buena preparación académica y disposición para el cambio	• La normativa del COOTAD permite iniciar procesos de fortalecimiento institucional • Convenios Interinstitucionales a nivel local, Provincial, Regional, Nacional e Internacional • Apoyo financiero de entidades del estado, ONGs y organismos internacionales para formulación y ejecución de proyectos • Asesoría por parte de otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales • Alto potencial tributario (recaudación de impuestos en el GAD Municipal)
DEBILIDADES	AMENAZAS
• Descoordinación interdepartamental • Desconocimiento y aplicación precaria de leyes, ordenanzas, reglamentos, otros • Predominio de una gestión centralizada • Débil plan de reducción y jubilación del personal municipal • Carencia de un plan de inversiones • Carencia de una base de datos de las organizaciones de hecho y de derecho del cantón • Servicio de seguridad deficiente • Carencia de un manual de procesos • Ausencia de profesionales especializados en ciertas áreas. • Débil sistema de comunicación. • Limitada campañas de promoción, difusión y sensibilización • Personal desmotivado	• Situación económica y política nacional • Baja asignación presupuestaria por parte del gobierno central • Retrasos en la asignación presupuestaria del gobierno central • Cambio en la Constitución y en las Leyes • Conflictos legales por obligaciones económicas de administraciones anteriores • Pérdida de credibilidad en las instituciones del Estado • Escasa cultura ciudadana

Fuente: Piedra, S. (2018)

DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados existen varios desmotivadores tangibles e intangibles a considerar para la implementación del Plan de Fortalecimiento Institucional del GAD Manta. Entre los desmotivadores tangibles se encuentra la baja remuneración percibida por los funcionarios, aunado a las condiciones de los materiales y equipos. El desmotivador intangible es la desinformación o escasa comunicación entre los niveles estratégicos, tácticos y operativos. Así como también la ausencia de mecanismos para retroalimentar el servicio a los usuarios.

Como consecuencia se debe trabajar en planes y herramientas que permitan mejorar los canales de comunicación, factor que es importante para que todos los funcionarios conozcan los procesos de cambio, este aspecto no es solo es esencial para la aceptación del cambio, sino para que los mismos trabajadores sean agentes de cambios en el desenvolvimiento de las actividades del GAD Municipal del cantón Manta.

Por lo que es necesario que los principales actores de la gestión municipal, conozcan la importancia que tiene el PFI para alcanzar un adecuado desarrollo de la institución, ya que estos procesos comprenden la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la entidad.

La imagen que refleja la institución frente a sus mandantes, es una responsabilidad directa de las Autoridades elegidas mediante voto popular, quienes, por medio del uso de instrumentos y

herramientas de direccionamiento estratégico, realizan el establecimiento de prioridades, objetivos y estrategias como apoyo a la definición de los recursos que se necesita para lograr los resultados esperados.

Los resultados evidencian que existe un gran porcentaje de funcionarios que aún no conocen la misión, visión y los objetivos del GAD Municipal Manta, por lo que se consideran que la planificación estratégica fundamentada en la participación, no tiene un papel importante en el desarrollo institucional.

En resumen, los resultados evidencian que los funcionarios si conocen bien las funciones que desempeñan, sin embargo se encuentran desmotivados porque desde algún tiempo no se ha mejorado sus salarios, existe falta de capacitación para un eficiente desempeño en sus funciones, asimismo, no se disponen de todas las herramientas, equipos y materiales para el cumplimiento cabal de sus funciones y también se debe trabajar en planes y herramientas que permitan mejorar los canales de comunicación, factor que es importante para que todos los funcionarios no solo participen en los procesos de cambio sino que además sean ellos mismos los que lo generen.

La consolidación institucional del cantón Manta, como uno de los principales puertos a nivel nacional y regional, determina el requerimiento de articular una serie de estrategias para fortalecer la presencia institucional, lo que permitirá administrar de mejor manera el órgano institucional y a través del buen desempeño organizacional, ejerciendo sus competencias exclusivas alineadas al Plan Nacional del Buen Vivir, y cumpliendo con lo establecido en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

El Plan de Fortalecimiento Institucional deberá considerarse como una meta para que el GAD-Manta ejecute sus programas y proyectos basándose en la realidad para desarrollar un modelo de gestión ideal, con criterios de participación, igualdad, inclusión y austeridad. Dado que la práctica de administración pública hoy en día esta normada para ser ejercida mediante mecanismos de gestión basada en una cultura de desempeño centrada en resultados.

El diseño e implementación del Plan de Fortalecimiento Institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Manta-2018, se basan en la planeación, desarrollo, monitoreo y mejora continua, virtud de lo cual las gestiones deben funcionar interconectadas.

En este orden de ideas señala Apaza, M. (2005) que gestionar es hacer que las cosas sucedan, consecuentemente el Plan de Acción está fundamentado en la Gestión por Resultados, y bajo un enfoque integral. Esto quiere decir, que se fundamenta en una gestión corporativa donde todos participan en el diseño, implementación, y mejora continua.

Es por ello y tal como lo refiere la Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos- PMBOK-2013 (entre otras), tanto los interesados internos o colaboradores, como los usuarios y comunidad en general toman importancia en el éxito. Desde allí son los mismos trabajadores y usuarios los que proporcionan la información para el diagnóstico y mejoras.

CONCLUSIONES

En cuanto al diagnóstico institucional, los resultados evidenciaron que una gran cantidad de funcionarios y servidores públicos del GAD Municipal del cantón Manta se encuentran desmotivados en virtud de la falta de compensaciones monetarias e intangibles, como la capacitación permanente, los cuales consideraron que se ha venido dando escasamente en el GAD-Manta.

Por otra parte, existe una limitada campaña de promoción y difusión, lo cual da cuenta aún más de la desmotivación del personal. En ese sentido los informantes manifestaron que no hay una suficiente divulgación de los aspectos organizacionales, como por ejemplo no conocen lo que es un Plan de Fortalecimiento Institucional, ya que este no ha sido aún aplicado a nivel de gobiernos autónomos, y lo que ya lo conocen al nivel directivo no lo han transmitido a través de un proceso formativo práctico, de orden técnico y de sensibilización.

No obstante, los servidores públicos están conscientes que su implementación contribuirá a mejorar la capacidad de la gestión municipal, la imagen institucional, toda vez que es un imperativo

para poner operativa la Ley de Descentralización, optimizar los recursos, y consiguiente rendición transparente de cuentas.

El diseño e implementación del PFI se basa en un enfoque integral y articulado, lo cual requiere de la participación de los trabajadores de los diferentes niveles: estratégico, táctico, y operativo. Es entendido como un proceso dinámico, de mejora continua, virtud de lo cual amerita capacitaciones permanentes y adecuados canales de comunicación-coordinación. Así como también la mejora de la comunicación tanto con tecnologías, como la comunicación humana, ambas son esenciales en este proceso. Comunicaciones más horizontales garantiza el éxito, ya que todo gira en torno a la participación sinérgica de todos los actores sociales, tanto internos como externos.

Definir los estándares de calidad de los servicios, diseñar sistemas de monitoreo, y retroalimentación para la mejora continua, manejo integrado de la información para mejorar la relación con los ciudadanos, implementar actividades lúdicas para los trabajadores, diseñar un código de ética del servidor público, y generar espacios de mayor cercanía trabajador- ciudadano son aspectos que lograrán mejorar el desempeño público.

Ampliar la oferta de servicios que considere a los usuarios, el manejo integrado de la información, mejoras en las relaciones con los ciudadanos, con servicios que hagan uso de recursos compartidos, tanto en forma virtual, como presencial con puntos de atención de varios servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albi, J. (2000). Economía Política I: Fundamentos, Presupuesto y Gasto, Aspectos Macroeconómicos. Madrid: Editorial Ariel.

Apaza, M. (2005). Balanced Scorecard-Gerencia Estratégica y del Valor. Lima: Pacífico Editores.

Bustamante, C., & Blanc, G. (2015). El Estado Político Actual del Ecuador. Quito.

Casanova, F. (2008). Formación Profesional, Productividad, y Trabajo Decente. Montevideo: CINTEFOR.

Chandler, A. (2001). Estrategia y Estructura. México: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2007). Introducción a la Teoría General de la Administración. México: McGraw Hill.

EUROSUR (2013). Fortalecimiento Institucional. En <http://www.eurosul.org/GEM/GEM19.HTM>. Recuperado el 12 de Octubre de 2017.

Fred, D. (2012). Conceptos de Administración Estratégica. México: McGraw Hill.

Fernández, A. (2008). Política Económica. México: Mc Graw Hill

GAD Municipal cantón Manta. (2012). Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial. Manta.

GAD Municipal cantón Manta. (2015). Proforma Presupuestaria. Manta.

GAD-Cantón El Guabo. (2011). Plan de Fortalecimiento Institucional. En <http://elguabo.gob.ec/files/downloads/ORGANICO%20AME.pdf>. Recuperado el 12 de Octubre de 2017

García, J. (2006). Prácticas de la Gestión Empresarial. México: Mc Graw Hill.

Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Manta. (2014). Información Municipal. En <http://www.manta.gob.ec/index.php/2014-05-27-15-26-03/quienessomos>. Recuperado el 22 de Noviembre

de 2017

Hernández, R (2010). Metodología de la investigación. . México: Mc Graw Hill

Ilustre Municipio de Santa Isabel (2005). Plan de Fortalecimiento Institucional. Obtenido de <http://www.santaisabel.gob.ec/docs/pfi.pdf>. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017

Jhonson, S. (2013). Dirección Estratégica. México: Prentice May Hispanoamericana SA. Buenos Aires: Universidad ICESI.

Mintzberg, W. (2005). Planeación Estratégica. Montreal

Nunes, P. (2013). Sistemas de gestión financiera. Sao Paulo: Pearson.

Project Managament Instituto (2013). Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos-PMBOK. (Quinta edición).

Senado de la Nación Argentina (2005). Plan de Fortalecimiento Institucional. Obtenido de <http://www.senado.gov.ar:88/2861.pdf>. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017

ESCENARIOS FUTURIBLES PARA EMPRESAS IMPORTADORAS DE EQUIPOS MÉDICOS EN EL ECUADOR

FUTURE SCENARIOS FOR IMPORTING COMPANIES OF MEDICAL EQUIPMENT IN ECUADOR

Ana María Arteaga Zambrano¹

¹Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo - Ecuador

e-mail: amarteagaz@pucesd.edu.ec¹

Recibido: 09/07/2018

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: F01, I, I11

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito determinar el futuro de las empresas importadoras de equipos médicos en el Ecuador, mediante escenarios con probabilidad relativa de ocurrencia, para mejorar la toma de decisiones, potenciar la gestión basada en resultados y optimizar el manejo de riesgos. La metodología aplicada es de origen francés y avalada por la UNESCO, que se desarrolla con la utilización de softwares del laboratorio de LIPSOR, tales como MICMAC, MACTOR Y SMIC PROB EXPERT. El estudio se realizó mediante encuesta Delphi a una muestra de 123 profesionales en el área médica y a distribuidores de equipos médicos. Los resultados muestran que el sector de la salud se encuentra en crecimiento por reformas y mejoras a instituciones prestadoras de servicios ambulatorios y afines a esta actividad.

Palabras clave: prospectiva, salud, perspectiva, equipos médicos, importadoras.

ABSTRACT

The following investigation has as purpose to determine the future of the importing companies of medical equipment in Ecuador, by means of scenarios with relative probability of occurrence, to improve the taking of decisions, to boost the management based on results and to optimize the handling of risks. The applied methodology is of French origin and endorsed by UNESCO, which is developed with the use of software from the LIPSOR laboratory, such as; MICMAC, MACTOR AND SMIC PROB EXPERT. The study was conducted by Delphi survey to a sample of 213 professionals in the medical area and medical equipment distributors. The results show that the health sector is growing due to reforms and improvements to institutions providing outpatient services and related to this activity.

Key words: Prospective, health, medical equipment, importers.



INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene por objeto destacar los posibles escenarios futuros de las empresas importadoras y comercializadoras de equipos médicos en el Ecuador, mediante el uso de la metodología de prospectiva estratégica, con el fin de prever eventualidades que por medio de esta técnica se plantee procedimientos que conlleven a alcanzar los resultados deseados para las compañías del sector.

Cabe destacar que el comercio internacional es cambiante y como lo expone, según Chosgo (2016) señala sobre un economista que reflexionaba de su libro de que, si en el comercio probara científicamente que existe vida en otros planetas, lo primero que ocurriría es que varias personas o empresas intentarían comerciar con los extraterrestres y viceversa.

Es por ello que la importación de equipos médicos para el desarrollo e innovación del área de la salud, ha sido la razón principal para la implementación del modelo prospectivo como herramienta administrativa que anticipe las condiciones futuras del mercado y motive a la generación de planes estratégicos para cumplir la visión del sector.

Bajo esta premisa, se revisó la propuesta de Godet y Durante (2015), los cuales sostienen que las organizaciones, a través de ejercicios adecuados de planificación prospectiva, pueden identificar el futuro deseado y construirlo desde el presente, nominando al mismo como “escenario apuesta” o “escenario deseado”.

La prospectiva parte del concepto que el futuro aún no existe y “se puede concebir como un realizar múltiple” (Jouvenel, 1993) págs. 30-40., y que “depende solamente de la acción del hombre” (Godet, 1991) págs. 40-43. Por esa razón, el hombre puede construir el mejor futuro posible, para lo cual debe tomar las decisiones correctas en el momento apropiado.

Medina (2006) define la prospectiva como una disciplina para el análisis de sistemas sociales, que permite conocer mejor la situación presente, identificar tendencias futuras y analizar el impacto del desarrollo científico y tecnológico en la sociedad. Con ello se facilita el encuentro entre la oferta científica y tecnológica con las necesidades presentes y futuras de los mercados y de la sociedad (p. 88).

Para Hougues de Jouvenel (2005), la prospectiva no es ni profecía, ni predicción [...], no tiene por objeto predecir el futuro; develarlo ante nuestros ojos como si se tratara de algo prefabricado; sino el de ayudarnos a construirlo. Nos invita, pues a considerar el futuro como algo por hacer, por construir, en vez de verlo como algo que estaría decidido y del que solo faltaría descubrir el misterio (p. 6).

Godet (1993), señala que “la prospectiva exploratoria es un panorama de los futuros posibles (futuribles), es decir, de los escenarios no improbables, teniendo en cuenta el peso de los determinismos del pasado y de la confrontación de los proyectos de actores” (p. 13).

Arapé (2000) define la prospectiva como “la ciencia que tiene por objeto el estudio de las causas técnicas, económicas y sociales que aceleran la evolución del mundo, y la previsión de las situaciones que de ellos derivan” (pp. 3 - 4).

La investigación se sustenta en una metodología reciente e instituida por Godet, mediante el laboratorio del LIPSOR, conjuntamente con los tres softwares, que tiene por objetivo orientar estratégicamente las acciones presentes, basadas en las condiciones futuras del mercado importador, sustentándose en un diagnóstico situacional, para aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas, proceso que se dividirá en tres partes: Método MICMAC, MACTOR y SMIC PROB EXPERT.

Godet fue el creador de varias herramientas estratégicas de prospectiva desarrolladas a mediados de los setenta, sin embargo, el precedente que se tiene de quien impulsó por primera vez dicho enfoque fue Jay Forrester en 1961; en 1974 Godet y Duperrin buscaron operacionalizar dicho método en un primer estudio sobre la energía nuclear en Francia (Arcade, Godet, Meunier, & Roubelat, 2004).

