

REVISTA CIENTÍFICA
EVALUADA POR PARES.

VISIONARIO

DIGITAL

VOL. 3 NÚM. 2 (2019):
EMPRENDIMIENTO DEL SIGLO XXI

EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
CIENCIAS SOCIALES Y DEL COMPORTAMIENTO
PERIODISMO E INFORMACIÓN
DERECHO

VOLUMEN 10

REVISTA VISIONARIO DIGITAL

Revista científica evaluada por pares VISIONARIO DIGITAL

La revista Visionario Digital es una revista científica evaluada por pares permitiendo la divulgación de investigación en áreas de Ciencias **sociales y del comportamiento, educación comercial y administración, derecho, Periodismo e información**, se publica en formato digital trimestralmente.

Misión

-  Visionario Digital es una revista científica de relevancia académica e investigativa, que tiene como fin la evaluación y la difusión de nuevo conocimiento científico de alta calidad, fruto de la investigación de docentes, estudiantes y profesionales, con criterios de excelencia académica, científica e investigativa que demanda la comunidad científica y la sociedad en general.

Visión

-  En el mediano plazo ser una revista reconocida por la comunidad científica, nacional, por sus publicaciones de relevancia y pertinencia con énfasis en las Ciencias Económicas, Administrativas y Jurídicas, además en ese periodo se deberá formar parte de las bases bibliográficas más reconocidas en las áreas mencionadas.

Valores

-  VISIONARIO DIGITAL se compromete a cumplir con los siguientes valores que permitirán desarrollar de manera objetiva el fin de la gestión en la academia e investigación:
 - Imparcialidad: Selección de los artículos científicos a publicar con alto criterio de responsabilidad y equidad, sin favorecer a algún investigador.
 - Veracidad: Las investigaciones a publicar que serán tomadas en cuenta y revisadas para verificar la veracidad de los datos que se presentan, de la misma manera es de estricta responsabilidad la información que presentan los autores.
 - Compromiso: Encaminar a las investigaciones presentadas en la revista, su divulgación pertinente, con el fin de dar a conocer a la comunidad científica la calidad de los artículos científicos.

ISSN: 2602-8085 Versión Electrónica

Los aportes para la publicación están constituidos por:

- 🕒 Artículos Originales, Artículos de Revisión, Informes Técnicos, Comunicaciones en congresos, Comunicaciones cortas, Cartas al editor, Estados del arte & Reseñas de libros

EDITORIAL REVISTA CIENCIA DIGITAL



- 🕒 Editor de la revista Visionario Digital Efraín Velasteguí López.¹

¹ DrC. En Ciencias Pedagógicas PhD. Máster en Tecnologías de la Información y Multimedia Educativa & Máster en Docencia y Currículo para la Educación Superior, Editorial Ciencia Digital registrado por la Cámara Ecuatoriana del libro Reg. 663

Contacto: Visionario Digital, Jardín Ambateño, Ambato- Ecuador
Teléfono: 0984058533

Publicación:

w: www.visionariodigital.org

w: www.cienciadigitaleditorial.com

e: tcarrascor@yahoo.com

Directora General
Dr. Tatiana Carrasco R.

Índice

1	Análisis de la metodología de la ANT para fijar la tarifa de transporte modalidad taxi Gustavo Javier Aguilar Miranda, José Luis Llamuca Llamuca	6-26
2	Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano en bus de la ciudad de Ambato José Luis Llamuca Llamuca, Gustavo Javier Aguilar Miranda	26-46
3	Factores que determinan la viabilidad de los emprendimientos José Gabriel Pilaguano Mendoza, Homero Eudoro Suárez Navarrete, Marcelo Eduardo Sánchez Salazar, William Patricio Cevallos Silva	47-63
4	Modelo matemático de transporte para una empresa comercializadora de combustibles, usando programación lineal Jenny Margoth Villamarín Padilla, Gustavo Javier Aguilar Miranda, José Luis Llamuca Llamuca, Wilfrido Humberto Villacrés Suárez	64-81
5	El nivel del compromiso organizacional de los funcionarios públicos en la mejora de la gestión educativa y los objetivos estratégicos de la coordinación zonal 5 de educación - caso Ecuador. Eythel Blanmer Pacheco Mendoza, Miguel Angel Cedillo Fajardo	82-98
6	La calidad del servicio en la mejora de la gestión en la atención al usuario de CNEL EP del cantón Milagro-Ecuador en el año 2018. Luis Hernán Campos Freire, Carlos María Lazo Vento	99-113
7	Estrategias básicas de marketing para microempresarios. Alberto Efraín Prado Chinga, Kleber Santos Guerra Herrera, Pamela de Lourdes Ortega Ojeda, Carlos Omar Gutiérrez Ruano	114-125
8	Análisis de la ampliación de cobertura a la categoría de trabajadoras del hogar en la mejora de la calidad de servicio del afiliado al IESS del cantón Milagro del periodo 2015-17. Miriam Paola Mayorga Arias, Jinsop Elias Gamboa Poveda	126-142
9	Oferta y Demanda en Mercados Competitivos: Enfoque al Sector de la Construcción en el Ecuador. Omar Gabriel Mejía Flores, Nubia Elizabeth Casquete Baidal, Pedro Alexander Avilés Almeida, Carlos Gabriel Parrales Choez	143-154

10	Gestión administrativa: Estudio desde la administración de los procesos en una empresa de motocicletas y ensamblajes.	155-169
	Juan Fernando Falconi Piedra, Kléber Antonio Luna Altamirano, William Henry Sarmiento Espinoza, Celio Froilán Andrade Cordero	
11	Gestión de la calidad en el sector de telecomunicaciones. Orientaciones hacia la mejora continua en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Azogues – Ecuador.	170-190
	Alicia Mariela Torres Beltrán, Kléber Antonio Luna Altamirano, Jorge Edwin Ormaza Andrade, Marcos Eduardo Cantos Ochoa	
12	Marketing estratégico turístico para la Provincia del Azuay-Ecuador.	191-212
	Edwin Rene Idrovo Mogrovejo, Kléber Antonio Luna Altamirano, Janice Licenia Ordoñez Parra, Mónica Alexandra Lituma Yascaribay	
13	Valoración del servicio al asegurado en la mejora de la gestión administrativa del Hospital General Milagro (IESS) en el año 2018.	213-227
	Karina Salinas Muñiz, Huber Echeverría Vásquez, Miguel Cedillo Fajardo	
14	Hechos estilizados del mercado de criptomonedas desde el enfoque de la eficiencia marginal del capital.	228-244
	Armando José Urdaneta Montiel, Emmanuel Vitorio Borgucci García, John Alexander Campuzano Vasquez, Pedro Alexander Avilés Almeida	
15	Valor Agregado y Nivel Competitividad de las pymes en el Cantón Machala, Ecuador.	245-265
	Armando Urdaneta, Andreina Inés González Ordóñez, Laura Rosa Luciani Toro, Emmanuel Borgucci	
16	La capacitación enfocada en el liderazgo operativo como instrumento para mejorar el servicio de consulta externa en el Hospital del IESS del Cantón Milagro.	266-283
	Tanya Elizabeth Lopez Macancela, Gonzalo Lenin Serrano Mantilla	
17	Política Monetaria en el Ecuador.	284-293
	Lenin Agustín Chamba Bastidas, Doris Maribel Sánchez Lunavictoria, Homero Eudoro Suárez Navarrete, María Alexandra Procel Silva	
18	El impuesto a los consumos especiales (ICE) aplicado a las bebidas alcohólicas incluida la cerveza.	294-304
	Fanny Graciela Egas Moreno, Luz Marina Cifuentes, Domitilo Toala Preciado, Esther Angélica Proaño Gonzalez	