Para este fin, inicialmente, se revisaron los aportes de los fundadores y pensadores de la prospectiva estratégica: Gastón Berger y Beltrand de Jouvenel, en los años 50 del siglo XX, que

dieron pie a corrientes más contemporáneas y universales como el pensamiento de Michel Godet (Francia), la escuela anglosajona y la asiática. En Estados Unidos y otros países de habla inglesa se denomina a esta disciplina Futures Research o Future Studies (Datar, 2012). Todas estas escuelas, tienen una base común sobre la construcción de futuros (futuribles), futuros posibles y sostienen que las organizaciones, a través de ejercicios adecuados de planificación prospectiva, pueden identificar el futuro deseado y construirlo desde el presente, nominando al mismo como “escenario apuesta” o “escenario deseado”.

Según UNESCO (2016) señal que Japón fue uno de los países que desde 1971 aplicó con éxito el método Delphi, eslabón importante de la metodología prospectiva, con periodicidad constante (cada 5 años). Actualmente, la prospectiva es parte del arsenal de planificación de organizaciones como la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), la UE (Unión Europea) y otras más.

Dentro de los estudios de prospectiva estratégica desarrollados en los diferentes sectores macroeconómicos, se ha dejado de lado el uso ilustrativo de programas convencionales como por ejemplo la herramienta Excel, dado que es un medio muy familiarizado con todas las personas que tienen una formación básica de segundo nivel, puesto que para el uso de los softwares no es necesario poseer mayor experticia en temas matemáticos e informáticos.

En el Ecuador organismos que asisten de manera técnica al gobierno como es el IAEN (Instituto de Altos Estudios Nacionales), han permitido articular esta herramienta administrativa a diferentes sectores, su aplicación se ha direccionado en ámbitos como: control de territorios, energía, seguridad y defensa, entre otros; en contraste con el sector privado, no ha sido relevante la utilización de este instrumento. Es así que esta propuesta pretende contribuir al desarrollo, sustentándose en bases técnicas para la implementación en proyectos futuros enfocados a dar solución a la constante y progresiva demanda de insumos, instrumentación y equipamiento médico. El desarrollo que ha tenido el sector salud durante la última década, impulsado por parte del Gobierno Central que ha invertido aproximadamente \$16.000 millones de dólares en la construcción y repotenciación de hospitales, centros de salud y sub-centros; ha brindado la oportunidad de ampliar la cobertura y participación de mercado para las empresas especializadas en proveer equipos médicos, de laboratorio y de rehabilitación directamente de las fábricas, puesto que el sistema de salud de Ecuador se ubica entre los 20 mejores del mundo.

METODOLOGÍA

La investigación se realizó mediante el método de los escenarios, planteado en el libro de Godet & Durand (2011) con el objetivo de esbozar una visión panorámica en el mercado importador de equipos médicos, y proponer orientaciones y acciones estratégicas para las empresas del sector, como medida de previsión respecto a las condiciones del futuro.

Este método contiene el desarrollo de un taller de prospectiva denominado árbol de competencias de Marc Giget, que propone un diagnóstico de la situación de las empresas del mercado y clasifica los acontecimientos pasados, presentes y futuros de las empresas. Las raíces explican el saber-hacer, el tronco muestra la capacidad de producción y las ramas destacan las líneas de productos y servicios que ofertan.

Luego de tener una previsión del sistema interno y externo de las empresas, se emplea el método MICMAC, reconocido como análisis estructural, que en labor conjunta de un grupo de expertos y en base al árbol de competencias (ver tabla 1), se determinaron 31 variables, que fueron ingresadas al software y calificadas en la matriz de doble entrada. Esta relación permitió al programa generar el plano de influencias y dependencias, para identificar las 6 variables clave, que son la base de la propuesta.

El MACTOR es el segundo software, denominado “juego de actores”, que constituye un eje importante en la investigación, al identificar a los grupos de interés e ingresarlos al sistema.

Según Pinto (2008), este método se basa en el 80% de reflexión colectiva sobre el futuro, y el 20% corresponde al uso de matrices, para generar gráficos esenciales y contribuir al análisis de la propuesta, tales como, el plano de influencias y dependencias, gráfico de convergencias y divergencias entre actores.

El método SMIC PROB EXPERT corresponde a la elaboración de escenarios, que además de considerar la información integrada a los programas MICMAC y MACTOR, requiere la puesta en marcha de encuestas Delphi, aplicadas a un panel de expertos que respondieron de acuerdo a su experiencia en el ámbito de la salud, sobre las 6 hipótesis formuladas en base a las variables claves. Como resultado, el sistema generó el histograma de extremums, que establece a 64 escenarios, cada uno con cierto grado de probabilidad relativa de ocurrencia.

Para delimitar la población, se aplicó dos tipos de muestreo no probabilístico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), por cuotas, al considerar la subdivisión de 3 grupos de estudio, y por conveniencia, dado que, por motivos geográficos y cercanía al equipo de investigación, se encuestó a especialistas de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

La muestra del estudio, se estableció en base a los datos del Anuario de Recursos y Estadísticas (INEC, Ecuador en cifras, 2014). En el sector público con un total de 742 instituciones de salud en el país, deben realizarse 62 encuestas a profesionales encargados de la administración, para el sector privado son 557 casa de salud y se deberá aplicar 61 encuestas. El total de la muestra fue de 123 especialistas de instituciones prestadoras de atención médica; público, privado, y a distribuidores de equipos médicos.

RESULTADOS

Los productos ecuatorianos exportados al mercado europeo ingresarán libres de aranceles y obstáculos a una de las regiones de mayor poder adquisitivo del mundo. Esto se producirá inmediatamente después de la entrada de vigencia del Acuerdo. Contribuirá a la modernización del aparato productivo nacional en un contexto de inserción inteligente a los mercados internacionales, bajo una estrategia de optimización de beneficios... Para los productos provenientes de la Unión Europea, el Ecuador eliminará gradualmente los aranceles con el siguiente esquema: para el 76% de las importaciones, a la entrada en vigencia del Acuerdo, para el 11% en 5 años y para el resto entre 7 y 10 años (Ministerio de Comercio Exterior, 2014).

Se proyecta una meta de financiamiento internacional de USD 600 millones para tener una opción adicional para financiar los objetivos planteados en la política industrial hasta 2025. El instrumento permitirá incrementar la liquidez disponible en el sector productivo, para adquirir bienes de capital, materias primas y capital de trabajo, a fin de impulsar la producción local con niveles y estándares internacionales, apuntando a incrementar las exportaciones y números de mercados en el exterior (Política Industrial del Ecuador, 2016, p. 56).

En el árbol de competencias de la organización, se observan las aptitudes y capacidades del conglomerado, ordenadas cronológicamente (presente, pasado y futuro) y clasificadas en lo que sabe hacer (raíz) respecto a la importación y distribución de equipos médicos (tronco) referente a la capacidad de producción en las áreas operativas internas de la empresa. Finalmente la descripción del portafolio de productos, detallado en líneas o servicios (ramas), que relacionan los tres aspectos, describiendo la evolución del sistema de la organización, al ampliarse y cubrir nuevas áreas del sector de la salud.

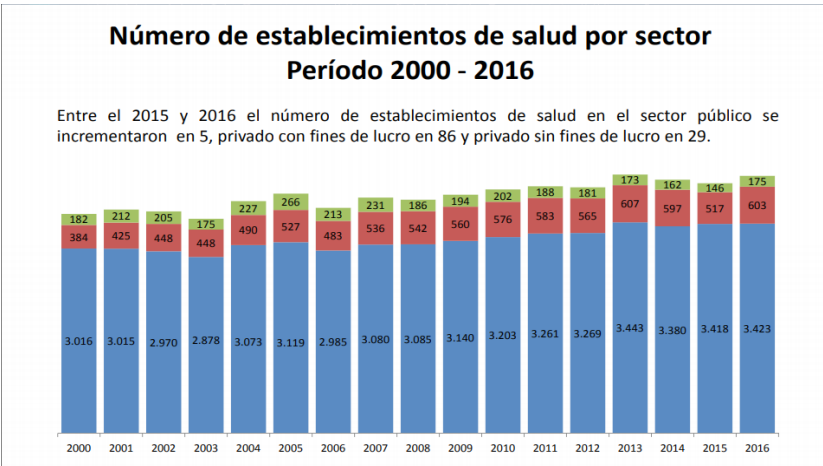
El gráfico de los cambios esperados para el futuro clasifica los acontecimientos pasados, presentes y futuros y los posibles escenarios que puedan ocurrir. Uno de los cambios esperados para la entidad es la implementación de una planta operativa que se especialice en el mantenimiento, ensamblado y reparación de equipos médicos básicos. En la actualidad se realizan adecuaciones en las áreas administrativas y operativas para mejorar la distribución del espacio físico de la empresa.

Tabla 1 Árbol de competencias de Marc Giget

	Análisis del pasado	Análisis del presente	Análisis del futuro
Raíz (Saber hacer)	Distribuidora local de equipos médicos de diagnóstico y rehabilitación.	Importadora y distribuidora de equipos médicos de diagnóstico y rehabilitación.	Importadora, Distribuidora, y prestadora de servicios de equipos médicos de diagnóstico, rehabilitación y fabricación de prótesis en impresión 3D.
Tronco (Organización, Tecnología y Finanzas)	El capital humano estaba conformado únicamente por el gerente general y la contadora.	Organización empírica y funciones no definidas en los puestos de trabajo.	Organigrama estructural definido de acuerdo a las áreas operativas y administrativas de la empresa.
	Desorganización en la clasificación de los productos.	Distribución del área de bodega por líneas de productos.	Implementación de una plataforma con sistema RFID para el control logístico de la mercadería.
	Distribución de productos con información de proveedores de las marcas.	Empaquetado con información de la empresa.	Empaquetado con información de la empresa.
Ramas (Servicios)	Equipos médicos y de laboratorio	Equipos médicos y de laboratorio	Equipos médicos y de laboratorio
	· Productos de rehabilitación	· Productos de rehabilitación	· Productos de rehabilitación
	· Instrumental	· Equipos hospitalarios	· Equipos hospitalarios
	· Equipos médicos	· Instrumental	· Instrumental
	· Productos nuevos	· Laboratorio	· Laboratorio
		· Equipos biológicos	· Equipos biológicos
		· Equipos médicos	· Equipos médicos
		· Productos nuevos	· Instrumental de ortodoncia
			· Productos nuevos
	Entrega a domicilio	Entrega a domicilio	Entrega a domicilio

Fuente: Arteaga & Bonifaz (2017)

Figura 1. Número de establecimientos de salud por sector, periodo 2000-2016



Nota, Fuente: (INEC, Anuario de Estadísticas Salud:Recursos y Actividades de Salud, 2016). Anuario de Estadísticas Salud:Recursos y Actividades de Salud

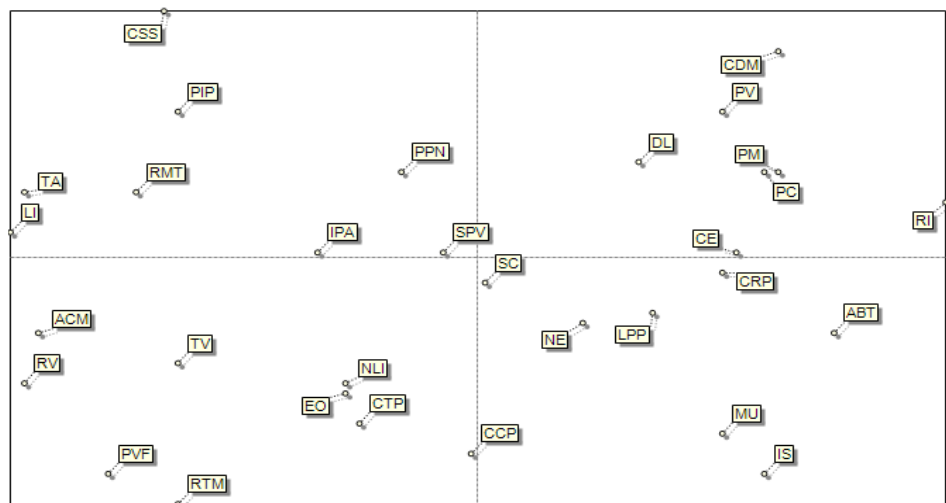
Según el portal Ecuador en cifras, en el último censo realizado en el año 2016 existe un total de 4201 casas de salud, donde 3423 son públicas, 603 privadas con fines de lucro y 175 privadas sin fines lucrativos. Estas diferencias significativas entre el sector público y privado ha sido por el constante desarrollo el sector de la salud en la última década por la connotación de carácter de política de Estado, direccionado a garantizar el bienestar de los ciudadanos, dotándolos de servicios y tratamientos que anteriormente tenían un alto costo y estaban fuera del alcance de las personas de escasos recursos económicos.

Análisis estructural con el método MICMAC

El modelo de análisis estructural es la parte catalizadora del estudio, que inicia con la identificación de 31 variables establecidas en base del diagnóstico situacional, planteado por un grupo de expertos del sector. Luego fueron ingresadas y calificadas en una matriz de doble entrada, formulando las siguientes preguntas; “¿existe una relación de influencia directa entre la variable i y la variable j? si es que no, anotamos 0, en el caso contrario, nos preguntamos si esta relación de influencia directa es, débil (1), mediana (2), fuerte (3) o potencial (4)” (Godet & Durance, 2011).

Como resultado de este mecanismo, el programa MICMAC generó el plano de influencias y dependencias directas (ver figura 2), que explican la estructura del mercado de empresas importadoras de equipos médicos del país, con factores que afectan con mayor o menor grado de influencia o dependencia, de acuerdo a la ubicación en la que se encuentran en el gráfico.

Figura 2. Plano de influencias y dependencias directas



Nota. Fuente. Software MICMAC del laboratorio de LIPSOR

Las variables objetivas tienen el nivel medio de influencia y alta dependencia, correspondiendo al Ciclo del Efectivo (CE), que al tratarse de acuerdos de pagos que se realizan con los proveedores que en la mayoría son internacionales, que al relacionarlo con los plazos de cobros que se realizan a los clientes, y que en la mayoría son compras de equipos médicos costosos, generan la alta dependencia para la empresa.

Las variables secundarias se posicionan en la zona inferior izquierda, debajo de la diagonal, denominada como eje estratégico, que se mencionan seguidamente: (NLI) Nivel de liquidez sin inventario (Prueba de ácido), (EO) Estructura organizacional, (CTO) Capital de trabajo positivo, (CCP) Canales de comunicación con clientes potenciales.

Las variables autónomas no contribuyen ni afectan a la operacionalidad estratégica de las empresas importadoras, por el bajo nivel de influencia y dependencia, tales como las (PVF) Plataformas virtuales financieras, (RTM) las Restricción de importaciones, (RV) Red vial, (ACM)

Acreditación de carreras de medicina, (TV) Tecnología vanguardista.

Las variables dependientes o de resultado (LPP) se localizan en la zona inferior derecha, con un baja influencia y alta dependencia, correspondientes a las Líneas del portafolio de productos, (CRP) Compras repetitivas (Portafolio de clientes), (ABT) Abastecimiento, (MU) Margen de utilidad, (IS) Inventario de Seguridad (Stock inmediato), (NE) Nivel de endeudamiento (Sobreendeudamiento).

Las variables del entorno tienen un mediano nivel de influencia y baja dependencia, situándose en el cuadrante superior izquierdo, mencionadas seguidamente: (TA) Tasas arancelarias, (LI) Licencias de importación, (RMT) Riesgo de mercadería en tránsito, conforman un eje importante, al condicionar el funcionamiento de las empresas importadoras.

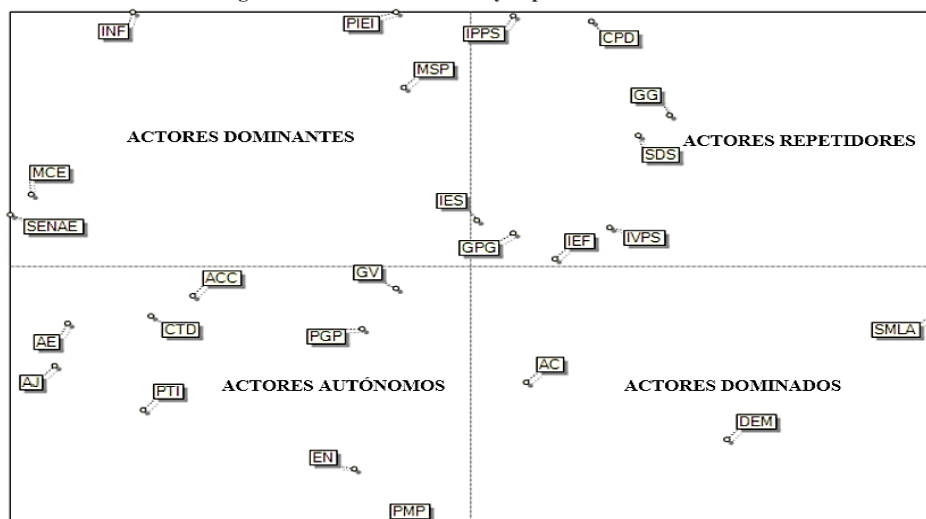
Las variables determinantes o influyentes mantienen alta influencia y baja dependencia, y se colocan en el cuadrante superior derecho, enlistadas a continuación: (CSS) Crecimiento del sector de la salud, (PIP) Planes de inversión pública en el sector de la salud.

Las variables reguladoras se sitúan en el centro del círculo denominado elipse, que en este contexto se identifican las siguientes: (SPV) Servicio Post-venta, (SC) Servicio al cliente, (PPN) Publicidad/Promoción de productos nuevos, (IPA) Infraestructura propia y son las que contribuyen al cumplimiento de los retos estratégicos planteados a base de las variables clave.

Las variables clave son la base para el planteamiento de los retos estratégicos, correspondientes a la (CDM) Cobertura de distribución del mercado nacional (PV) Puntos de ventas, (DL) Distribución y logística, (PC) Precios Competitivos, (PM) Participación del mercado, (RI) Rotación de inventarios. Juego de actores con el método MACTOR

El software MACTOR genera el plano de influencias y dependencias, que se encuentra dividido en cuatro cuadrantes, con 25 involucrados, dispersos en el plano. En el cuadrante superior derecho se ubican los grupos de interés de mayor influencia y dependencia dominados o denominados como repetidores o actores de enlace. ¿En el cuadrante inferior derecho se visualizan los actores dominados? Los stakeholders se establecen en el cuadrante superior izquierdo, al tener alto nivel de influencia y baja dependencia. Finalmente, la operacionalidad de la empresa es indiferente al comportamiento de los actores autónomos, debido a su bajo nivel de influencia y dependencia.

Figura 3. Plano de influencias y dependencias indirectas



Fuente. Software MACMAC del laboratorio de LIPSOR

Los actores dominantes, tienen alta influencia y baja dependencia, correspondientes a las (INF) Instituciones Financieras, (MCE) Ministerio de Comercio Exterior, (SENAE) Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, (PIEI) Proveedores Internacionales de Equipos e Insumos Médicos, (MSP) Ministerio de Salud Pública

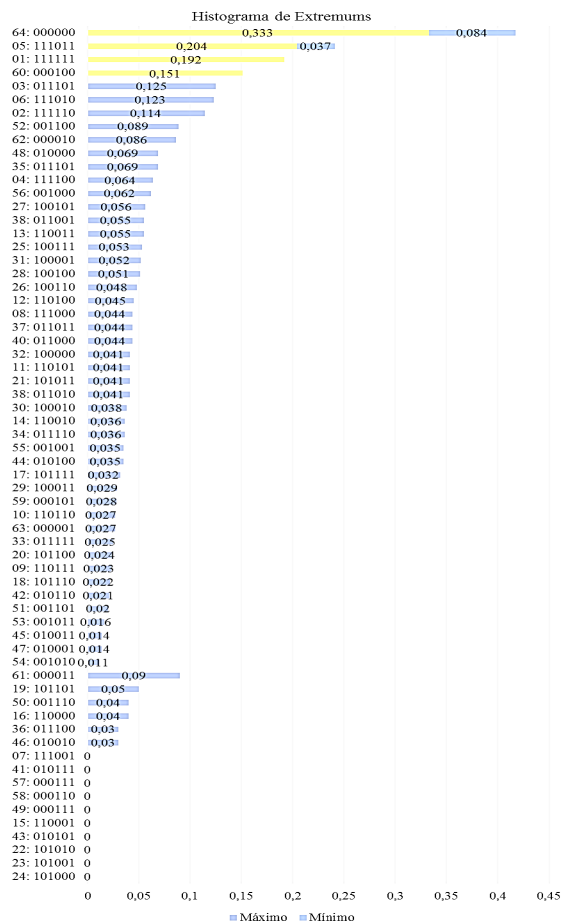
Los actores dominados tienen poca influencia y alta dependencia, tales como; (SIMELA) Sociedad Importadora de Equipos Médicos, Laboratorio e Insumos, (DEM) Distribuidores de Insumos y Equipos Médicos, (AC) Asistente Comercial. Los actores repetidores, tienen alta influencia y dependencia, (IPPS) Instituciones Públicas, Prestadoras de Servicios de Salud, (CPD) Competidores Directos, (GG) Gerente General, (SDS) Sector de la Salud, (IVPS) Instituciones Privadas, Prestadoras de Servicios de Salud, (GPG) Gestores de Proyectos Gubernamentales en Temas de Salud, (IES) Instituciones de Educación Superior en Carreras de Medicina, (IEF) Institutos de Cursos de Enseñanza y Formación del Sector de la Salud.

Los autores autónomos tienen baja influencia y dependencia y se localizan en la zona inferior izquierda: (AE) Asesores Externos, (AJ) Asesor Jurídico, (PTI) Profesionales con Títulos en Informática, (CTD) Contador, (ACC) Accionistas, (PGP) Patronato del Gobierno Provincial, (GV) Grupos Vulnerables, (EN) Empresas de Logística, (PMP) Proveedores de Materia Prima para Fabricación de Prótesis.

Elaboración de escenarios con el método SMIC-PROB-EXPERT

Establecimiento de seis propuestas estratégicas, basadas en las variables clave que se obtuvieron en el software MICMAC, las cuales estarán direccionadas al mejoramiento de la gestión de procesos y cobertura que tiene la importadora de equipos médicos en el mercado ecuatoriano.

Figura 4. Histograma de Extremums



Fuente. Software SMIC-PROB-EXPERT del laboratorio

Tabla 2. Eventos y variables estratégicas

Nº	Objetivos	Variables Claves
1	Implementar un centro de fabricación y distribución de prótesis en impresión 3D	Cobertura de Distribución del Mercado Nacional
2	Implementar 3 puntos de ventas en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca	Puntos de Ventas
3	Instalar una plataforma virtual con tecnología RFID, para el control de la mercadería	Distribución y Logística
4	Alcanzar el 7% de participación del mercado	Participación de Mercado
5	Desarrollar un proyecto de asociatividad con el Ministerio de Salud Pública para la fabricación de prótesis, enfocado a grupos vulnerables	Precios Competitivos
6	Incrementar la rotación del inventario a 3 veces	Rotación del Inventario

Fuente. Software SMIC-PROB-EXPERT del laboratorio de LIPSOR

DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos en el histograma de extremums el escenario apuesta, se ubica en la posición N°3, con una combinación binaria (11111), y prevé una probabilidad relativa de ocurrencia del 19,2%. De este resultado se puede determinar que es propicio incrementar la rotación del inventario en 3 veces en el año, dada la situación favorable que se presenta para la empresa SIMELA, por el continuo crecimiento del sector de la salud con el desarrollo de múltiples proyectos gubernamentales y que le ha permitido comercializar cada una de las líneas en distintas licitaciones públicas. La instalación de una fábrica de prótesis en impresión 3D, brindará una ventaja competitiva preeminente, por ser un producto innovador, versátil y altamente diferenciador, capaz de cambiar la tendencia en la línea de rehabilitación, esta iniciativa tendrá relevancia para los distintos sectores que estarían interesados en adquirir estos artículos. El Estado ecuatoriano, por medio de las diferentes instituciones encargadas de brindar cobertura y atención sanitaria de la población ecuatoriana, sería el primer cliente potencial.

Dadas las condiciones favorables por el progreso económico del país, principalmente en las ciudades con mayor crecimiento poblacional, el gerente propondría la implementación de 3 puntos de venta, con la finalidad de incrementar un nuevo canal de distribución, para lo cual sería necesario instalar una plataforma virtual para el control del inventario, mediante tarjetas RFID, lo que facilitará conocer datos en tiempo real sobre la disponibilidad de mercadería y gestionar de manera óptima la logística de la empresa. Al concretarse cada objetivo anteriormente expuesto se podría estimar que la empresa puede alcanzar favorablemente el 7% de participación sin problema alguno.

CONCLUSIONES

Respecto al ámbito externo, en el macro-ambiente la intervención del Estado impulsa nuevas políticas con la finalidad de reducir las importaciones y fomentar la industria local, afectando directamente al giro de negocio de la organización. Al recopilar los resultados del diagnóstico situacional, en relación al análisis estructural, se determinó un listado de 31 factores, ingresados al software MICMAC, para realizar la ponderación pertinente en la matriz de influencias directas y potenciales, obteniendo como resultado el plano de influencias y dependencias, donde se identificaron 6 variables clave: (CDM) Cobertura de Distribución del Mercado Nacional, (PV) Puntos de Ventas, (DL) Distribución y Logística, (PC) Precios Competitivos, (PM) Participación del Mercado, (RI) Rotación de Inventarios. Utilizadas para el planteamiento de los objetivos estratégicos, orientados al desarrollo institucional.

En el software MACTOR se formularon 6 jugadas que se relacionan con los 25 actores,

que contribuyen de manera influyente o dependiente al desarrollo de las propuestas estratégicas, posteriormente se realiza la ponderación respectiva en la matriz de actores por actores, y se obtienen; el plano de influencias y dependencias de actores, el que permite establecer una clasificación según su posición. El gráfico de convergencias de orden 3 muestra correlación a las Instituciones Financieras (INF); Gerente General (GG) y las Instituciones Públicas Prestadoras de Servicios de Salud (IPPS). Por el contrario, en el gráfico de divergencias se determina a la Competencia Directa (CDP), Gerente General (GG) y las Instituciones Públicas Prestadoras de Servicios de Salud (IPPS).

Respecto a los resultados de las encuestas Delphi aplicadas a 123 profesionales de la salud, que fueron ingresados al software SMIC PROB EXPERT, generando el gráfico de histograma de extremums, donde se visualizan 64 escenarios probabilísticos, de los cuales se toman en cuenta el escenario apuesta (111111), ocupando el tercer lugar con 19,20% de ocurrencia, cumpliéndose todos los objetivos estratégicos. El escenario tendencial (000000) se sitúa en primer lugar con un 33.33% probabilidad de ocurrencia, y finalmente el escenario con mayor probabilidad de ocurrencia (111011), donde se estima que todos los objetivos se cumplen con excepción del objetivo referente a la instalación de un sistema de control de inventario con tecnología RFID.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arcade, Godet, Meunier, & Roubelat. (2004). Análisis estructural con el método. Obtenido de 2011 de:
- Chosgo, T. A. (2016). El comercio internacional y los países desarrollados. Ventana Científica, 7(11). doi:2305-6010
- Datar. (2012). Advancing Futures: Futures Studies in Higher Education. Greenwood.
- Godet, M., & Durance, P. (2011). La prospectiva estratégica para las empresas y territorios. UNESCO.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- INEC. (2014). Ecuador en cifras. Obtenido de Anuario de Estadística de Salud: Recursos y Actividades: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Recursos_Actividades_de_Salud/Publicaciones/Anuario_Rec_Act_Salud_2014.pdf
- INEC. (2016). Anuario de Estadísticas Salud: Recursos y Actividades de Salud. Obtenido de Ecuador en cifras : http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Recursos_Actividades_de_Salud/RAS_2016/Presentacion_RAS_2016.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). El acuerdo comercial; Ecuador - Unión Europea. Ecuador : Ecuador ama la vida.
- Pinto, J. P. (2008). Las herramientas de la prospectiva estratégica: usos, abusos y limitaciones. Cuadernos de administración, 47-56.
- Política Industrial del Ecuador. (2016). Política Industrial del Ecuador. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/politicaIndustrialweb-16-dic-16-baja.pdf>
- UNESCO. (2016). Creación de futuros sostenibles para todos. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002462/246294s.pdf>; fecha de consulta: marzo 2017.

LA VINCULACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA-GOBIERNO: UNA VISIÓN HISTÓRICA Y CONCEPTUAL

UNIVERSITY-INDUSTRY-GOVERNMENT LINKAGE: A HISTORICAL AND CONCEPTUAL VISION

Gladys Saltos Briones¹, Silvia Odriozola Guitart², Maritza Ortiz Torres²

¹Universidad Técnica de Manabí - Ecuador

²Universidad de la Habana - Cuba

e-mail: gsaltos@utm.edu.ec¹, silvao@fec.uh.cu², maritza@fec.uh.cu²

Recibido: 12/09/2018

Aceptado: 15/11/2018

Código Clasificación JEL: F23, G34, G3

RESUMEN

En el mundo contemporáneo, cada vez con mayor fuerza, el conocimiento se convierte en un elemento fundamental para los procesos de desarrollo, lo cual ha ido transformando el rol de las universidades en sus vínculos con la sociedad. En este contexto, la participación del gobierno, así como del sistema empresarial, se torna igualmente relevante, dando lugar a diversos modelos de vinculación entre todos estos actores. Teniendo en cuenta lo anterior, el presente trabajo tiene como propósito fundamental la sistematización, desde el punto de vista teórico-metodológico e histórico, de las bases conceptuales para la vinculación universidad-empresa-gobierno, así como de los modelos de vinculación derivados de la experiencia internacional. Ambos tópicos son abordados en los dos apartados que conforman el artículo.

Palabras clave: Vinculación, Universidad, Empresa, Gobierno

ABSTRACT

In the contemporary world, knowledge is increasingly becoming a fundamental element for development processes, which has been transforming the role of universities in their links with society. In this context, the participation of the government, as well as of the industry, becomes equally relevant, giving rise to diverse models of linkage between all these actors. Taking into account the above, the present work has as its fundamental purpose the systematization, from the theoretical-methodological and historical point of view, of the conceptual bases for the university-industry-government linkage, as well as of the linking models derived from the international experience. Both topics are addressed in the two sections that make up the article.