19	Gestión integral de activos fijos con enfoque en el control contable administrativo	305-328
	Lady Alexandra García Jiménez, Cecilia Ivonne Narváez Zurita, Juan Carlos Erazo Álvarez	
20	Retiro productivo para los trabajadores de una empresa petrolera.	329-354
	Washington Edy Santillán Marroquín, Diana Elizabeth Burbano Pozo, Francisco Javier Arízaga Proaño, Jenny del Pilar Viracocha Aguirre, Josué Fernando Santillán	
21	Aproximación semiótica para la interpretación del cementerio de Riobamba	355-374
	José Miguel Ocaña Morales, Raúl Edison Lomas Badillo	



Análisis de la metodología de la ANT para fijar la tarifa de transporte modalidad taxi

Analysis of the methodology of the ant to set the transport fee modality taxi

Gustavo Javier Aguilar Miranda.¹ & José Luis Llamuca Llamuca.²

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.391>

Resumen.

En este artículo se presenta el análisis de la metodología de la ANT para determinar la tarifa de transporte modalidad taxi, y a la vez propone un modelo considerando nuevas variables como distancia, tiempo en vacío y el pago del seguro social del conductor que la metodología vigente no determina, y que influyen significativamente en el cálculo erróneo de los costos y por lo tanto de la tarifa. La investigación de campo se realizó a través de encuestas tanto a usuarios como oferentes del servicio además se obtuvo fichas de observación del monitoreo a los recorridos de un grupo de unidades mediante el acompañamiento en su jornada diaria de trabajo, se realizó un análisis técnico de los costos operacionales y de la oferta de kilómetros que permitió sincerar una tarifa acorde a la realidad local. Los resultados fijaron una tarifa de \$1.38, el costo por km de \$0.31 y un valor de arrancada de \$0.42, se recomienda una revisión periódica de la tarifa fundamentada en la economía actual.

Palabras claves: sistema de transporte, transporte comercial, tarifa de taxi, metodología.

¹ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, gustavo.aguilar@esPOCH.edu.ec

² Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, jose.llamuca@esPOCH.edu.ec

Abstract.

This article presents the analysis of the methodology of the ANT to determine the taxi fare, and at the same time proposes a model considering new variables such as distance, idle time and the driver's social security payment that the current methodology does not determines, and that they influence significantly in the erroneous calculation of the costs and therefore of the tariff. The field research was conducted through surveys to both users and service providers, and monitoring records were obtained for the tours of a group of units by means of accompaniment in their daily work, a technical analysis of the operational costs and the offer of kilometers that allowed to open a rate according to the local reality. The results set a rate of \$ 1.38, the cost per km of \$ 0.31 and a start value of \$ 0.42, it is recommended a periodic review of the rate based on the current economy

Keywords: Transport system, commercial transport, taxi rate, methodology.

Introducción.

Para una ciudad constituye un factor imprescindible la regulación de las tarifas del servicio de taxi ofertadas por las diferentes operadoras, cuyo propósito es garantizar una retribución económica, y además, proporcionar a los usuarios un servicio de calidad. Los principales beneficiarios de la presente investigación de forma directa e indirecta serán la población, las operadoras de taxi y los GADs.

En tal sentido, el transporte público es un servicio fundamental y de gran importancia para la movilidad de la población, es el medio a través del cual las personas pueden conectarse de un lugar a otro; sin embargo el crecimiento del servicio de taxi en el país se ha realizado en forma descontrolada y desordenada, para el efecto, la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) en uso de sus facultades y con el objetivo de garantizar la prestación de un servicio de calidad en el traslado de las personas y bienes ofrecido por las operadoras a sus usuarios y determinar tarifas socialmente justas, establece una metodología para la fijación de las tarifas, que será tomada como un cálculo referencial y que permitirá a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADS) regular el cobro monetario por el servicio, esta metodología que en su inicio aplicaba para la modalidad en Taxi Convencional.

Al respecto, el estudio Diseño de un modelo de costos alternativo para la determinación de la tarifa de taxi modalidad convencional en la ciudad de Cuenca realizado por (Aguirre, 2015), afirma que, la metodología de fijación de tarifas de taxis vigente adolece de varias inconsistencias como: la contradicción de las fórmulas para determinar el valor de arranque, desconoce la realidad ecuatoriana al aplicar la normativa Euro 4 recomendada para motores a diésel en donde la mayoría de vehículos utilizados para este fin son a gasolina, el cálculo de retorno de la inversión no se utiliza en ninguna fórmula, en la

práctica considera difícil o imposible la medición de carreras cortas medianas y largas. Manifiesta además que se desfigura el intento de calcular los costos incurridos de manera objetiva, por lo que considerara necesario plantear un modelo que a más de técnico también sea justo y social.

Por tal razón, es conveniente destacar que los modelos matemáticos que conforman la metodología vigente no consideran las variables, distancia y tiempo en vacío es decir el tiempo de viaje que el taxi utiliza desde su estación hasta el momento de recoger al pasajero y luego de efectuado el servicio de traslado del pasajero, el tiempo que utiliza hasta llegar a su destino.

Este antecedente podría haber generado inconsistencias y perjudicar a los oferentes del servicio de transporte comercial en taxi ya que no se han tomado en cuenta variables que inciden de forma crucial en el cálculo de la tarifa y por ende perjudican en el aspecto económico además de poner en riesgo la calidad del servicio; es así como, el presente estudio, “Análisis de la metodología de la ANT para fijar la tarifa de transporte modalidad taxi”, aportará con lineamientos que permitirán establecer parámetros para fijar una tarifa justa y adecuada que deben pagar los usuarios por el uso de este servicio público y de igual manera que sea rentable para los dueños de las operadoras del servicio de transporte terrestre comercial en taxi, incluyendo variables de tiempo y distancia.

Desarrollo

Marco teórico referencial

Se destaca un artículo de la Revista de Obras Públicas, Transportes y Ordenación Territorial de Sevilla en España titulado “Análisis del Sector del Taxi en Andalucía. Contextualización en España y Europa, en el que se realiza una revisión y análisis del sector del taxi en varias ciudades de Europa respecto de su normativa, organización, operativa de solicitud de servicio, sistemas tarifarios y servicios de taxi adaptado, con el fin de mejorar y garantizar el servicio, considerando la equidad entre calidad y rentabilidad. Los sistemas tarifarios establecen tarifas de referencia, tarifas obligatorias en cuanto a los tráficos de corto recorrido. (Maeso, E. González, G. Caballero, J., 2010).

El análisis de los sistemas tarifarios se estructura basándose en cuatro parámetros: servicio mínimo, bajada de bandera, kilómetro recorrido y hora de espera. En ciudades como Londres, se incluyen aspectos como la velocidad y el destino. En Berlín y Roma además de las tarifas generales se dispone de tarifas especiales reducidas, para carreras inferiores a 2 Km. Se diferencian periodos como: laborables diurnos (06:00 a 22:00), laborables nocturnos y festivos, casi todas las ciudades aplican la tarifa diurna. La jornada de trabajo diario se limita a 11 horas con dos descansos de 3 horas máximo y media hora como mínimo. Maeso et al. (2010).