Key words: Linkage, University, Industry, Government



INTRODUCCIÓN

En el actual siglo, la educación superior constituye un importante medio con que cuenta un país para promover su desarrollo y fortalecer su identidad nacional y autodeterminación. Sus tendencias y desafíos en los países en desarrollo, especialmente en los de América Latina, han sido objeto de análisis por numerosas organizaciones internacionales, entre las que se destaca la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

En la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior, celebrada en París en el 2009, se abordó como tema principal “La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo”, destacándose, en el comunicado emitido por los países participantes, los elementos fundamentales que la deben caracterizar, tales como la responsabilidad social de la educación superior; el acceso, equidad y calidad; la internacionalización, regionalización y mundialización; y el aprendizaje, la investigación y la innovación.

La revolución de los conocimientos y la intensa competencia mundial, imponen a las naciones una seria reflexión sobre la calidad de sus sistemas educativos y sobre la orientación que estos deben tener para adecuarse a las nuevas realidades. Así, el rol de las universidades en la sociedad del conocimiento adquiere una importancia destacada en la transferencia de los avances científicos y tecnológicos al medio socio-productivo en que se asientan, a través de las diversas actividades de vinculación con que interactúan las organizaciones educativas y las del medio socio-productivo.

En Ecuador, el tema vinculación universidad-sociedad ha sido de análisis y reflexión en la última década, con el propósito de enfocar en nuevo rumbo de la universidad ecuatoriana y su accionar con la sociedad. A partir de la propuesta presentada por el Consejo de Educación Superior, acerca del mejoramiento de la calidad educativa, se han realizado varios escritos y reflexiones sobre conceptos y formas de vinculación entre la universidad y la sociedad, como una de las funciones sustantivas del quehacer universitario, en la que las empresas juegan un papel importante por su proceso dinámico y cambiante, enmarcado en la ruptura de paradigmas que buscan el fortalecimiento conjunto en la trilogía Estado, empresa y universidad.

Asimismo, se ha puesto de manifiesto que los proyectos de vinculación también deben ser considerados uno de los pilares importantes en el funcionamiento de las Universidades, creando, junto con la docencia y la investigación, el escenario de la sociedad del conocimiento y las nuevas demandas que plantean las universidades. En conjunto, todo debe apuntar al desarrollo sostenible de la sociedad, generando una sinergia entre las universidades, el Estado y los sectores sociales y productivos.

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo de este trabajo es sistematizar, desde el punto de vista teórico-metodológico e histórico, las bases conceptuales para la vinculación universidad-empresa-gobierno, así como los modelos de vinculación derivados de la experiencia internacional. Ambos tópicos son abordados en los dos apartados que conforman el artículo. Para ello, los métodos utilizados fueron el análisis y síntesis, empleado para el estudio de la literatura especializada en la temática; el histórico-lógico para procesar y analizar la evolución de los procesos de vinculación, así como sus aportes más relevantes; y el inductivo-deductivo para el análisis, uso y tratamiento de la información y los datos que se utilizaron en la investigación.

Las investigaciones que se realicen relativas a la vinculación universidad-empresa-gobierno (UEG) necesitan la actualización y conceptualización de los aspectos más novedosos relacionados con esas temáticas, la determinación de las insuficiencias del estado del arte y la práctica, desde su evolución hasta las experiencias internacionales y nacionales contemporáneas, donde las prácticas pre profesionales, la capacitación y el emprendimiento sean considerados como variables importantes para contribuir al logro de la vinculación UEG.

El conocimiento, como parte de la competitividad de las regiones, se ha convertido en un recurso esencial que se debe adquirir, formar y recrear, a partir de las interacciones de los integrantes de la sociedad. En este sentido, es importante revisar los roles, responsabilidades y espacios de encuentro entre los principales actores sociales, universidades, empresas y Estado, para identificar la

forma en la que se gestiona la transferencia del conocimiento hacia los sectores de la sociedad que lo demandan (Morales Rubiano, 2015).

La vinculación UEG toma importancia en el intercambio de conocimientos y, por ende, de relaciones, contribuyendo al desarrollo de la responsabilidad social de las instituciones que participan en una sociedad. Las insuficiencias existentes necesitan el estudio de la vinculación UEG, entendido como una relación compleja por la necesidad de análisis epistémico, político, económico e ideológico y, también, a diferentes escalas: globales, regionales, nacionales y locales.

Evolución histórico y conceptual sobre la vinculación universidad empresa-gobierno

Los procesos de vinculación entre los sectores académico y productivo datan desde finales del siglo XVIII, cuando ambos sistemas, el educativo y el de producción de las naciones más adelantadas del mundo en aquella época, estaban separados. El primero tendía hacia el humanismo, matizado por la intervención de la Iglesia y la nobleza; y el segundo se sustentaba en una economía agrícola y artesanal, caracterizada por el agrupamiento de trabajadores en gremios (Rivera, 2006).

El vínculo de las universidades con la sociedad era muy pobre, de ahí que los mecanismos de relación directa de las instituciones universitarias con la sociedad, se iniciaran tardíamente, a partir de los programas de extensión y difusión cultural, científica y tecnológica.

En dicho proceso evolutivo, diversos términos han estado asociados a la vinculación. Según Maunders citado en (Pérez, 2005)), el término extensión educativa se empleó por primera vez en 1873, en la Universidad de Cambridge, Inglaterra, para designar una determinada innovación en materia de enseñanza. Se trataba de poner las ventajas de la formación universitaria al alcance de las personas, en los sitios donde vivían y trabajaban.

Por su parte, (González, 2002) señala que este concepto nace en América Latina con la Reforma de Córdoba en Argentina en el año 1918, a raíz del debate sobre la razón de la universidad, despreocupada hasta entonces de la realidad de su entorno y sus problemas. Surge entonces como una función sustantiva, como la docencia o la investigación.

A partir de 1972, una vez que se celebra en Estocolmo la Cumbre de la Tierra, (Pérez, 2005) plantea que se abre un nuevo período histórico en el desarrollo de la extensión universitaria y de todas las organizaciones, instituciones y entidades que funcionan como actores sociales del desarrollo. La función de extensión se constituye como un pilar importante para el desarrollo social de los pueblos en un momento histórico en que el Estado tiende al debilitamiento por diferentes vías, entre ellas, el proceso de transnacionalización del capital y el flujo migratorio sur-norte. De aquí se derivan los estatutos de la mayoría de las universidades latinoamericanas donde se plantea que la extensión universitaria tiene como objetivo promover la cultura nacional, incidir en la integración, coadyuvar a los planes de desarrollo regional y territoriales y sumarse a la lucha por la liberación nacional en compromiso con las clases populares.

La enseñanza universitaria no consiste únicamente en la transmisión del conocimiento de los profesores hacia sus estudiantes, conocimiento que, a su vez, está en elaboración, pues los propios profesores dedican parte de su tiempo a la investigación de aquellas materias que imparten en las aulas. Es importante, además de estas actividades de docencia e investigación, distinguir el espacio y el momento en que se lleva a cabo, tanto el conocimiento, como la investigación. Es necesario considerar detenidamente, como se afirma en (Ortega y Gasset, 1982), en qué consiste la enseñanza universitaria, pues a simple vista está fundamentada en profesionalismo e investigación, eliminando casi por completo la transmisión de la cultura.

En 1989, la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior de México (ANUIES), en su VIII Reunión Extraordinaria de la Asamblea General, realizó declaraciones que involucraban la vinculación de la educación superior y el sector productivo, destacando como parte de sus políticas: establecer un programa, a nivel regional y nacional, de fomento y apoyo a la vinculación de la educación superior con el sector productivo de bienes y servicios; establecer convenios y programas entre las Instituciones de Educación Superior (IES), el gobierno federal, los gobiernos estatales y las unidades productivas para el desarrollo de actividades conjuntas, como son prácticas

de estudiantes, realización de investigaciones, estancias de profesores en empresas y de profesionales en las IES, desarrollo de cursos de actualización, asesorías y prestación de servicios; establecer disposiciones para que las dependencias del Gobierno Federal y las empresas recurran a las IES en las regiones en que operen; y celebrar convenios específicos para el desarrollo de investigaciones de interés para el desarrollo municipal y estatal, con la participación y financiamiento de los respectivos gobiernos y apoyar la creación de centros de desarrollo tecnológico o de laboratorios industriales, a nivel regional, en que participen las IES, el gobierno federal, los gobiernos estatales y la iniciativa privada, que constituyan el puente entre educación superior y el sector productivo (ANUIES, 1989).

El desarrollo industrial marca nuevas necesidades y se hace evidente que la educación superior tiene que ser más funcional al proceso productivo, por lo que se fueron constituyendo instituciones tecnológicas que formaban ingenieros en diversas ramas.

Así, los años ochenta podrían ser llamados la década de la vinculación de la universidad-industria o de la asociación de la universidad con los negocios, debido a la intensificación observada en el desarrollo de este proceso y por el contexto organizacional en que la administración de la investigación se empezó a conducir, buscando la comercialización del conocimiento (Fairweather, 1988; Slaughter, 1990).

Por otra parte, (Slaughter, 1993) señala que al finalizar los setenta, la mayoría de los trabajos y recomendaciones en torno a las políticas en investigación giraban alrededor de la necesidad de impulsar una ciencia “pura” y “básica”. En 1980, el término “industria” no aparece en los discursos de los presidentes de las principales universidades de investigación de los Estados Unidos, pero ya para 1985 esta idea es manejada de manera central en los discursos de muchos de ellos analizados por Slaughter.

A finales de la década de los noventa, (H. Etzkowitz y Leydesdorff, 1997) visualizan la integración de la investigación científica de las universidades con la realidad de las empresas como base del concepto conocido como la triple hélice, destacando que la relación entre el conocimiento y la práctica requiere un mediador, un papel que deben ejercer los poderes públicos.

Un año después, Casalet y Casas (1998) citado por (Saavedra G., 2009), plantean cuatro modalidades de acción para los procesos de vinculación de las IES y sus respectivas actividades, tales como:

1. La formación profesional con las prácticas profesionales, servicio social, visitas a empresas, estadias técnicas, residencias profesionales y programa emprendedor.
2. El fortalecimiento de la docencia y la investigación mediante la impartición de clases de licenciatura y posgrado en instalaciones de las empresas; becas de las empresas para profesores e investigadores y becas de las empresas para estudiantes; creación de estudios de nivel de posgrado adaptados a las necesidades de las empresas; acceso a la infraestructura de la institución por parte de las empresas y a la infraestructura de las empresas por parte de la institución; identificación por parte de los profesores de problemas de la empresa y la correspondiente elaboración de proyectos para solucionarlos, de conjunto con los alumnos; la elaboración de tesis sobre problemas planteados por las empresas, así como programas doctorales cuyas tesis consisten en proyectos de desarrollo tecnológico para las empresas.
3. La investigación de desarrollo tecnológico como investigación básica (contratada, no contratada), proyectos conjuntos de investigación, desarrollo tecnológico conjuntos, acceso recíproco a instalaciones especializadas para realizar investigación y desarrollo, servicio de información y documentación, servicio de asistencia técnica, servicio de consultoría, servicio de asesoría, licenciamiento de tecnología, transferencia de tecnología, prospectiva técnica y gestión de financiamiento para proyectos de investigación y desarrollo.

4. La extensión, a través de la educación continua, publicaciones, ferias y exposiciones, foros, coloquios, seminarios, conferencias.

En los últimos años del pasado siglo, se generó una discusión sobre la naturaleza de la educación, materializada en un debate mundial, aunque regionalizado, sobre el rol de lo público y lo privado en la educación superior. Las discusiones han partido de dos enfoques (Brunner, 2000): el primero de ellos, privilegia a la universidad como una institución sui generis, casi sagrada, almacenadora y reproductora del conocimiento, donde se destaca la continuidad histórica de una misión "superior"; el segundo considera a las universidades como instituciones sociales con determinadas funciones (o roles), afectadas como todas las otras instituciones sociales por una acelerada y profunda transformación. Sustentado en un recorrido histórico de cómo lo público y lo privado en la educación siempre han estado entremezclados, se afirma que no hay claridad sobre los límites entre ambos (J. J. Brunner, 2005).

El siglo XXI, caracterizado por un acelerado proceso de globalización, en el que la rápida difusión de la información y el conocimiento se constituye en pilares fundamentales del desarrollo económico social de las naciones, marca un nuevo reto a las IES, determinado por la creciente necesidad de establecer vínculos entre estas, la empresa privada, las instituciones públicas y las organizaciones sociales, viéndola como una interacción activa entre las instituciones que la sociedad ha creado para la educación y la investigación, por una parte, y las organizaciones especializadas en la producción de bienes y servicios, por la otra.

Las características de los sistemas de redes de relaciones entre las organizaciones extrapoladas del sector industrial, en conjunción con los retos del escenario mundial actual, la complejidad de las organizaciones universitarias y los estudios previos, plantean la cuestión sobre la definición de las variables fundamentales para el manejo de las relaciones interorganizacionales y, específicamente, para hacer el modelo educativo universitario más efectivo y no solamente eficiente (Duque Oliva, 2009).

La literatura habla del compromiso, la confianza, la colaboración, el valor percibido y la lealtad como algunas de las respuestas, sin ser ninguna de ellas la respuesta absoluta. Sin embargo, se encuentra que la forma de enfrentar los retos que traen consigo la transformación económica mundial y algunas veces las diversas crisis, tanto de algunos modelos económicos como de algunas estructuras empresariales, han configurado a la cooperación como elemento fundamental para afrontarlas.

Al respecto, y desde el punto de vista económico, (López-Leyva, 2005) plantea que al estudiar el proceso de vinculación, las empresas que sobreviven son aquellas que presentan una mayor competitividad, siendo uno de sus rasgos más importantes la tecnología. En el acercamiento a las universidades, las empresas encuentran una vía para hacerse llegar conocimientos que les permitan integrar nuevas tecnologías a sus procesos productivos.

Uno de los análisis dentro de la vinculación es para los estudiantes. (Restrepo, 2008) considera que dentro de la gama de opciones que existen para ellos enfrentarse al mundo laboral, en su formación técnica, tecnológica, de carrera universitaria y posgradual, se encuentran en la disyuntiva de responder al reiterado llamado de índole social que sincretiza como ideal la formación profesional, particularmente la universitaria y posgradual, o hacer un alto en el camino, como lo están haciendo, para replantear la secuencia dedicación-profesión. De nada sirve la orientación profesional cuando el mercado es el que la dicta.

Las empresas deben estar dentro de las universidades y las universidades en el interior de las empresas, y el Estado debe estar vigilante para que dicho enlace se cumpla, y aunque estructural, es el principio del cambio de la alianza, la cual aún está por construirse. No basta aglomerar proyectos, pedidos empresariales y difusión de la política pública al respecto; falta una especie de equilibrio de fuerzas, ya que hay demasiado para discutir y plantear.

De igual modo, la universidad, desde su responsabilidad social, debe utilizar su influencia para transformar la sociedad, fundamentalmente en aquellos ámbitos que se encuentran en situación de mayor vulnerabilidad social y económica (De la Cruz, 2008).

En este binomio necesario, instituciones educativas y empresas, se hace presente un elemento que

juega un papel importante y que viene a triangular esta relación: el gobierno, para regular y normar las vías de cooperación con la finalidad de dar seguimiento a convenios y aportar beneficios mutuos, en la medida en que todos los agentes del desarrollo interactúen y compartan la visión de un país competitivo (Alvarado-Borrego, 2009).

Las empresas han atendido el llamado del Estado y de las universidades con la pretensión de que la interacción sirva para avanzar en los procesos en los que se requiere fundamentación, metodología y complementación del saber hacer para diferentes propósitos, entre los que se encuentran los estratégicos y de productos. Las universidades vinculaban más a las empresas con el producto que con la generación de conocimiento.

Sobre el tema, Alvarado-Borrero (2009) manifiesta que, debido a los procesos de globalización y al predominio del conocimiento en el campo de la producción de bienes y servicios, se vuelve trascendental para los países fortalecer esta relación entre la educación superior y el sector productivo. Tales condiciones permiten entender por qué el rol de la universidad ha tenido una interesante evolución a través del tiempo, en la medida en que se ha reconocido la importancia que esta tiene dentro de la sociedad como un agente formador, creador de conocimiento y de desarrollo para una comunidad.

En los últimos años se ha puesto de manifiesto un renovado interés en recuperar un concepto de extensión universitaria o vinculación con la colectividad, que pueda expresar la debida relación entre universidad y sociedad, bajo la plena conciencia de la más profunda función social de la primera. La UNESCO ha empezado a replantear de manera más potente este tema, enfatizando en la noción de “responsabilidad social” de las instituciones de educación superior y, sobre todo, en el concepto de “pertinencia social de la educación”. Se trata de la exigencia de una sociedad que participe más activamente en las tareas de la universidad y, a su vez, de una universidad con mayores responsabilidades para con esta (UNESCO, 2009).

La comunidad académica debe fomentar el desarrollo humano sustentable y sostenible. Sin embargo, esto no puede ser posible si no se cuenta con una política y una gestión universitaria socialmente responsable que articule y dé coherencia a los pilares fundamentales de la institución: el pedagógico, el epistemológico, el de acción social y el organizativo (Valleys, de la Cruz y Sasía, 2009).

Con la vinculación, las instituciones de educación superior consolidan su pertinencia social a través de la formación de profesionales cada vez con mayores conocimientos, aptitudes y actitudes que les permiten incidir en la sociedad; producir al interior de sus espacios académicos ideas creativas e innovadoras a partir del conocimiento que debe traducirse, mediante el impulso y apoyo necesarios, en bienestar y desarrollo para la sociedad en su conjunto y, en particular, para la educación superior (Alvarado-Borrego, 2009).

Por ello, se considera la responsabilidad social como un eje transversal de la labor académica que educa al alumnado para que sea solidario y socialmente responsable; investigue, construyendo conocimientos al servicio de la sociedad; y promueva capacidades y acciones en pro de la justicia, los derechos humanos y la dignidad de las personas. En definitiva, una universidad socialmente responsable debe formar a ciudadanos y ciudadanas que contribuyan al bien de la comunidad (García, 2010).

En la Conferencia Ministerial de Bucarest en el 2012, 47 países europeos consideraron que los centros de educación superior deben ser el pilar de las sociedades del conocimiento y dedicar sus esfuerzos a superar la crisis actual.

Como sustento técnico desde las políticas educativas universales, es necesario considerar la visión y acción de la Declaración Mundial de la UNESCO sobre la Educación Superior en el Siglo XXI, cuando reconoce que “la solución de los problemas que se plantean al respecto en los albores del Siglo XXI estará determinada por la amplitud de miradas de la sociedad del futuro y por la función que se asigne a la educación, en general, y a la educación superior en particular”. Además, dicha declaración subraya que los sistemas de educación superior deberían aumentar su capacidad para (...) transformarse y provocar el cambio, para atender las necesidades sociales y fomentar la solidaridad y

la igualdad (Manosalvas, 2012).

Una de las características en el proceso de evolución de la vinculación fue la tarea de formar los directivos y los empresarios que correspondía a las florecientes universidades. Más que un recurso valioso, era importante contar con ellos conforme al estado de industrialización y desarrollo económico considerado (Gutiérrez Ossa, 2013).

Las autoras consideran que, en esta práctica social, es necesario que la universidad comprenda que su compromiso ético es una respuesta obligada hacia la sociedad. Para (Valleys, 2014), las instituciones de educación superior deben asumir su responsabilidad por los impactos sociales y medioambientales que ejercen, tanto en su ámbito interno, como hacia el entorno. Con respecto a lo académico, deben evaluar los impactos educativos, relativos a la formación del alumnado; y los impactos cognitivos, generados por la investigación.

Por ello, la vinculación se ha vuelto una premisa fundamental en el cumplimiento de los objetivos trazados en los planes educativos, compartidos con el sector productivo y el gobierno (Gerónimo-Bautista, 2014). Las empresas demandan ser utilizadas como laboratorios o centros de investigación para hacerse más competitivas, aprovechando las experiencias del docente investigador. Se logra así un proceso de retroalimentación constante escuela-empresa, teoría-práctica, cuyos resultados han ido en ascenso continuo desarrollando docentes que son investigadores de su propia práctica profesional pedagógica.

Por lo expuesto en este recorrido histórico se evidencia que los procesos de vinculación han sido en mayor o menor grado, impulsores de cooperación de las empresas con las universidades para el desarrollo de la investigación básica y aplicada, orientada a la solución de problemas y a la generación de conocimiento, el desarrollo económico y social, la difusión de los resultados de la investigación académica y la adecuación de planes y programas de estudio, de acuerdo a la demanda de los sectores productivos. En consecuencia, la vinculación universitaria ha sido conceptualizada de diversas maneras, de acuerdo a los diferentes autores y sus respectivos anclajes conceptuales.

Así, desde el punto de vista universitario, “vinculación es el proceso integral que articula las funciones sustantivas de investigación, extensión de la cultura y los servicios de las IES para su interacción eficaz y eficiente con el entorno socio-económico, mediante el desarrollo de acciones y proyectos de beneficio mutuo, que contribuyan a su reconocimiento social” (M. L. Maldonado y Gould Bei, G. 1994).

(Reséndiz, 1998), por su parte, asume la vinculación entre empresas e instituciones educativas como un desafío, en el cual las empresas dejen de ser vistas por las instituciones educativas y ellas mismas, como simples reclutadoras de personal entrenado por alguien más. De otro lado, en una sociedad cada vez más compleja y que aspira a la modernidad, las empresas, al igual que las universidades, son poseedoras y transmisoras de grandes porciones de conocimiento y tecnología. Por consiguiente, deben ser consideradas en sí mismas y por la sociedad como partícipes de pleno derecho en la formación de los jóvenes.

Para (Gould, 2002), la vinculación es el proceso integral que articula las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión de la cultura y los servicios de las IES para su interacción eficaz y eficiente con el entorno socio-económico, mediante el desarrollo de acciones y proyectos de beneficio mutuo, que contribuyen a su posicionamiento y reconocimiento social. También la define como el conjunto de normas, planes, reglamentos, recursos, actividades administrativas, así como acciones y proyectos de enlace, mediante los cuales las IES llevan a cabo de manera sistematizada y coordinada, pero no burocratizada sus relaciones con los sectores públicos, social y productivo; los recursos son los insumos del sistema, las actividades administrativas-operativas transforman los insumos en resultados.

En esta definición ya se incluye la docencia como una de las funciones sustantivas y, además, la vinculación propiamente definida como un proceso relacionista resultado de cooperación o acuerdos que son promovidos fundamentalmente por las IES.

A criterio de las autoras, las relaciones entre UEG deben partir del concepto que el accionar de la Universidad, sea un creador de conocimiento que juega un papel primordial en la interacción

conjunta, en la medida en que estos se desarrollan para crear innovación en las organizaciones participantes como fuente de creación de nuevo conocimiento. Desde este punto de vista, la vinculación es un proceso intelectual orientado a visualizar la evolución de las relaciones entre universidad-sociedad y, por otro lado, caracterizado por la intervención de la universidad en los procesos económicos y sociales (H. Etzkowitz, 2002). Esta definición, expresada de otra forma, establece a la universidad como centro, con actividades de investigación y desarrollo basados en principios académicos, la industria como proveedora de demanda de los clientes sobre la base de sus actividades comerciales, así como la investigación y desarrollo para generar nuevas oportunidades de negocios, y al gobierno como gestor de condiciones políticas y marco regulador apropiado para generar entornos de crecimiento.

La integración de esos tres actores fundamenta el sistema de triple hélice, que idealmente incrementará el traspaso de conocimiento en una localidad, región, aumentando así, la ventaja competitiva del desarrollo económico, ya sea regional o nacional.

Por otra parte, (Chang-Castillo, 2010) afirma que la vinculación entre la empresa y la universidad, y el modelo de la Triple Hélice, plantea un nuevo paradigma que propicia una misión emprendedora para la universidad. A partir de este enfoque, la noción de universidad emprendedora se ha desarrollado con más importancia, utilizando avances para el desarrollo socio-económico, actividades de patentes, y licencias e institucionalización de actividades spin-off. Esto ha producido un cambio de actitud entre los académicos respecto a la colaboración con la empresa.

Desde el punto de vista de (Alcántar y Arcos, 2004) vinculación es “el medio que permite a la universidad interactuar con su entorno, coordinando eficaz y eficientemente sus funciones de docencia, investigación y extensión de la cultura y los servicios, a la vez que favorece su capacidad de relacionarse con los sectores productivo y social en acciones de beneficio mutuo, lo que favorece su posicionamiento estratégico”.

A su vez, el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior del Ecuador plantea que la vinculación es la “interacción de la institución con los demás componentes de la sociedad, para mutuo beneficio en el avance del conocimiento, la formación de recursos humanos y la solución de problemas específicos en función del desarrollo” (CONEA, 2009).

Como ha podido apreciarse, la mayoría de los autores estudiados en esta evolución de la vinculación, coinciden en identificarla como una función sustantiva, que se traduce en su accionar como un proceso integral, involucrando en este proceso la importancia que ella tiene en la interacción con su entorno socioeconómico. Se destaca la finalidad de la transferencia de conocimiento y el alcance de innovación tecnológica como fundamento del desarrollo empresarial y social. Así, entre los autores que muestran coincidencias encontramos a Maldonado y Gould (1994), Gould (2002), (Alcántar y Arcos, 2004), CONEA (2009), Alvarado-Borrego (2009), Chang-Castillo (2010), Serrano-Sánchez (2013). Distinguiéndose el posicionamiento estratégico exclusivo por (Alcántar y Arcos, 2004).

Cabe entonces resaltar que los autores citados destacan a través de los conceptos que es importante la vinculación entre las demandas de la sociedad, las políticas y regulaciones y la oferta de los centros de estudios universitarios, prevalece la idea de que la vinculación alude siempre a las relaciones que existen o deben existir entre la universidad y la sociedad de las cuales forma parte. Otra visión compartida radica en considerar a la vinculación como axiológicamente positiva, como una función deseable o un elemento de “virtud” en las instituciones de educación superior (Serrano-Sánchez, 2013).

No obstante, constan otros elementos sobre los que aún existe polémica: I) en el sentido histórico, relacionado principalmente con el momento de su origen; II) en el plano de los conceptos, al confrontarse diversas formas y enfoques de entender lo que es la vinculación.

Asimismo, existen distintas denominaciones con las que se hace referencia a aspectos diversos de todas las actividades que la universidad entabla con el público por fuera de la academia. Entre las más habituales están “tercera misión”, “tercera corriente”, “extensión”, “vinculación”, “impacto” y “compromiso” (Bas, 2017).

A criterio de las autoras, las funciones tradicionales de las universidades: docencia, investigación y extensión, resultan insuficientes para el entorno en que se encuentran inmersas las mismas y es por ello que resulta necesario volver los ojos hacia la vinculación, como una función que permite a las universidades realinear sus objetivos y ampliar el horizonte. Siendo así, la vinculación no se puede abordar desde un único enfoque, pues esto lleva a una concepción reduccionista de la misma.

En consecuencia, sobre la base del resultado del análisis teórico-conceptual realizado, se construye un concepto de vinculación que se adecúa mejor a la propuesta de esta investigación: “La vinculación UEG es un proceso social que permite la integración de la docencia, la investigación y la extensión universitaria con el entorno: los sectores públicos, sociales y productivos de forma proactiva, para el posicionamiento estratégico, la interacción eficaz y eficiente, de cada una de sus partes. Está basada en acciones complejas que requieren una estructura para lograr innovación, como resultado de la cooperación mutua y, que a su vez, logren desarrollo económico-social”.

A partir de las diversas concepciones de vinculación UEG sistematizadas y de las cuales, como ya se señaló, fue derivada la definición anterior como sustento de la presente investigación, se han configurado disímiles modelos de vinculación UEG. Estos constituyen el objeto de estudio del siguiente apartado.

Análisis de los modelos de vinculación universidad-empresa-gobierno

Las teorías desarrolladas en las últimas décadas en América Latina y el mundo sobre la vinculación universidad-empresa-gobierno, han dado pautas para desarrollar modelos de diversas índoles, características y utilidad, implementados en diversos contextos y actores. En este sentido, y a fin de profundizar sobre el estudio de la temática, la autora hace una selección de modelos que aparecen como resultado de investigaciones aplicadas, que servirán de referente para la investigación propuesta. Bajo esta concepción se encuentra, en primer lugar, el Modelo del Triángulo de Sábato.

Dicho modelo surge debido a que en la región latinoamericana se contaba con la particularidad de que el Estado participaba activamente en el manejo de algunas industrias; por lo que el mismo se centró en ofrecer estrategias para regular el funcionamiento del Gobierno en su relación con otros agentes públicos. A su vez, tenía el propósito de plantear soluciones para el denominado círculo vicioso de dependencia que estaba ocurriendo en la región, caracterizado por la falta de innovación y el sentimiento de incapacidad (Sábato y Botana, 1968), sumado a la falta de personal calificado en pequeñas y medianas empresas, la baja inversión en investigación y desarrollo (I+D), el bajo funcionamiento de las instituciones de conocimiento locales y la alta dependencia a la ciencia y la tecnología extranjera (Arocena y Sutz, 2001; Matoso et al., 2007).

Jorge Sábato y Natalio Botana concibieron el modelo de la relación universidad-empresa-gobierno mediante la interacción de una triada denominada el Triángulo de Sábato. Este triángulo asegura para la sociedad el cómo, dónde, con quién y con qué innovar, de acuerdo a la demanda existente, y traza lineamientos de progresos económicos. Así, el vértice gobierno está constituido por el conjunto de instituciones que tienen la función de crear y orientar políticas y de propiciar recursos a los vértices de estructura productiva y estructura científico tecnológica; el vértice estructura productiva es el conjunto de bienes y servicios que pertenecen a los sectores de la economía de una determinada región, incluyendo todas aquellas empresas que ofrecen alternativas de consumo para mejorar su productividad y competitividad, por lo que se constituyen en el motor de empleo y desarrollo de un país; y el vértice infraestructura científico-tecnológica es el conglomerado de instituciones del sector educativo, los centros de desarrollo tecnológicos, los laboratorios, sistema institucional de planificación, mecanismos jurídicos administrativos y demás instituciones que permanentemente se dedican a la investigación, fomentando la innovación sobre la base de la creatividad de la mente humana y la articulación de las ideas de los investigadores con las necesidades del sector productivo. Es en este último que debido al capital humano que lo compone, se da la mayor parte de la creación del conocimiento en el sistema.

De acuerdo a lo planteado por Sábato y Botana (1968), los modelos de vinculación UEG

aparecen como una política que permite a los países latinoamericanos desarrollar una capacidad técnica y científica, basada en identificar a los actores que harán posible la inserción de la ciencia y tecnología en el desarrollo, resultado de la coordinación del gobierno, la estructura productiva y la infraestructura científico-tecnológica.