El artículo “Modelo para el cálculo de la tarifa en equipos de transporte” propone un patrón sencillo para evaluar la estructura de los costos de los equipos empleados para el transporte de bienes y/o personas, brinda una descripción de las variables que inciden en la determinación de las tarifas. Destaca la importancia de obtener una información confiable acerca de las características operacionales de los vehículos para lograr una acertada evaluación de los costos. (Cantillo, 1999).

Un trabajo significativo es el de Juan Aguirre, en su tesis “Diseño de un modelo de Costos alternativo para la determinación de la tarifa de taxi modalidad convencional en la ciudad de Cuenca para el año 2014”, menciona que, los modelos matemáticos legalmente aprobados no consideran en su cálculo las necesidades y deseos de los consumidores, por lo que cree necesario establecer un modelo alternativo de fijación de tarifas de taxis considerando las variables sociales que permiten establecer los umbrales máximos y mínimos de disposición al pago por este servicio, acordes a la realidad socioeconómica de los usuarios de la localidad. (Aguirre, 2015).

Concepto de Transporte

Existen varias definiciones de transporte, cada una de estas definiciones, aporta una parte importante a su concepto global, entre las que se recalca la de (Garrido, 2001) quien define el transporte como “un sistema organizacional y tecnológico que apunta a trasladar personas y mercancías de un lugar a otro para balancear el desfase espacial y temporal entre los centros de oferta y demanda. Lo anterior plantea el problema de realizar este traslado en forma eficiente y sustentable”.

En el mismo sentido, (Izquierdo, 2001) considera al transporte como “un sistema o un subsistema dentro del sistema territorial o incluso del económico, integrado por tres elementos fundamentales interrelacionados entre sí: la infraestructura, el vehículo y la empresa o servicio que viene a constituir la actividad propiamente dicha”.

Transporte Terrestre Comercial

Se denomina servicio de transporte comercial el que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, siempre que no sea servicio de transporte colectivo o masivo. Para operar un servicio comercial de transporte se requerirá de un permiso de operación, Dentro de esta clasificación, entre otros, se encuentran el servicio de transporte escolar e institucional, taxis, tricimotos, carga pesada, carga liviana, mixto, turístico, los cuales serán prestados únicamente por operadoras de transporte terrestre autorizadas para tal objeto. El servicio de taxis se prestará exclusivamente en el área del territorio ecuatoriano, establecido en el permiso de operación respectivo; y, fletado ocasionalmente a cualquier parte del país, estando prohibido establecer rutas y frecuencias. (ANT, 2015) Art.

57.

Transporte Terrestre Comercial en Taxi

Consiste en el traslado de terceras personas a cambio de una contraprestación económica desde un lugar a otro dentro del ámbito intracantonal autorizado para su operación, excepcionalmente fuera de ese ámbito cuando sea requerido por el pasajero. Se realizará en vehículos automotores autorizados para ese efecto con capacidad de hasta cinco pasajeros incluido el conductor. Deberán cumplir las exigencias definidas en el reglamento específico emitido para el efecto y las ordenanzas que emitan los GADS. (ANT, 2012) Art. 62.

Subtipos de Transporte Terrestre Comercial en Taxi

Convencionales: Consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio de manera directa en las vías urbanas, en puntos específicos definidos dentro del mobiliario urbano (paradero de taxi), o mediante la petición a un centro de llamadas.

Ejecutivos: Consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio, exclusivamente, a través de un centro de llamadas, siendo el recorrido autorizado el solicitado por el cliente. (ANT, 2012) Art. 62.

Operadoras de Transporte Terrestre

Constituye una operadora de transporte terrestre, toda persona jurídica, sea cooperativa o compañía, que habiendo cumplido con todos los requisitos exigidos en esta Ley, su Reglamento y demás normativa aplicable, haya obtenido legalmente el título habilitante para prestar el servicio de transporte terrestre en cualquiera de sus clases y tipos. (ANT, 2015) Art. 77.

Rutas y Frecuencias

Se entenderá por ruta o línea de servicio de transporte público al trazado o conjunto de vías sobre las que se desplazan los vehículos para otorgar el servicio, atendidos por una misma operadora. (ANT, 2012) Art. 110.

Metodología.

La metodología de trabajo aplicada en la presente investigación se basa principalmente en el análisis de la metodología aprobada por la ANT, y estudios previos que determinaron observaciones a esta metodología, con la aplicación de medidas estadísticas que permitan identificar, determinar, promediar, agrupar y condensar la información en parámetros o

estimadores a todas las variables que conforman los insumos para la determinación de la tarifa en esta modalidad de servicio.

Para ello se estableció las siguientes etapas:

- Recopilación de datos en campo e información primaria
- Tabulación y procesamiento de la información
- Análisis de la Metodología de la Agencia Nacional de Tránsito
- Determinación y cálculos de variables involucradas
- Cálculo de las tarifas

Cada una de estas etapas contempló más de dos actividades específicas que permiten obtener ya sea una tendencia o la información respectiva de una o más variables incidentes en la investigación realizada.

El tamaño de muestra de acuerdo a las recomendaciones nacionales e internacionales (MTOPI, 2010) se determinó a partir de la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

La muestra calculada con los datos correspondientes a la población del cantón de Latacunga de acuerdo a la fórmula aplicada fue de 383 encuestas (pero se aplicó un total de 385 encuestas). Por lo que el desarrollo de la recopilación de datos se dividió en tres actividades específicas que se detallan a continuación:

Determinación de la demanda modal

Esta actividad consistió en la aplicación de encuestas origen destino de intercepción a los usuarios en general que están en capacidad de realizar un viaje por si mismos; por medio de la cual fue posible cuantificar la demanda actual determinada por el número de viajes entre zonas según el medio de transporte utilizado.

Determinación de la oferta del servicio.

La determinación de la oferta de servicio no es más que la identificación del número de kilómetros recorridos por el vehículo para un número de carreras realizadas por éste considerando el porcentaje de no ocupación.

La actividad requirió de la aplicación de un formulario de monitoreo o seguimiento periódico (cada dos horas) a tres unidades vehiculares de diferente marca por cada operadora, durante la jornada laboral en cuatro días típicos y un día atípico como lo establece la metodología técnica para este tipo de estudios; con el fin de cuantificar las carreras cortas, carreras intermedias y carreras largas con sus respectivas distancias recorridas en kilómetros para cada tipo de vehículo. Para ello se validó la información a través de los tickets o facturas emitidas en cada carrera realizada.

Obtención de información de costos operacionales.

Completando la recolección de datos de campo o información primaria se aplicó un tercer formulario diseñado para identificar los diferentes costos y gastos en los que incurre cada propietario de este tipo de automotor durante la prestación del servicio. Para ello se entrevistó a una muestra representativa de propietarios de vehículos de cada operadora según el tamaño de la flota vehicular existente *70% del total de la flota vehicular según las recomendaciones del manual de estudios de transporte urbano y para garantizar resultados más confiables*).

Resultados.