Otro de los modelos analizados es el Modelo de los sistemas de innovación, propuesta que plantea la integración de los diferentes agentes de la innovación, en estructuras transdisciplinarias e interactivas complejas, donde los agentes y organizaciones se comunican, cooperan y establecen relaciones de largo plazo y condiciones económicas, jurídicas y tecnológicas para el fortalecimiento de la innovación y la productividad de una región o localidad (Freeman, 1987; Lundvall, 1985, citados en Lundvall 1997).

Estos sistemas tienen en cuenta el carácter evolutivo y dinámico de la innovación y, por ello la conciben como procesos acumulativos, interactivos y sociales, inciertos e institucionales (Lundvall, 1997), donde la innovación no se explica por la dotación de factores, sino por la organización de los mercados y por las formas prevalecientes de interacción. Asimismo, la innovación tecnológica de un país se ve limitada por las condiciones locales y regionales de innovación, las relaciones de poder, los procesos culturales y la especialización productiva de los países, así como por las presiones del mercado nacional, las instituciones nacionales, las competencias e incentivos en producción e innovación.

El término Sistemas Nacionales de Innovación (SIN) se planteó como un modelo interactivo para promover los procesos de innovación entre agentes institucionales, que se favorece por los procesos de globalización y se caracteriza por la existencia de vínculos o relaciones entre agentes, redes y sistemas de información, condiciones de competencia, incentivos, aprendizaje continuo, uso y generación de nuevas tecnologías.

Adicionalmente, se encuentra el Modelo de Gestión para la vinculación universidad-empresa-estado a través del uso de TICs, en el que se establece una relación directa entre los pilares del modelo, el beneficio para cada uno y el papel conector que proporcionan las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), en particular el Portal WEB de modelo. En Rodríguez-Pérez y Rodolfo (2014) se señala que este modelo contempla las TICs como la parte fundamental de la vinculación, tomando en cuenta que los avances tecnológicos ya han llegado a las tres instituciones, aunque en diferente grado de desarrollo, avance y uso. De esta manera, brinda a cada uno de los participantes del modelo información rápida y oportuna, de ahí que de lograrse una adecuada integración entre sus componentes, los impactos en el desarrollo económico y social de los países sean más efectivos.

El mismo se organiza en tres etapas, a través de las cuales se despliegan las acciones asociadas a la vinculación. Primeramente, la identificación de posibles proyectos y trabajos requeridos por las PYMEs, sobre la base de las solicitudes que estas hacen a las universidades mediante el portal WEB; la designación de los docentes y estudiantes participantes; y la organización del cronograma de trabajo. Con posterioridad, se va desarrollando el trabajo con el apoyo de los grupos de investigación y de los docentes encargados; y finalmente se implementan las acciones de verificación y control, conjuntamente con los representantes de las empresas.

Finalmente, se encuentra el Modelo de la Triple Hélice, uno de los más conocidos en las teorías de la vinculación UEG. Henry Etzkowitz y Loet Leydesdorff son de los científicos más estudiosos de este tema, que desarrollaron el modelo que ha sido de mucha utilidad y que es sencillo y de fácil comprensión. No obstante, pueden encontrarse múltiples complejidades a la hora de su implementación en cualquier país (Soto Vázquez, 2006).

Este modelo (H. Etzkowitz y Leydesdorff, 1997) establece a la universidad como centro, con actividades de investigación y desarrollo basadas en principios académicos; la industria como proveedora de demanda de los clientes sobre la base de sus actividades comerciales, así como la investigación y desarrollo para generar nuevas oportunidades de negocios; y al gobierno como gestor de condiciones políticas y marco regulador apropiado para generar entornos de crecimiento. “La integración de estos tres actores yace en el corazón del sistema de triple hélice, que idealmente

incrementará el traspaso de conocimiento en una localidad, región, aumentando así la ventaja competitiva del desarrollo económico, ya sea regional o nacional” (Alvarado-Borrego, 2009).

El modelo permite observar la vinculación como un proceso dinámico, representado en un esquema de tres planos. En este modelo de vinculación, la universidad, la empresa y el gobierno interactúan de manera complementaria, buscando acuerdos que sean de beneficio mutuo para sus planes y objetivos. A su vez, se asume la vinculación como un proceso libre de diferencias entre disciplinas y tipos de conocimiento, en donde la universidad tiene un papel estratégico y es la base para generar las relaciones con la industria.

Existe una corriente de investigadores que, alrededor del modelo de la Triple Hélice, tratan de explicar cuáles son las nuevas relaciones entre la Universidad, el Estado y la Industria, entre los que destacan Etzkowitz y Leydesdorff (2000). Desde este modelo, propugnan una nueva configuración de fuerzas institucionales que están surgiendo en los sistemas de innovación de los países. Según esta corriente, las principales fuerzas institucionales que determinan los sistemas de innovación son la Universidad, el Estado y la Industria; según sean las relaciones que se establezcan entre ellos, estaremos ante diferentes comportamientos por parte de cada uno de sus actores y ante diferentes sistemas de innovación.

El modelo es integral, se pueden vincular todos los componentes y aspectos del quehacer de las tres instituciones y enrumbarlas hacia el desarrollo de una región o país, aprovechando las fortalezas, y aprovechando los poderes que representa como es el poder del conocimiento en el caso de las universidades, el poder político del gobierno y el poder económico de la empresa privada. El modelo se basa en un proceso conceptual que considera a la vinculación como una consecuencia evolutiva del proceso de innovación, que se construye entre tensiones y equilibrios, encuentros y desencuentros que construyen una relación entre la universidad y la empresa con la participación del gobierno.

La tesis de la triple hélice afirma que la universidad ha de tener mayor protagonismo en la innovación de las economías basadas en el conocimiento. El modelo Triple Hélice tiene su origen en la universidad empresarial surgida en los Estados Unidos donde existe una amplia tradición de colaboraciones entre los entornos académicos e industriales, entre la universidad y las agencias gubernamentales y entre el gobierno y las industrias. Se centra en el análisis de las relaciones e interacciones mutuas entre las universidades y los entornos científicos como primera ala de la hélice; las empresas industriales como segunda ala; y las instituciones públicas o actores e instituciones de las tres alas de la hélice, pues asume que la innovación surge de las interacciones mutuas y las posibilidades del mercado, así como de las normas e incentivos de las políticas de innovación que se den en un determinado país (Rodríguez-Pérez y Rodolfo, 2014).

En este modelo aparece: La triple hélice I, bajo la administración general del gobierno, se dirigen las relaciones entre la academia y la industria; esta versión tiene similitudes con el triángulo de (Sábato y Botana, 1968). La triple hélice II que separa las esferas institucionales, afirmando su autonomía; versión limitada por las fuertes barreras entre una y otra esfera. La triple hélice III, que establece una infraestructura para la generación de nuevo conocimiento, en la cual se superponen las esferas institucionales. En estos espacios de interfaz emergen organizaciones híbridas o interfaces, y un área ideal llamada Red Trilateral y de Organizaciones Híbridas.

El modelo de la Triple Hélice ha sido la base y estrategia para la generación de conocimiento e innovación. A su vez, ya existen en el presente grandes modificaciones por los avances tecnológicos e innovaciones en nuestra era del conocimiento, basada en el dinamismo de vinculación de las hélices (Gerónimo-Bautista, 2014). Apuesta a la interacción entre universidad-empresa-gobierno como la clave para mejorar las condiciones de innovación del conocimiento. La vinculación entre estas tres esferas se utiliza como fin y no como un medio para la solución de problemas específicos (Quispe, Victorino y Atriano, M. R., 2014). De ahí que la vinculación deba contribuir a la responsabilidad social de la universidad con su entorno y, por tanto, llegar hasta la solución final de los problemas existentes.

Por su parte, (Chang-Castillo, 2010) sostiene que la Triple Hélice surge como respuesta a la

creciente necesidad de relacionar estrechamente las actividades científicas, tecnológicas y productivas con el objetivo de hacer frente a la demanda del mercado.

El enfoque de la Triple Hélice ofrece una metodología o herramienta para que, desde el sector público, se emprendan acciones encaminadas a potenciar la economía del conocimiento en un territorio específico. Es de gran valor para proyectar la vinculación con la comunidad al integrar la universidad, las empresas locales y los gobiernos locales, alineados y comprometidos con el desarrollo sostenible, considerando la gestión del conocimiento, la innovación y el desarrollo local. Sin embargo, este excluye a sectores de la sociedad que no necesariamente forman parte del sistema productivo o empresarial y que pueden llegar a ser usuarios del conocimiento generado.

Precisamente a partir de tales críticas, es que surge el llamado Modelo de la Tetra Hélice, el cual, sobre la base del modelo anterior, incluye un cuarto elemento, la sociedad, como una cuarta hélice, partiendo de que esta juega un papel importante en las relaciones que se establecen en un entorno determinado, como protagonista de los procesos de desarrollo, adicionalmente a las relativas a la universidad, la industria y el gobierno (Chang-Castillo, 2010). Así, este modelo afirma que la vinculación entre gobierno, universidad y empresa está tomando importancia en el intercambio de conocimientos y, por ende, de relaciones, propiciando un ambiente donde estas vinculaciones son consideradas como parte del desarrollo de un país al generar nuevos conocimientos y en ello la sociedad, como elemento del modelo, tiene un rol esencial.

Ciertamente, la participación de la sociedad está implícita en el modelo de la Triple Hélice, debido a que forma parte de los tres actores que conforman dicho modelo, de ahí que no pueda estar fuera del proceso de vinculación. Sin embargo, en la actual propuesta se incluye de manera independiente como una cuarta hélice, para incorporar de forma independiente a quien constituye el mayor beneficiario de los resultados de la aplicación del modelo, que es la sociedad.

Así, desde la perspectiva de la dimensión asociada a la relación con el entorno, se evalúan las relaciones que la universidad entabla con otros ámbitos de la sociedad, a través de su interacción con diferentes instituciones, organizaciones y comunidades culturales, económicas y educativas. Estas relaciones deben basarse en la reciprocidad, al compartir objetivos y proyectos comunes que favorezcan el entendimiento, la reflexión y la generación de soluciones a retos locales, nacionales e internacionales. El fomento de estas relaciones promueve que las universidades desarrollen conocimiento académico y ofrezcan una formación adecuada y accesible para crear el capital humano. A su vez, las acciones conjuntas tienen mayor influencia en aspectos políticos, económicos, ambientales y culturales del entorno.

Por su parte, para (Zulueta-Cuesta, Medina-León y Negrín-Sosa, 2014) la vinculación aparece a través de Redes de Valor en la transferencia de tecnologías: Universidad-Empresa. El modelo está integrado por dos submodelos: un modelo conceptual (MC) y un modelo descriptivo (MD). La transferencia de tecnologías de la universidad a la empresa está dirigida a elevar los niveles de producción y de servicios y tiene varias características: I) carácter interactivo: permite la interacción entre la universidad y la empresa; II) flexibilidad: puede aplicarse a las diversidades tipos de transferencias de tecnologías; III) holístico: responde a una visión de totalidad; IV) carácter horizontal: es conducente al intercambio de conocimientos, procesos, objetivos; y V) pertinencia: por la posibilidad que tiene el modelo de ser aplicado íntegramente.

También (Gerónimo y Rivera, 2014) documentaron la experiencia de vinculación como parte importante en el involucramiento de diferentes IES con el sector productivo y su gobierno, y para el cual se construyó un modelo adaptado a la integración universidad-empresa-gobierno. Este modelo ya tiene el agregado social civil o cuádruple hélice.

En (Gerónimo-Bautista, 2014), con un enfoque cualitativo descriptivo, se busca, a partir de un modelo alternativo y simplificado, elaborado con referentes teóricos y empíricos aplicados en países desarrollados como el grupo de los 8 (Estados Unidos, Rusia, Alemania, Reino Unido, Francia, Japón, Italia y Canadá), ser la triple hélice del modelo de (H. Etzkowitz y Leydesdorff, 1997), propuesto en la década de los años noventa del siglo XX, y que sigue vigente, implementado en países desarrollados y subdesarrollados de manera eficaz, arrojando como resultado casos exitosos

de vinculación.

Lo anterior mantiene su vigencia, pero a pesar de los avances, aún existe la necesidad de construir un puente entre el mundo de la investigación y el sector productivo. Al respecto, el Estado tendrá que ordenar el camino burocrático que hasta ahora ha acompañado sus decisiones sobre los temas mencionados, en el que debe prevalecer plena coherencia entre el estímulo indirecto para la consolidación de las alianzas entre los actores, y el directo con relación a las estancias públicas y estatales para que cuenten con dicho recurso, como ha sido manifestado con la inclusión de varios ministerios, que se suman al apoyo de propuestas provenientes de las redes creadas en la UEG (Gutiérrez Ossa, 2013).

Asimismo, otra debilidad de estas iniciativas es que, aunque son manifestación de su compromiso social e intentan responder a una sincera voluntad de la universidad por integrarse e interactuar con la sociedad, no están integradas en el marco de políticas integrales de la universidad, no suelen estar conectadas con sus objetivos estratégicos o en coherencia con las líneas de actuación diseñadas para el desarrollo de su misión. Suelen ser en no pocas ocasiones iniciativas aisladas, con un enfoque muy a corto plazo, poco estructuradas en torno a una agenda común de la universidad y que no están integradas ni en cooperación con otras iniciativas que se suelen ofertar, con los mismos objetivos, desde otros centros de la misma universidad. De este modo, suelen ser iniciativas que se planifican para cumplir objetivos propios de la universidad y que están poco descentradas respecto a ella misma. Iniciativas, en definitiva, que no se construyen en diálogo con el resto de la sociedad a la que la universidad trata de responder.

La dinámica prospectiva de la responsabilidad remite a un sentido del deber ampliado, y, en el marco de la universidad, suele estar integrada dentro de un enfoque en el que la universidad es reconocida en la sociedad que la acoge como un agente más de la misma. La interacción e interrelación de la universidad con la sociedad no persigue objetivos propios estrictamente vinculados a su actividad, sino que hay una actitud proactiva de presencia y colaboración con otros agentes, cada uno, lógicamente, con sus capacidades y “poderes” propios. La responsabilidad es aquí un valor presente en todas las áreas del plan estratégico de la universidad.

Es decir, existen en la universidad evidencias reales de planificación integral de su compromiso social, y existen acciones coordinadas o referencias al mismo en todos los ámbitos del proyecto universitario. Este nivel de la responsabilidad sitúa a la universidad en una disposición de apertura al diagnóstico y evaluación de terceros, y hace de la transparencia y la colaboración los valores centrales con los que poder identificar la manera en la que decide asumir responsablemente su compromiso con la sociedad.

Consideraciones finales

La relación UEG está expuesta a múltiples exigencias que escapan por ahora al amparo de los elementos sobre los cuales está sopesada, en cuanto a los campos de la investigación, el desarrollo y la innovación. Se espera de ella que con el tiempo puedan entrecruzarse otros intereses que bien vale la pena considerar, como son la definición de un ámbito laboral y de acomodamiento profesional en el país de cara a la apuesta de la ciencia y tecnología como campo de referencia de instrucción académica y aplicación empresarial.

Es de indicar, además, que la extensión y el protagonismo de las alianzas creadas en los vínculos entre los tres actores también impactarán en la manera como se ha apreciado la educación en cuanto a los temas que por obvias razones implican una reflexión mucho más ardua que la somera vinculación para el logro de fines particulares, como hasta ahora ha sido estipulado.

Las respuestas novedosas a los problemas sociales y globales se construyen con la participación de sujetos y actores sociales, y con características de rapidez, pertinencia, eficacia, eficiencia, sostenibilidad y justicia generando prioritariamente valor y transformación social, a través de la innovación social universitaria responsable como una competencia organizativa desde sus ámbitos sustantivos (docencia, investigación, extensión y gestión) para transformarse y promover soluciones a los desafíos del entorno (Villa, 2013).

Varios elementos son claves en dicha definición:

1. La visión de globalidad que tiene como objetivos el fomento de la competencia organizativa: una evaluación formativa que permita evaluar y tomar decisiones de mejora en relación a los cuatro pilares centrales del quehacer académico: la innovación social responsable en el currículo, en la investigación, en la extensión/proyección social y en la gestión universitaria. Y énfasis en los factores externos, para promover transformaciones sociales.
2. Un compromiso con respecto a valores sociales concretos.
3. Una visión de proceso, que se materializa a través de la utilización de métodos mixtos de recogida de datos. Se diseñan dimensiones, indicadores y preguntas que recojan información cuantitativa y cualitativa. La focalización en todos los hitos que caracterizan el proceso de innovación social y la implicación de distintos actores sociales, para ello la universidad debe generar canales de participación interna, incluyendo colectivos en riesgo de exclusión, establezca lazos de colaboración con instituciones y organizaciones comunitarias, y cree o participe en redes de colaboración y creación de conocimiento para la innovación social.
4. Evaluación en base a criterios de eficiencia, eficacia, sostenibilidad, justicia social, con miras al bien común de la sociedad.

En consonancia con los modelos teóricos que intentan explicar las relaciones universidad-entorno, las políticas gubernamentales, como directrices reguladoras, inciden en la consolidación de los vínculos entre los diferentes actores de los sistemas científico, tecnológico y de innovación; en referencia a este aspecto, en la actualidad dichas políticas son vistas como un factor positivo que apalanca la creación de canales de vinculación de la universidad y la sociedad. Del mismo modo, la situación económica ha estimulado la asociación de la academia con el sector productivo, aprovechando el nivel de estabilidad y necesidad de sostenibilidad de la industria local (Morales Rubiano, 2015).

También las autoras consideran importante que, a través de sus funciones principales (investigación, docencia y proyección social), dentro del marco de la autonomía institucional y la libertad académica, las instituciones de educación superior deben propender hacia la interdisciplinariedad y promover el pensamiento crítico; así como una participación ciudadana activa que contribuya al desarrollo sostenible, la paz, el bienestar y el respeto de los derechos humanos, incluyendo la equidad de género; deben buscar áreas de investigación y enseñanza que puedan apuntar hacia cuestiones relativas al bienestar de la población y al establecimiento de una base local relevante y sólida en ciencia y tecnología; debe crear asociaciones mutuamente beneficiosas con las comunidades y la sociedad civil para lograr el óptimo intercambio y la transmisión de conocimiento.

El tema objeto de discusión en la actualidad gira alrededor de qué modelos podrían servir para el logro de mejores resultados en los sectores productivo y social de la región a la que tribute una universidad, todo lo cual permitiría a las universidades cumplimentar una parte importante de su responsabilidad social.

Los modelos estudiados están basados en relaciones entre la UEG sustentados en la triple hélice, ello ha sido generalizado por los autores estudiados, los que evidencian un aporte a la incorporación de la vinculación UEG con la sociedad como elemento al cual se deben y pertenecen los tres elementos que forman el modelo de la triple hélice.

Esas macro relaciones están sustentadas en vínculos internos que permiten elevar la pertinencia de las Universidades, el desarrollo empresarial y social. Tres indicadores que contribuyen y miden esas relaciones internas son la capacitación, las prácticas pre profesionales y el emprendimiento. También es insuficiente en los modelos estudiados la definición de las estructuras y objetivos organizacionales dirigidos a elevar el vínculo UEG.

Al interior de la alianza UEG se ha contemplado la necesidad de avanzar en las áreas de la ciencia, el desarrollo y la investigación, con las que puedan ser cultivadas las bases para un progreso

sustentable en materia de innovación y tecnología, emergida precisamente de la suma de esfuerzos provenientes de cada estamento involucrado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acworth, E. (2008). University–industry engagement: The formation of the Knowledge Integration Community (KIC) model at the Cambridge-MIT Institute. *Research Policy*, 1(37), 1241–1254.

Alcántar, E. V., y Arcos, V. J. (2004). La vinculación como instrumento de margen y posicionamiento de las instituciones de educación superior. *Revista Electrónica de Investigación educativa*, 6(1).

Alvarado-Borrego, A. (2009). Vinculación Universidad-Empresa y su contribución al desarrollo regional. *Ra Ximhai*, 5(1), 407-414.

Amelia-Beltrán, R. (2010). Modelo de Vinculación ITSON”, Instituto Tecnológico de sonora, from extraído el 10 de agosto 2013 de: <http://www.rrnv.buap.mx/files/5noviembre/Mtra.RosaAmeliaBeltranEsparza.pdf>

ANUIES, A. N. (1989). Declaraciones y aportaciones de la ANUIES para la modernización de la Educación Superior. VIII Reunión Extraordinaria. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de http://publicaciones.anuiex.mx/pdfs/revista/Revista70_S1A1ES.pdf

Arocena, R. y. S., J. . (2001). La universidad latinoamericana del futuro. Buenos Aires: UDUAL.

Bas, N. (2017). Las universidades y la misión de la vinculación en el Reino Unido: un marco de referencia para pensar la propuesta de indicadores del Manual de Valencia. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 12(34), 95-110.

Beltrán-Ibarra, A. P. y. E. L.-L. (2015). Propuesta de un modelo de vinculación para una universidad basada en la triple hélice. *Revista Global de Negocios*, 3(6), 45-62.

Blenker, P. (2006). Entrepreneurship education. The new challenge facing of University. University of Aarhus, Århus-Dinamarca.

Borjas De Xena, L. (2012). La educación empresarial en nstituciones de educación superior venezolanas. *Estudios Gerenciales*, 28, 51-58.

Brito-Pardo, N. (2012). Las experiencias de vinculación con la comunidad en la PUCE-Sede Manabí desde la perspectiva Ignaciana, from http://www.puce.edu.ec/sitios/investigacion/ponencias-simposio/pdf/PON-Brito_Pardo_Neil_Vinculacion_PUCEM.pdf

Brunner, J. (2000). Universidad Siglo XXI América Latina: regulación y financiamiento. *Estudios Sociales*, 39-73.

Brunner, J. J. (2005). Transformaciones de la universidad pública. Historia política social - Movimiento Popular. Archivo, Chile.

Bruno, M. y. V., E. . (2001). Management of strategic technological alliances: conceptual framework and case study. *Technology Management*, 157-174.

Campos-Serna, A. E.-Z. y. M. (2010). Modelos Pads de Vinculación ITESM-Industria Basado en

la Innovación Tecnológica, from extraído el 10 de agosto de 2013 de: <http://www.mty.itesm.mx/rectoria/dda/rie16/rie5.htm>

Campos, G. y. S.-D., G. (2005). La vinculación universitaria: Ese oscuro objeto del deseo. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 7(2).

CES. (2013). Estatuto Orgánico. Universidad Técnica de Manabí (UTM) Resolución RPC-SE-r5-No. o58-2013. San Francisco de Quito, Ecuador.

CONEA. (2009). Evaluación de desempeño institucional de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador. Quito.: Retrieved from Recuperado el 22 de Noviembre de 2015, de http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2014/02/INFORME_FINAL_UNIVERSIDADES_M141.pdf.

Correa-Delgado, R. (2017). Conferencia magistral “Economía para el desarrollo: La experiencia ecuatoriana”. Génova.

Cruz-Medina, I. R. (2012). Informe de Actividades 2011 - 2012, Instituto Tecnológico de Sonora; Cd. Obregón, Sonora.

Chang-Castillo, H. G. (2010). El modelo de la triple hélice como un medio para la vinculación entre universidad y empresa. *Revista Nacional de Administración. Escuela de Ciencias de Administración, Costa Rica*, 1(10), 85-94.

De la Cruz, C. y. S., S. (2008). La responsabilidad de la universidad en el proyecto de construcción de una sociedad. *Educación Superior y Sociedad. Nueva Época*, 13(2), 17-52.

Duque Oliva, E. J. (2009). La gestión de la universidad como elemento básico del sistema universitario: una reflexión desde la perspectiva de los stakeholders. *Innovar, Especial en Educación*, 25-42.

Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro oficial 449 de octubre de 2008. Montecristi, Manabí, Ecuador. Retrieved from Obtenido de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf.

Etzkowitz, H. (2002). La triple hélice: universidad, industria y gobierno. Implicaciones para las políticas y la evaluación, from Recuperado el 19 de mayo de 2015, de <http://www.sivu.edu.mx/portal/noticias/2009/VinculacionLatriplehelice.pdf>

Etzkowitz, H., y Leydesdorff, L. (1997). *Universities and the Global Knowledge Economy. A Triple Helix of University-Industry-Government Relations*. ed. Pinter, London and Washington.

Etzkowitz, H., y Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and ‘Mode 2’ to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 1(29), 109-123.

Fairweather, J. S. (1988). *Entrepreneurship and Higher Education, Lessons for Colleges, Universities and Industries*, ERIC-ASHE, Washington-Texas.

Fernández, S., Otero, L., y Rodeiro, D. (2004). Cooperación universidad-empresa: el caso de la pyme gallega. Paper presented at the Proceedings XII Jornadas de la Asociación de Economía de la Educación, San Sebastián.

- García, M. (2010). La misión de la universidad en y para el siglo XXI en los textos recientes de Benedicto XVI. *Estudios sobre Educación*, 2(18), 277-293.
- Gerónimo-Bautista, E. (2014). La importancia de la vinculación universidad-empresa-gobierno en México *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*.
- Gerónimo, B. E., y Rivera, F. R. (2014). Experiencias de vinculación universidad-industria-gobierno. *Otech*, 22.
- Giustani, R., & Carbajal, L. (2008). *Universidad, Democracia y Reforma. Algunas reflexiones y una propuesta*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Editorial.
- González, M. (2002). Un modelo de gestión para la extensión universitaria para la Universidad de Pinar del Río. Tema presentado en opción al título de Doctor en Ciencias de la Educación. Pinar del río, Cuba.
- Gould, G. (1997). Vinculación Universidad Sector Productivo: Una reflexión Sobre la planeación y operación de los programas de vinculación: ANUIES - Universidad Autónoma de Baja California.
- Gould, G. (2002). Vinculación universidad-sector productivo. Una reflexión sobre la planeación y operación de programas de vinculación. México: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior-Universidad Autónoma de Baja California.
- Gutiérrez Ossa, J. A. (2013). Universidad, empresa y Estado frente a la empleabilidad de los trabajadores de la ciencia en Colombia. *Ecos de Economía*, 17, 69-98.
- López-Leyva, S. (2005). La Vinculación de la Ciencia y la Tecnología con el Sector Productivo: Una perspectiva económica y social: 2da. Edición corregida y aumentada. Editorial Universidad Autónoma de Sinaloa, México.
- Malagón, P. y A., L. (2006). La Vinculación Universidad - Sociedad desde una perspectiva social, educación y educadores. *Universidad de la Sabana*. 9(2).
- Maldonado. (2013). Investigación para la vinculación y el buen vivir, from <http://www.utpl.edu.ec/comunicacion/utpl-investigacion-para-la-vinculacion-y-el-buen-vivir/>
- Maldonado, M. L., y Gould Bei, G. (1994). La vinculación como estrategia de desarrollo en las Universidades e instituciones Públicas. Publicación trimestral de la asociación nacional de universidades e instituciones de educación superior, 3(3).
- Manosalvas, C. (2012). Propuesta de Plan Nacional de Vinculación de la Educación con la Sociedad. Red Ecuatoriana Universitaria de la Educación Superior con la Colectividad-REUVIC.
- McGuinness, J. A. (2008). Globally competitive, Locally Engaged: The Case of Kentucky. *Higher Education Management and Policy*, 20(2), 1-16.
- Mejía, A. (2009). La investigación en ciencias sociales y humanas bajo el esquema del modelo universidad - empresa - Estado una mirada desde la teoría crítica de la sociedad. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 32(2), 231-252.
- Morales Rubiano, M. E. (2015). Características de la vinculación universidad-entorno en la

universidad nacional de Colombia. *Revista Facultad Ciencias Económicas*, XXIII (1), 189-208.

Nielsen, C., Chrautwald, S. J., y Juul, B. M. (2013). Levers of Management in University–Industry Collaborations: How project management affects value creation at different life-cycle stages of a collaboration. *Tertiary Education and Management*, 19(3), 246-266. doi: 10.1080/13583883.2013.795603

Pérez, L. (2005). Extensión universitaria en el escenario comunitario. Conceptualización y difusión de una experiencia. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Sociología, Universidad Agraria de La Habana. La Habana, Cuba.

Plan-Nacional-del-Buen-Vivir. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 (primera edición ed.). Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades.

Quispe, L. A., Victorino, R. L., y Atriano, M. R. (2014). Vinculación de Instituciones de Educación Agrícola Superior (ieas) con sectores productivos. El caso de la residencia profesional en el Instituto Tecnológico del Altiplano de Tlaxcala (ITAT). *Revista de la Educación Superior*, xliii (2)(170), 135-152.

Ramírez, R. (2010). Los nuevos retos de América Latina: socialismo y sumak kasuay (1era ed.). Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). Colección Memorias.

Reavill, L. (1998). Quality assessment, total quality management and the stakeholders in the UK higher education system. *Managing Service Quality*, 8(1), 55.

Reséndiz, D. (1998). La Vinculación de Universidades y Empresas: un asunto de interés público y privado. *Educación Superior*, 106.

Restrepo, F. (2008). La responsabilidad de crear empresa y participar en el desarrollo del país también es asunto de los universitarios. *Revista Universidad, Empresa y Estado*, 1(2), 1-43.

Rivera, F. R. (2006). Estrategias de vinculación Universidad-Empresa, alternativas para los programas estratégicos de la Universidad de Guadalajara. Tesis Doctoral, México.

Rodríguez-Pérez, M. A. (2016). Políticas y estrategias para la vinculación Universidad- Empresa-Estado aplicables en Nicaragua. Tesis doctoral para optar al título de Doctor en Ciencias Sociales con mención en Gerencia Social

Rodríguez-Pérez, M. A., y Rodolfo, R.-V. L. (2014). Vinculación universidad empresa estado, algunas experiencias en América y otros países de Europa y Asia. *Negotium*, 10(29), 78-98

Rojas Hernández, L. Y. G. (2015). La formación dual en Colombia. El caso de la Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá Uniempresarial: los desafíos actuales en la percepción de egresados y empresarios. *Revista Científica General José María Córdova*, 13, 145-181.
Saavedra G., M. L. (2009). Problemática y desafíos actuales de la vinculación universidad empresa: El caso mexicano. *Actualidad Contable FACES*, 12(19), 100-119.

Sábato, J. y B., N. (1968). La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro en América Latina. *Revista de la Integración*, 1(3), 15-36.

Sandison, P. C. (1996). New structures and functions for the new university, Paper submitted as

evidence to the National Committee of Inquiry into Higher Education.