Sistema de transporte

El servicio de transporte terrestre en el cantón se encuentra en un estado de servicio mejorable, relativamente bueno y suficiente para el transporte terrestre urbano intra-cantonal. (Unidad de Movilidad Latacunga, 2019). La estructura del sistema de transporte terrestre urbano está distribuida en 5 modalidades, detallados en la tabla 1. La flota vehicular para el transporte de pasajeros es de 1052 unidades representando un indicador de 193 habitantes por unidad.

Tabla 1: Sistema de transporte terrestre Latacunga

OPERADORA DE TRANSPORTE	NÚMERO DE OPERADORAS CANTON LATACUNGA	NUMERO DE VEHÍCULOS
Transporte comercial, carga liviana	27	235
Transporte comercial, en taxi ejecutivo	13	225
Transporte comercial, en taxi convencional	35	348
Transporte comercial escolar e institucional	11	145
Transporte público urbano	2	99
TOTAL		1052

Fuente: Unidad de movilidad Latacunga (2019)

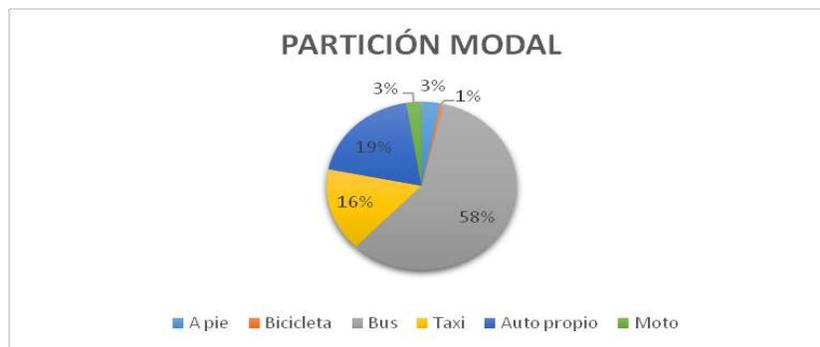
Realizado por: Los autores

Operadoras de transporte comercial en taxi

De acuerdo la información proporcionada por la UMTTTSVL, la oferta de transporte en la modalidad de Taxi en la ciudad de Guano, está conformada por treinta y cinco (35) operadoras de Transporte Comercial de Pasajeros en Taxi Convencional y trece (13) operadoras de transporte Comercial en Taxi Ejecutivo, conformadas por una flota vehicular de trescientos cuarenta y ocho (348) y doscientos veinte y cinco (225) unidades respectivamente, las mismas se encuentran debidamente registradas y legalizadas en la institución.

Partición Modal

Gráfico 1. Partición modal.

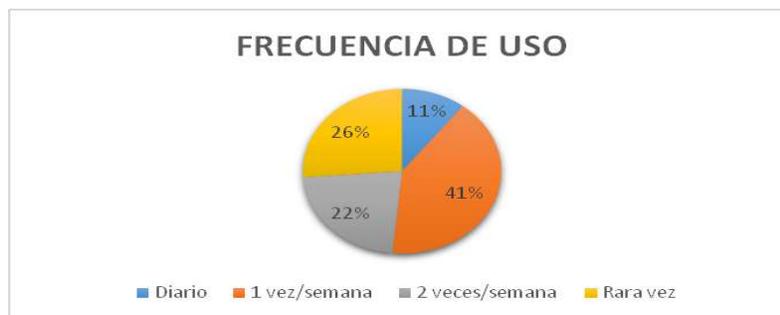


Fuente: Elaboración propia

Análisis: Del total de encuestados el 58% utiliza como medio transporte el bus, seguido del 19% que utiliza auto propio, el 16% utiliza como medio de transporte el taxi, el 3% utiliza moto, el 3% se moviliza a pie y, el medio de transporte menos utilizado es la bicicleta con el 1%.

Frecuencia de uso

Gráfico 2. Frecuencia de uso



Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los resultados demuestran que el 41% de los encuestados utilizan el servicio de taxi 1 vez por semana, el 26% indican que usan el servicio rara vez, seguido del 22% que lo utiliza dos o más veces por semana, y el 11% utiliza el servicio diariamente.

Horario de uso

Gráfico 3. Horario de uso



Fuente: Elaboración propia

Análisis: El 39% de los encuestados utiliza el servicio de taxi en la mañana, mientras que el 28% lo utiliza en la noche, el 26% en la tarde y el 7% utiliza el servicio en la madrugada.

Oferta del servicio

Para el estudio de la oferta del servicio se aplicó una encuesta al universo de unidades de las compañías que operan en el cantón distribuidas en distintas parroquias, conformado por 573 taxis, 348 convencionales y 225 ejecutivos.

Conductores con afiliación al IESS

Gráfico 4. Conductores con afiliación al IESS



Fuente: Elaboración propia

Análisis: Del total de encuestados el 90% no posee afiliación al IESS y apenas el 10% de los encuestados cuenta con este beneficio.

Número de Carreras Cortas, Intermedias y Largas.

Gráfico 5. Número de carreras cortas intermedias y largas



Fuente: Elaboración propia

Análisis: El promedio de carreras realizadas al día es de 36, de las cuales, el 50% corresponden a carreras cortas, el 33% a carreras intermedias y el 17% a las carreras largas

Tiempo en vacío

Cabe destacar que, en la ficha de observación, también se recogió información acerca de la distancia y tiempo en vacío de cada carrera realizada por las distintas unidades, datos que sirvieron para el cálculo de la tarifa, incluyendo así estas variables que no son consideradas en la metodología de la ANT.

Para calcular el tiempo en vacío se tomaron en cuenta los tiempos que la unidad utiliza cuando sale desde la estación a recoger al usuario y el tiempo de regreso a la parada cuando la carrera termina, mediante la sumatoria de los tiempos en vacío se obtuvo como resultado una media de 6 minutos de tiempo promedio en vacío. Este valor se incluye en la Fórmula de Tarifa mínima de carrera, sumado a los kilómetros recorridos con pasajeros.

Distancia en vacío

Para el cálculo de la distancia en vacío en la ficha de observación se recogió información sobre la distancia en vacío de recogida al usuario y la distancia en vacío de regreso a la parada; de la sumatoria de las dos distancias en vacío se obtuvo una media de 1.36 km equivalente a la distancia en vacío promedio. Este valor se incluye en la Fórmula de Tarifa

mínima de carrera, sumado a la variable de número de minuto de espera en carrera realizada.

Análisis de la Metodología de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT)

La ANT como organismo de control establece la metodología de cálculo referencial para las tarifas por la prestación del servicio de transporte terrestre comercial en taxi en el año 2014, Al respecto, el estudio Diseño de un modelo de costos alternativo para la determinación de la tarifa de taxi modalidad convencional en la ciudad de Cuenca realizado por (Aguirre, 2015), afirma que, la metodología de fijación de tarifas de taxis vigente adolece de varias inconsistencias como: la contradicción de las fórmulas para determinar el valor de arranque, desconoce la realidad ecuatoriana al aplicar la normativa Euro 4 recomendada para motores a diésel en donde la mayoría de vehículos utilizados para este fin son a gasolina, el cálculo de retorno de la inversión no se utiliza en ninguna fórmula. Manifiesta además que se desfigura el intento de calcular los costos incurridos de manera objetiva, por lo que considerara necesario plantear un modelo matemático más técnico.