Serrano-Sánchez, J. D. (2013). La extensión, vinculación y proyección social universitaria y comunitaria, from <http://www.monografias.com/trabajos-pdf5/laextencion-vinculacion-y-proyeccion-social-universitaria-y-comunitaria/laextencion-vinculacion-y-proyeccion-social-universitaria-y-comunitaria.shtml#ixzz4XNgGXPh0>

Slaughter, S. (1990). *The Higher Learning and High Technology: Dynamics of higher education policy formation*, State University of New York Press, Albany.

Slaughter, S. (1993). Beyond basic science: Research university president's narratives of science policy", *Science technology and human values* 18(3).

Soto Vázquez, R. e. a. (2006). Vinculación Universidad-empresa-estado en la realidad actual de la industria farmacéutica mexicana. *Edusfarm, revista d'educació superior en Farmàcia*, 2.

UNESCO. (2009). Conferencia Mundial sobre la Educación Superior. La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrolllo. Recuperado el 5 de marzo de 2015, de http://www.google.es/search?sclient=psy-absite=&source=hp&q=declaracion+de+la+conferencia+mundial+ed+swwww.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado_espdf

Universidad-de-Occidente. (2007). Plan UdeO de Desarrollo Institucional 2007-2010 (pp. 161): Editorial Universidad de Occidente, México.

Vallaey, F. (2014). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo uni-versitario contra la mercantilización. *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, 5(12), 105-117.

Valleys, F., de la Cruz, C. y Sasia, P. (2009). *Responsabilidad-Social-Universitaria: Manual de Primeros Pasos*. Banco Interamericano de Desarrollo: México: Mc-graw-Hill Interamericana Editores.

Villa, A. C. (2013). *Un Modelo de Evaluación de Innovación Social Universitaria Responsable (ISUR)*. Proyecto Tuning - América Latina. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.

Zulueta-Cuesta, J. C., Medina-León, A., y Negrín-Sosa, E. (2014). La transferencia de tecnologías universidad-empresa sustentadas en redes de valor. *Ingeniería Industrial*, 35, 184-198.

NORMAS EDITORIALES PARA LA PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS CIENTÍFICOS EN LA REVISTA ECA Sinergia, ESPECIALIZADA EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FORMATO Y ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

Los artículos deben ser enviados a <http://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia> tiene una periodicidad de publicación semestral y solo se recibirá un artículo por autor o coautor en cada número. El artículo debe ser inédito y no estar expuesto en consideración simultánea de ningún otro órgano de difusión impreso o electrónico.

FORMATO DEL ARTÍCULO

Se aceptan artículos en idioma español e inglés, los que deben ser redactados a espacio simple utilizando como fuente Time New Roman tamaño 10. El título principal del artículo (tema) debe estar en tamaño Time New Roman 11, en mayúscula, centrado y en negrita. Si hubiese nombres científicos se escribirán en minúscula y en cursiva. Los subtítulos (resumen, palabras clave, introducción, metodología, resultados, discusión, conclusiones y referencias bibliográficas) van alineados a la izquierda del renglón con la misma fuente y con mayúscula, en tamaño 10, suprimiendo los dos puntos después de cada título.

Las tablas/cuadros, figuras, fotos/gráficos siempre tendrán su título enumerado e incluirán su fuente y su tamaño será Time New Roman 7; deben estar centrados y hacer coincidir con la distancia horizontal del mismo. Se utilizará un solo tipo de representación de datos, sean tablas o gráficos, de preferencia del autor. Las figuras y gráficos deben de ser inéditas.

Las páginas deben venir numeradas. La extensión máxima del artículo será de 5.000 palabras (máx. 15 pág. incluyendo tablas, gráficos, figuras). Los márgenes serán de 2.5 cm para cada lado. Las citas bibliográficas deberán estar incluidas de manera resumida en el texto y de manera detallada en la bibliografía, no como pie de pág. (Normas APA, 6ta. Edición)

PORTADA

Título: Deberá ser breve (máx. 15 palabras), reflejar el contenido de la investigación y sin punto final. Los nombres científicos se incluirán sólo para especies poco comunes o cuando sea indispensable y las abreviaturas, de existir, deberán incluir su significado entre paréntesis. El título debe estar escrito en dos idiomas (español e inglés).

Autores y filiaciones: Los autores incluirán sus nombres completos. Se solicita en el envío del primer borrador/ paper que se adjunte el Curriculum resumido en donde consten los datos más relevantes y actuales del autor/es, se identificará el nombre de la institución a la que pertenece y un correo electrónico de contacto.

Resumen: El resumen se debe limitar a un máximo de 150 palabras en un solo párrafo, se ubica al inicio del artículo. El resumen estará escrito en el mismo idioma del documento y deberá indicar los objetivos, procedimientos generales y resultados pertinentes en una forma concisa y clara. No se permiten citas bibliográficas ni abreviaciones que no sean identificadas previamente o que no aparecen en la lista de abreviaciones comunes.

Abstract: Todos los artículos escritos en español deben incluir un resumen en inglés, y en caso de ser en inglés el resumen debe ser escrito en español.

Palabras clave: Deben ser un mínimo de cinco términos simples o compuestos, con mayúscula sólo

la primera letra de la primera palabra y los nombres propios, separados por comas, con punto al final de la última palabra, utilizando el código de clasificación JEL.

Introducción: Indicar claramente la importancia del tema, la justificación de la investigación y los antecedentes bibliográficos relevantes que fundamenten las hipótesis y los objetivos planteados, es decir, precisar el por qué y para qué de la investigación. Los antecedentes deben apoyarse con bibliografía reciente, para que se conozca el nivel actual del tema, solo se aceptará citas de artículos publicados en revistas que se encuentren en algún portal en la web; debe estar redactado de manera congruente y ordenada en relación con la secuencia del artículo, evitando el abuso de referencias para un concepto general; el uso de las citas debe ser preciso y específico siguiendo las normas APA (sexta edición - 2017) y llevar sangría después del primer párrafo hasta encontrar el siguiente título. No utilizar pie de página.

Metodología: Para responder a las preguntas: ¿dónde, cuándo y cómo se hizo la investigación?, el autor debe describir la metodología utilizada, así como el análisis estadístico. Es necesario aportar la información suficiente de cada variable, de manera que cualquier investigador pueda repetir el estudio. La información de este capítulo debe ser congruente con los objetivos planteados.

Resultados: Redactados de forma rápida y clara, utilizando los verbos en pasado. Para la construcción de esta sección se debe iniciar con la elaboración de las tablas y figuras, y posteriormente redactar el texto pertinente en función de ellas. El primer párrafo de este texto debe resumir en frases concisas, claras y directas, además demostrar el hallazgo principal del estudio.

Discusión: Es un aspecto clave en el manuscrito, en ella se pone a prueba la capacidad analítica y de autocrítica del autor sobre los hallazgos previos de otros autores. se presentaran los principios, relaciones y generalizaciones que los resultados indican, sin recapitularlos. Por otra parte, deben compararse e interpretarse los resultados obtenidos de manera directa, clara y precisa, contrastándolos con los objetivos propuestos. Los autores deben exponer sus propias opiniones sobre el tema, destacando los aspectos novedosos y relevantes del estudio, indicando de qué manera los resultados se refieren a las expectativas y literatura anteriormente citada, así como mencionando las limitaciones de la investigación. evitar que la discusión se convierta en una revisión del tema y que se repitan los conceptos que hayan aparecido en la Introducción y los resultados del trabajo. Se recomienda su redacción en presente, porque los hallazgos del trabajo se consideran ya evidencia científica.

Conclusiones: Indica de manera definitiva, resumida y exacta los principales resultados demostrables y comprobables del trabajo investigativo.

Referencias Bibliográficas: Según normas APA 6ta.Edición, utilizar al menos doce citas bibliográficas.

Como modelo para la construcción de referencias, se emplea el siguiente:
Libro:

Autor: Primer Apellido, A.A.-Nombres- (año de la publicación). Título de la obra (Edición). Ciudad o país: Editorial

Capítulo de un libro:

Autor, A.A., y Autor, B.B., y Autor, C.C., (Año de la publicación). Título del capítulo en A.A. Editor y B.B. Editor (Eds.), Título del libro (páginas del capítulo). Ubicación: Editorial.

Publicación seriada (Revista):

Autor, A.A., Autor, B.B., y Autor, C.C., (Año de la publicación, incluya el mes y día de la publicación para publicaciones diarias, semanales o mensuales). Títulos del artículo. Título de la revista, diario,

semanario, Volumen, (Número), páginas 0-0.

Artículo que se encuentra en una revista publicada en internet:

Autor, A.A. y Autor, B.B. (año si se encuentra). Título del artículo. Título de la revista, volumen, si se encuentra, (número si se encuentra). Recuperado el días de mes de año, de URL.

Anexos: Si son necesarios

PROCEDIMIENTO PARA LA RECEPCIÓN Y EVALUACIÓN DE DOCUMENTOS

Presentar el artículo mediante comunicación escrita dirigida a la dirección de la revista ECA Sinergia de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas en soporte digital o en la plataforma Open Journal System (OJS) a la dirección que se indica: <http://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia>, adjuntando hoja de vida del autor que contemple Institución, facultad o departamento, estado o provincia, país y teléfono de contacto.

En la comunicación escrita el autor debe expresar que conoce y acepta la política editorial de revista ECA Sinergia, y cede todos los derechos de reproducción y distribución del artículo, mediante cartas de originalidad y de cesión de derechos, cuyos formatos se encuentran dentro de la revista electrónica.

El Consejo Editorial verifica si el documento es pertinente con la temática de la revista y cumple con los lineamientos para una publicación científica, además de las características solicitadas en esta guía, se decide si se envía a los árbitros o evaluadores, pues el arbitraje se realiza bajo la modalidad de doble ciego. Si el documento no es aceptado para evaluación, se informará a los autores.

En el proceso de revisión, aceptación y decisión de los artículos se tiene en cuenta los elementos siguientes:

- Si el documento es aceptado para evaluación, se contacta a expertos académicos y se realiza la solicitud de evaluación. Los evaluadores realizan sus observaciones y en base a los resultados se emite un documento con las opciones siguientes:
 - Se rechaza para publicación
 - Se debe corregir y enviar nuevamente a evaluación
 - Debe corregirse y no se requiere nuevamente su evaluación, o
 - Se acepta para publicación
- Después del arbitraje, el Consejo Editorial verifica el cumplimiento de las observaciones. Entonces se acepta o no su publicación
- Si el artículo no es aceptado para evaluación, se informa a los autores las razones
- Si un artículo, una vez sea aprobado para publicación, no puede ser publicado en alguno de los próximos dos números de la revista, el Editor comunicará al autor la demora.

Del autor/a

- Una vez aprobada la publicación, los autores ceden sus derechos a la revista.
- Se entiende que el autor que envía un artículo actúa de buena voluntad en representación de todos los autores del documento, y expresa la responsabilidad solidaria en el sentido de la originalidad del trabajo presentado.
- Al realizar el envío de un artículo al Editor de la revista, los autores se comprometen a no presentarlo simultáneamente a otra publicación, a menos que sea rechazado.
- La revista ECA Sinergia no asume responsabilidad legal por efectos de la aplicación de los contenidos publicados, que puedan resultar en daños a propiedades, personas naturales o jurídicas, etcétera.

CONVOCATORIA ABIERTA PARA LA PRESENTACIÓN DE ARTÍCULOS CIENTÍFICOS DE LA REVISTA ECA SINERGIA ESPECIALIZADA EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Consejo Editorial de la revista ECA Sinergia invita a investigadores, docentes, estudiantes y empresarios a presentar sus artículos originales e inéditos para la publicación de V9 No. 1

ECA Sinergia es una revista arbitrada por pares a doble ciego, especializada en ciencias administrativas y económicas, que publica semestralmente artículos de las disciplinas concernientes a las secciones finanzas, administración, economía, contabilidad, auditoría, orientadas al desarrollo sustentable y sostenible.

PÚBLICO OBJETIVO

ECA Sinergia está dirigida a autoridades, docentes, estudiantes, emprendedores y profesionales de las ciencias administrativas y económicas, contables, y a los investigadores que aportan a la Academia de Hispanoamérica y el Caribe.

MISIÓN

Somos una revista investigativa académica y técnica de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas que difunde el pensamiento crítico – analítico – reflexivo; con ética y responsabilidad social aportando al progreso socio-económico a nivel nacional e internacional

Declaración de originalidad y Cesión de derechos de autor

Mediante el presente documento, los autores abajo firmantes certificamos que el artículo que se presenta para su posible publicación en la revista ECA Sinergia, titulado:

Es original y no contiene elementos limitados, clasificados, sujetos a patente, ni en vías de publicación, ni publicados en ningún otro espacio editorial, en ningún idioma.

No nos responsabilizamos con el contenido del artículo y declaramos no tener asociación comercial que pueda generar conflictos de interés en relación con éste.

Las figuras e ilustraciones que lo acompañan representan fielmente los hechos informados y no han sido alteradas digitalmente. Todos los datos y las referencias a materiales ya publicados, están debidamente identificados e incluidos en las Referencias.

Por lo anterior, declaramos que todos los materiales que se presentan están totalmente libres de derecho de autor y, por lo tanto, nos hacemos repsonsables de cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de toda responsabilidad a la Universidad Técnica de Manabí, Manabí - Ecuador.

En caso de que el trabajo presentado sea aprobado para su publicación, como autor(es) y propietario(s) de los derechos de autor, autorizamos de manera ilimitada en el tiempo a la revista ECA Sinergia para que pueda reproducirlo, editarlo, distribuirlo, exhibirlo y comunicarlo en el país y en el extranjero por medios impresos, electrónicos, bases de datos, repositorios de pre y post publicación, Internet o cualquier otro medio conocido o por conocer.

De igual forma, los autores firmantes reconocemos que la revista ECA Sinergia asume como suyos los principios del acceso abierto establecidos en las declaraciones de Berlin, Bethesda y Budapest; razón por la cual aceptamos que el trabajo que se presenta sea distribuido en acceso abierto, resguardando los derechos de autor bajo una licencia "creative commons".

Para constancia de lo anteriormente expuesto, se firma esta declaración a los ____ días, del mes de _____, del año _____, en la ciudad de _____.

Nombre y apellidos

Firma

Autor 1

Autor 2

Autor 3

...

Este documento deberá ser enviado original o escaneado, con la firma de cada autor, al Comité Editorial de la revista Ingeniería Industrial, como parte de la documentación adjunta al artículo.

Revista ECA Sinergia, Contactos 0991205930- revistaecasineria@gmail.com /
<http://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/>



Reconocimiento-No Comercial Compartir Igual CC BY-NC-SA

Es una licencia que se ofrece al autor de una obra una forma simple y estandarizada de otorgar permiso al público de compartir y usar su trabajo creativo, bajo términos y condiciones de su elección con fines comerciales, siempre y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

SISTEMA DE CLASIFICACIÓN JEL

Fue desarrollado para su uso en el Journal of Economic Literature (JEL), y es un método estándar de clasificación de la literatura académica en el campo de la economía. El sistema se utiliza para clasificar los artículos, tesis, libros, reseñas de libros y documentos de trabajo en EconLit, y en muchas otras aplicaciones.

ECA Sinergia

Revista editada desde el año 2010 por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí. ECA, representa a las tres escuelas de la Facultad: Economía, Contabilidad y Auditoría y Administración de Empresas; y Sinergia, término de origen griego, que significa “trabajando en conjunto”. La sinergia es un trabajo o esfuerzo en equipo para realizar una determinada tarea muy compleja, hasta alcanzar el éxito.