Por tal razón, es conveniente destacar que los modelos matemáticos que conforman la metodología vigente no consideran las variables de distancia y tiempo en vacío. La metodología vigente no especifica el procedimiento para determinar las distancias promedias para carreras cortas, intermedias y largas ni los parámetros a considerar para su cálculo. Para este análisis en el presente estudio se realizó un acompañamiento al recorrido de las unidades en distintos días y horarios y mediante un cálculo promedio de las distancias recorridas por las unidades se pudo determinar estos valores.

Entre otras referencias sobre el análisis de la metodología cabe destacar a (Erráez. G, Orellana M, 2018), quienes manifiestan que una tarifa social debería recoger las necesidades de rentabilidad, recuperación de los costos, mano de obra y demás aspectos de relevancia para los proveedores del servicio, así como la capacidad de pago, ingresos y la frecuencia de uso de los usuarios. De esta manera se cumpliría con el principio de equidad y trato justo.

Es importante señalar que dentro de los costos fijos la metodología de la ANT incluye como rubros dos tipos de seguros, el seguro obligatorio de accidentes de tránsito SPATT que se cancela anualmente junto con el valor de la matriculación vehicular, y el seguro privado anual para el vehículo con cobertura todo riesgo; cómo se puede inferir esta metodología no toma en cuenta el pago al seguro social que según la Constitución de la república en su artículo 367 es un derecho irrenunciable de todas las personas, se rige por los principios del sistema nacional de inclusión y equidad social y por los de obligatoriedad, suficiencia, integración, solidaridad y subsidiaridad.

Tomado en cuenta el riesgo de trabajo al que expone este tipo de actividad laboral, se debería considerar como una forma de estabilidad económica que cubra al propietario o conductor de la unidad de taxi en el caso de accidentes de trabajo, así como asegurar una pensión mensual mediante la jubilación.

Entre otros aspectos, la metodología de la ANT se refiere al financiamiento que se realiza para la adquisición del vehículo sin tomar en cuenta el costo del puesto en la compañía, además, la fórmula para el cálculo del valor residual del activo, es decir el valor que tendrá el vehículo al final de su vida útil, fue modificada mediante Resolución 107-DIR-2014-ANT, si bien es cierto que la misma calcula un valor residual de la recuperación de capital pero no un costo mensual de capital. Además, dentro de sus variables de cálculo se encuentra el Valor de salvamento, el mismo que refiere a la valoración monetaria del Plan Renova, cuyo incentivo económico implantado por el Gobierno Nacional para el proceso de chatarrización de vehículos culminó el 31 de diciembre del 2015; esta iniciativa durante el año 2017 fue promovida por el sector privado.

Propuesta metodológica para el cálculo de la tarifa

Oferta de Kilómetros

Para el cálculo de la tarifa se toman en cuenta dos elementos principales como son la oferta de kilómetros y los costos operacionales. En este sentido, la oferta de kilómetro está conformada por información referente al número de días que labora la unidad al mes; el número de carreras y la distancia promedio en Km recorridos ya sean cortas intermedias y largas; el número de kilómetros que recorre la unidad al día con pasajeros; el número de kilómetros que recorre la unidad al día sin pasajeros.

La información recogida a través de encuestas permitió determinar los datos promedio para el cálculo de la oferta de kilómetros.

Tabla 2: Oferta de Kilómetros

Etiquetas	Datos
# de días promedio que labora la unidad al mes	26
# de Carreras Cortas (CC)	18
Distancia Promedio en km recorridos CC	1.5
# de Carreras Intermedias (CI)	12
Distancia Promedio en km recorridos CI	3.5
# de Carreras Largas (CL)	6
Distancia Promedio en km recorridos CL	9

Total de carreras promedio realizadas al día	36
Km recorridos al día por la unidad con pasajeros	123
Km recorridos al día por la unidad sin pasajeros	49
% de NO ocupación	28%
Km recorridos / día	172
Km recorridos / mes	4472
Km recorridos / año	53664

Fuente: Elaboración propia

Fórmulas de cálculo:

$$K_{día} = \sum (NCC \times KmCC) + (NCI \times KmCI) + (NCL \times KmCL)$$

$$K_{día} = 172$$

$$K_{mes} = [\sum (NCC \times KmCC) + (NCI \times KmCI) + (NCL \times KmCL)] \times D_{lab}$$

$$K_{mes} = 4472$$

$$NC = \sum (NCC + NCI + NCL)$$

$$NC = 53664$$

$$\%_{aNO} = \frac{K_{rsp}}{\sum (K_{rsp} + K_{rtp})} \times 100$$

$$\%_{aNO} = 28\%$$

Costos operacionales

Costos fijos

Fórmula de cálculo: $C_{fi} = \sum (MO + Seg + Leg + GA + GOP)$

Tabla 3: Costos Fijos

Etiquetas	Costo / Año	Costo / Mes
Mano de obra	7021.8	585.15
Seguro Social	782.88	65.24
Legalización		
Matriculación vehicular	51	4.25
SPATT	48	4.00
Permiso de operación	41.8	3.48

Revisión vehicular	18.09	1.52
Impuesto al rodaje municipal y provincial	22	1.83
Gastos administrativos		
Cuotas sociales (incluye: comunicación/ radio, garaje)	428.16	35,68
Gastos operativos		
Kit de seguridad	40	3.33
Taxímetro	52.56	4.38
Total	856.29	708.87

Fuente: Elaboración propia

$$Cfi = \sum (MO + Seg + Leg + GA + GOP)$$

Cfi = 708.87 mensual carrera diurna

Cfi = 855.15 mensual carrera nocturna

Para el cálculo de la tarifa nocturna se incluye al valor de la remuneración de 585.15 de mano de obra el 25% de incremento estipulado en el código de trabajo.

Costos variables

Fórmula de cálculo: $Cvi = \sum (Com + Rod + Mpre + Mco)$

Com: Combustible, según la metodología de la ANT el costo del combustible dependerá de la potencia del motor, de las condiciones de trabajo y del valor unitario del combustible. ANT (2014). En este caso, las mediciones del rendimiento del consumo de combustible se realizaron con relación al vehículo promedio Chevrolet Aveo Family cilindraje 1.5, como se evidencia en la Tabla 4, se considera el factor de consumo correspondiente al rango de 13.1 a 130, en vista de que el RLOTTTSV establece como límites máximos y rangos moderados de velocidad vehicular permitidos en las vías públicas de 50 km/h.

Tabla 4: Funciones de los factores de consumo de combustible de vehículos ligeros según cilindrada y velocidad.

CILINDRADA (L)	RANGO DE VELOCIDADES	FACTOR DE CONSUMO (g/km)
	(km/hora)	
1.4 < L < 2.0	5 a 13.1	$428.06 - 46.696V + 1.697V^2$
	13.1 a 130	$135.44 - 2.314V + 0.0144V^2$

Fuente: ANT (2014)

Reemplazando los valores de la tabla 4 tenemos que el factor de consumo es igual a 55.74.

Para obtener el gasto promedio de consumo de combustible es necesario el costo de combustible comercial, los resultados de las encuestas determinaron que el combustible que usa el total de encuestados es gasolina extra, el precio de este tipo de combustible tuvo una variación a partir del mes de diciembre del 2018, de \$1.48 se incrementó a \$1.85 debido a la rebaja del subsidio; además los datos de la tabla 2. de la oferta de kilómetros: km recorridos / día = 172; km recorridos / mes = 4472; y el valor de factor de consumo.

Gasto promedio de combustible = (km recorridos * precio combustible) / factor de consumo

Gasto promedio de combustible diario = **5.7**

Gasto promedio de combustible mensual = **148.64**

Rod: Para el cálculo de Rodamiento se recogió información mediante proformas de distintas casas comerciales, en vista de que los resultados de las encuestas indicaron que el 47.9% de los encuestados usan neumáticos extranjeros y el 52.1% utiliza neumáticos nacionales.

Tabla 5: Costo en neumáticos.

Promedio de # neumáticos/año	Costo Unitario / neumático	Costo neumáticos / mes	Costo neumáticos / año
5.6	88.57	41.05	492.60

Fuente: Elaboración propia

El mantenimiento se calcula tomando en cuenta el kilometraje recorrido por las unidades, en base a los datos de la tabla 2 de oferta de kilómetros se obtiene los datos de los kilómetros recorridos por mes 4472 y los kilómetros recorridos por año 53664.

Mpre: El Mantenimiento preventivo

Tabla 6: Rubros Mantenimiento Preventivo

Rubros	Estimado de cambio (Km)	Costo/cambio	Costo/mes
Aceite y lubricante de motor (gal)/mes	5000	27.53	32.80
Aceite y lubricante caja (l)/mes	60000	57,89	5.13
Aceite hidráulico (l)/mes	30000	25,41	4.51
Filtro de aceite	50000	8.72	15.62

Filtro de aire	10000	8.56	14.98
Filtro de combustible	15000	7.02	13.90
Engrase general g/año	50000	27,05	3.42
Kit de embrague	90000	184.80	9.19
Betería /mes	50000	125,44	10.45
Alineación y balanceo/mes	10000	22,85	10.23
Frenos (pastillas, zapatas)/mes	10000	56	25.10
Bandas de accesorios y de distribución/mes	65000	42,58	2.93
Limpieza de inyectores	30000	30,58	4.56
Amortiguadores, terminales de dirección, bujes de suspensión	60000	334.57	24.97
Rectificación de disco de freno y tambor	30000	39,11	5.84
Lavado motor/carrocería	5000	13,44	13.44
TOTAL		1011.55	197.05

Fuente: Elaboración propia

Mco: El Mantenimiento correctivo

Tabla 7: Rubros Mantenimiento Correctivo.

Rubros	Estimado de cambio (Km)	Costo/cambio	Costo /mes
Reemplazo bomba de inyección	200000	325,75	7.29
Reemplazo elementos sistema de suspensión	100000	352.06	15.77
Elementos sistema eléctrico	15000	44.35	13.24
Reparación del motor	250000	1349.60	24.17
Reparación de caja	300000	1220.93	18.22
TOTAL		3292.70	78.70

Fuente: Elaboración propia

Aplicando la fórmula se obtiene el valor de los costos variables

$$Cvi = \sum (148.64 + 41.05 + 197.05 + 78.70)$$

$$Cvi = 465.44$$

Costos de capital

Tabla 10: Costos de capital.

CP +D	CP	D	tc		If	Kd
Inversión	Capital propio	Endeudamiento	Tasa de interés real (%)	Plazo deuda (años)	Impuesto fiscal	Interés deuda
21877	5323	9506	0.128	4	0	22343

Fuente: Elaboración propia.

Con los datos obtenidos aplicamos la fórmula:

$$C_{ci} = tc \frac{C_p}{CP + D} + K_d (1 - if) \frac{D}{CP + D}$$

$$C_{ci} = 199.89$$

Cálculo de la tarifa mínima de carrera en taxi convencional y ejecutivo

Para calcular la tarifa mínima de carrera es necesario calcular el valor de costo por kilómetro recorrido, el valor de la arrancada, el costo minuto de espera y la eficiencia operacional. La información recogida mediante los recorridos con las unidades permitió incluir los valores para las variables consideradas para esta metodología como son la distancia y tiempo en vacío.

De igual manera se recogió la información respecto de los tiempos que existen entre cada carrera, denominado minuto de espera en carrera realizada (Mmecip), el cálculo promedio de los tiempos efectuados de cada carrera refleja un valor de 1 minuto.

Costo por kilómetro recorrido

$$C_k = \frac{\sum (C_{fi} + C_{vi} + C_{ci})}{K_{mes}}$$

$$C_k = 0.31 \text{ (diurno)}$$

$$C_k = 0.34 \text{ (nocturno)}$$

Arrancada

$$A_r = \frac{C_k \times (\%NO \times K_{día})}{NC}$$

$$Ar = 0.42 \text{ (diurno)}$$

$$Ar = 0.46 \text{ (nocturno)}$$

Costo minuto de espera

$$Cme = \frac{Kdía \times Ck}{12h \times 60min}$$

$$Cme = 0.07 \text{ (diurno)}$$

$$Cme = 0.08 \text{ (nocturno)}$$

Con los resultados obtenidos se efectuó el cálculo de la tarifa mínima de carrera diurna y nocturna, para lo cual se planteó, la siguiente fórmula:

$$TMC = \sum (Ar + (Ck \times Kmr_{cp}) + (Cme \times Mm_{ecp}) + (Tvx \times Cme))$$

Tarifa mínima de Carrera Diurna

$$TMC = 0,42 + (0,31 \times 1,5) + (0,07 \times 1) + (6 \times 0,07)$$

$$TMC=1,38$$

Tarifa mínima de Carrera Nocturna

$$TMC = 0,46 + (0,34 \times 1,5) + (0,08 \times 1) + (6 \times 0,08)$$

$$TMC=1,53$$

La información obtenida nos permite determinar un costo de la tarifa mínima de carrera para la jornada diurna de \$1.38 y para la jornada nocturna de \$1.53, fundamentada en la metodología establecida por la ANT incluidas las variables de distancia y tiempo en vacío.

Conclusiones.

- Entre las falencias de mayor relevancia del modelo matemático de la metodología de ANT se puede mencionar la ausencia de variables de tiempo, distancia en vacío y el pago del seguro social del conductor en los costos de operación que inciden en su cálculo, no especifica el procedimiento ni los parámetros para establecer las distancias promedias entre carreras cortas intermedias y largas.

- El análisis técnico de los costos operacionales y la oferta de kilómetros permitió determinar una tarifa acorde a la realidad del cantón Latacunga con lo que se pretende mejorar la calidad del servicio.
- La propuesta metodológica determinó una tarifa mínima de carrera en el día de \$1.38, el costo por km recorrido es de \$0.31 y la arracada \$0.42, el promedio de días que labora una unidad es de 26, el promedio de carreras diarias 36 y el promedio de km que recorre una unidad por día es de 172.

Referencias bibliográficas.

- Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador. (2014). Resolución No. 107-dir-2014-ANT. *Reforma a la metodología para la fijación de tarifas (Taxi convencional)* (pág. 4). Quito: Registro Oficial.
- Aguirre, J. (2015). Diseño de un modelo de cotos alternativo para la determinación de la tarifa de taxi modalidad convencional en la ciudad de Cuenca para el año 2014. Cuenca.
- ANT. (2012). *Reglamento General para la aplicación a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. Registro Oficial*. Obtenido de <https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Decreto-Ejecutivo-No.-1196-de-11-06-2012-REGLAMENTO-A-LA-LEY-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIA.pdf>
- ANT. (2014). *Resolución No.073-DIR-2014-ANT. Metodología para la fijación de tarifas (Taxi Convencional)*. Obtenido de <https://www.ant.gob.ec/index.php/transito-7/resoluciones-2014/file/2396-resolucion-no-073-dir-2014-ant-metodologia-para-la-fijacion-de-tarifas-taxi-convencional>
- ANT. (2015). *Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*. Obtenido de <https://www.ant.gob.ec/index.php/ant/base-legal/ley-organica-reformatoria-a-la-ley-organica-de-transporte-terrestre-transito-y-seguridad-vial>
- Cantillo, V. (1999). Modelo para el cálculo de la tarifa de equios de transporte. . *Ingeniería y Desarrollo. Universidad del Norte*.
- Domínguez, H. (2006). *El servicio invisible : fundamento de un buen servicio al cliente*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Erráez, G, Orellana M. (2018). Análisis para la determinación de la tarifa de taxi convencional en el cantón Nabón. Cuenca.
- GAD Garrido, R. (2001). *Modelación de sistemas de distribución de carga*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica.
- Hernández, R, Fernández, C, Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D. F.: McGraw-Hill.
- INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:

- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>
- INEC. (2016). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Indicadores Laborales Marzo 2016*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- INEC. (2019). *Medidas de Inflación. Índice de precios al consumidor*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Diciembre-2018/01%20ipc%20Presentacion_IPC_dic2018.pdf
- Izquierdo, R. (2001). *Transportes un enfoque integral. Tomo I Transporte y Economía del transporte*. Madrid: Editorial Ugarte S. I.
- Maeso, E. González, G. Caballero, J. (2010). El sector del taxi en Andalucía. Contextualización en España y Europa. *Reflexiones. Revista de Obras Públicas, transporte y ordenación territorial*, 55-80.
- MDMQ. (2009). *Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Plan MAestro de Movilidad para el Distrito Metropolitanode Quito*. Obtenido de <file:///C:/Users/C&DSYSTEMS/Downloads/LFLACSO-01-DMQ.pdf>
- MDMQ. (2015). *Municipio del Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de Gobierno Abierto. Acta Transcrita de la Sesión extraordinaria de la Comisión de Movilidad. 31 de Marzo de 2015
- Ministerio de Trabajo. (2019). *Salarios Mínimos Sectoriales 2019*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/biblioteca/>
- Ministerio de Trabajo. (2012). *Código de Trabajo. Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Molinero, A. y. (2003). *Transporte Público: Planeación, diseño, operación y administración*. Mexico: Limusa.
- MTOP. (2010). *Manual para estudios de origen y destino de transporte de pasajeros y mixto en áreas municipales distritales y metropolitanas*. Quito: Registro Oficial.
- UNE, Norma. (2006). *Ministerio de Fomento España. Norma Europea*. Obtenido de Manual de Apoyo para la Implantación de la Gestión de la calidad según Norma UNE-EN 13816: https://www.fomento.gob.es/recursos_mfom/pdf/6336A739-3BBF-426C-AD69-1F3C59833A19/25583/Cap1ElmodelodecalidadsegunUNEEN13817.pdf
- Unidad de Movilidad Latacunga. (2019). *Compañías de transporte público Latacunga*. Latacunga.

Para citar el artículo indexado.

Aguilar G. & Luis J. (2019). Análisis de la metodología de la ANT para fijar la tarifa de transporte modalidad taxi., *Revista electrónica Ciencia Digital* 3(2), 5-25. Recuperado desde:

<http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/391/875>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia Digital**.





Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano en bus de la ciudad de Ambato

Evaluation of the quality of the urban transport service by bus of the city of Ambato

José Luis Llamuca Llamuca.¹ & Gustavo Javier Aguilar Miranda.²

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.392>

Resumen.

Esta investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio de transporte urbano en bus de la ciudad de Ambato, medida desde la perspectiva del cliente. Este estudio se fundamentó en un enfoque cualitativo, con un proceso deductivo y analizó la realidad objetiva, el alcance fue descriptivo y correlacional, se trabajó con una muestra de 384 usuarios del servicio de transporte, se combinaron los métodos analítico y sintético. Los resultados alcanzados, han permitido visualizar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte urbano de Ambato, considerando variables como: Servicio ofertado, Accesibilidad, Información, Tiempo, Atención al cliente, Confort, Seguridad e Impacto ambiental, concluyendo que en las ocho variables estudiadas el nivel de satisfacción esta, por debajo de 4 sobre 10; lo que implica que los usuarios están insatisfechos con el servicio de transporte urbano en bus en la ciudad de Ambato, por lo tanto le corresponde al GAD de Ambato, apoderarse de la situación, y se emprenda en procesos de solución inmediatos, reprogramando rutas, y brindando mayor cobertura, así como también con el estudio de la flota vehicular, adecuación de vías y señales de tránsito y por otro lado exigiendo a las operadoras de transporte urbano en bus la corrección de sus procesos para enmendar las falencias detectadas en el servicio que prestan.

Palabras claves: transporte urbano, bus, calidad, servicio, evaluación.

¹ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, jose.llamuca@esPOCH.edu.ec

² Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba Ecuador, gustavo.aguilar@esPOCH.edu.ec

Abstract.

The objective of this research was to evaluate the quality of the urban bus service in the city of Ambato, measured from the customer's perspective. This study was based on a qualitative approach, with a deductive process and analyzed the objective reality, the scope was descriptive and correlational, we worked with a sample of 384 users of the transport service, the analytical and synthetic methods were combined. The results achieved have allowed to visualize the level of satisfaction of the users of the urban transport service of Ambato, considering variables such as: Service offered, Accessibility, Information, Time, Customer service, Comfort, Safety and Environmental impact, concluding that in the eight variables studied, the satisfaction level is below 4 out of 10; which implies that users are dissatisfied with the urban bus service in the city of Ambato, therefore it is up to Ambato's GAD to take charge of the situation, and undertake immediate solution processes, reprogramming routes, and providing greater coverage, as well as the study of the vehicle fleet, adaptation of roads and traffic signals and on the other hand requiring bus operators to correct their processes to correct the shortcomings detected in the service they provide.

Keywords: Urban transport, bus, quality, service, evaluation.

Introducción.

El transporte tiene relación muy estrecha con el desarrollo económico del país, así los servicios de transporte son importantes para el desarrollo de la sociedad, ya que el mismo hace posible el acceso a recursos, bienes, insumos etc. que de otra manera no serían asequibles por razones de distancia.

Por todo esto se puede considerar al transporte como el motor que dinamiza la economía de cualquier ciudad o país en general, en nuestro país el sector del transporte y almacenamiento representa aproximadamente un 7% del PIB (Hubenthal, 2010). Pero durante las últimas décadas ha tenido grandes problemas en el sistema de transporte público urbano para satisfacer las necesidades de la población que es de 14.306.876 habitantes, según los datos del último censo poblacional del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (INEC, 2010)

Por otra parte, el desmedido crecimiento del automóvil en el país ha provocado que la mayor parte de la población se transporte por este medio. Esto puede ser denotado en las cifras emitidas por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO) que indica que en 1990 había un total de 320.000 vehículos matriculados, en el año 1998 eran unos 590.000 y en el 2008 eran aprox. 990.000. Según el MTO (Publicas, 2009), el crecimiento ha sido más fuerte por lado de los vehículos destinados para el transporte de personas en

comparación a los vehículos para el transporte de carga, de ahí puede determinarse que ha existido un incremento significativo en relación a la movilidad individual.

Ya en el contexto local, la ciudad de Ambato cuenta con una población según el INEC (Censos, 2010) de 382.941 habitantes, ubicándose en la quinta cantón más poblado del Ecuador. Esta población es atendida por un sistema de transporte público urbano que está conformado por cinco empresas privadas con una flota de 433 buses convencionales, dando cobertura con un total de 22 rutas que permiten la movilidad de los ambateños en las nueve parroquias urbanas de la ciudad y diez parroquias rurales.

Actualmente el sistema de transporte público urbano en la ciudad de Ambato, al igual que en la gran mayoría de las ciudades medias y pequeñas del país presenta graves problemas en la prestación del servicio, tanto en la parte operacional como en la administración del servicio no hay una estructura adecuada que permita brindar un servicio público de calidad, ello ha ocasionado que este servicio sea lento, inseguro, contaminante y por el otro lado quienes prestan el mismo tengan una baja rentabilidad financiera.

Además, en la actualidad, otro factor que complica al sistema de transporte público urbano de Ambato es la competencia aguda generada por el mayor uso del automóvil privado, ya que partir del año 2000 los bajos porcentajes de inflación y el esquema de dolarización permitieron recuperar el poder de compra de la población. A partir de 2007 el incremento del salario real aumenta en velocidad (BCE, 2013), acompañado este escenario a la facilidad de acceso al crédito ocasiono una creciente motorización lo que provocó menores ingresos para las empresas privadas prestadoras del servicio.

Por último, la transferencia de las competencias de transporte y tránsito del país hacia los Municipios sin un análisis correcto de la capacidad y experiencia de los nuevos administradores del transporte ha ocasionado que no se defina políticas claras respecto al manejo de los recursos para fortalecer y definir estrategias que vayan a mejorar al sistema de transporte público urbano.

En este sentido, la eficacia y la eficiencia del transporte urbano representan un reto trascendental. Es necesario proporcionar un transporte público eficaz, rápido, seguro y económico, a la vez que paliar o cuando menos minimizar los problemas de congestión y coordinación de tráfico (Sánchez, Carrasco, y Sánchez, 2014).

Frente a esta problemática es relevante la investigación a realizarse para medir la calidad del servicio que ofertan las operadoras del sistema de transporte urbano, para mejorar las condiciones en la entrega del servicio de transporte público urbano hacia la ciudad de Ambato.

Desarrollo.

En la actualidad, el sistema de transporte público urbano ocupa un papel esencial en la vertebración económica y social de las ciudades y núcleos poblacionales de todo el mundo y también en nuestro país.

El crecimiento poblacional genera necesidades básicas a ser cubiertas por quienes dirigen los pueblos, los sistemas de urbanización que se originan en función de los requerimientos de los habitantes de una ciudad trae como consecuencia la necesidad de movilidad, al encontrarse las instituciones educativas los comercios la banca así como los organismos estatales generalmente en la zona central de las ciudades obliga a que la población en busca de acceder a los servicios que brindan estas instituciones provoca un movimiento masivo diario de dichas personas.

La limitada calidad en la prestación del servicio de movilidad, que a lo largo del tiempo han proporcionado los actores de este sistema, unido a la creciente demanda, ha provocado en las autoridades locales la búsqueda de alternativas hacia una mejor operatividad del servicio.

En este sentido, un trabajo significativo es el de Silva y Torres en su tesis “Calidad del servicio de transporte urbano en la ciudad de Cuenca”, el mismo que tiene como objetivo determinar los factores preponderantes de la calidad del transporte urbano de pasajeros, y presenta una propuesta para el mejoramiento de la calidad del servicio del transporte urbano de la ciudad de Cuenca (Silva & Torres, 2017).

Gabriel Morán, en su tesis: “Análisis de la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario”, ejecutado en 2016, concluye que la calidad del servicio de transporte urbano en la ciudad de esmeraldas presenta múltiples deficiencias debido a la falta de evaluaciones al servicio en casi sesenta años de utilización, siendo el trato recibido por parte de los choferes y cobradores la mayor queja que presentan los usuarios. (Morán, 2016)

Gestión de la Movilidad.

Desde el punto de vista organizativo, se puede afirmar que cada vez es mayor la relación e interdependencia entre la gran ciudad y los municipios dentro de su área de influencia, por lo que se debe prestar especial atención al transporte urbano, interurbano o metropolitano. En palabras de Giménez y Capdevila (2004, pág.2), el sistema de transporte desarrolla sus estructuras técnicas sobre un territorio fragmentado institucionalmente, de manera que los ámbitos territoriales de las redes de transporte y de las instituciones político-administrativas que ejercen el poder no siempre coinciden. Esto es más evidente a escala urbana y regional

puesto que los patrones de movilidad han cambiado de manera muy significativas en las últimas décadas, mientras que los reajustes institucionales han sido mínimos.

Asimismo, el transporte tiene un papel fundamental en el crecimiento económico de las ciudades, no sólo por la importancia del sector en sí mismo (personas empleadas, productividad, etc.) sino por ser una actividad complementaria al resto de los sectores (industria, comercio, turismo) y por su impacto medioambiental y social de las ciudades (Arroyo, 2008, pág. 51).

El momento de la planificación urbanística es el período idóneo para el cálculo de todas las redes, de abastecimientos, redes de eliminación de residuos y, cómo no, las redes de movilidad. En concreto, habrá que identificar la movilidad que se generará estudiando conjuntamente los modos de transporte existentes: peatones, bicicletas, los distintos tipos de transporte público, vehículos privados y mercancías. Todo lo que no sea un diseño a priori de las redes de movilidad, llevará consigo un aumento de los costes en solucionar los problemas y efectos que no se hayan calculado con anterioridad (Dombriz, 2009, págs. 4-9).

Así pues, el diseño de las ciudades debe ser resultado de la planificación urbanística y estar directamente relacionado con la movilidad de viajeros y mercancías que se desarrollan en ellas.

No serán iguales los desplazamientos de personas y mercancías en las ciudades donde los centros de trabajo, ocio y estudios estén concentrados con un alto nivel de densidad, que los núcleos urbanos donde los usos están más distanciados.

En el primer tipo de ciudades las necesidades de movilidad vienen satisfechas por un transporte público eficiente y por continuos desplazamientos a pie o en bicicleta. Por el contrario, las ciudades dispersas han dado lugar a un modelo de movilidad caracterizado por el uso excesivo de los vehículos privados, a veces por necesidad ya que no hay transporte sustitutivo, o bien por comodidad, ya que la primera variable es el tiempo utilizado en los desplazamientos.

El modelo elegido en la mayoría de las ciudades ecuatorianas se basa en la idea de segregación: centros donde se hacen oficinas, polígonos industriales, grupos de viviendas, centros comerciales y de ocio, etc., donde el medio de transporte por excelencia es el vehículo particular. No existen ningún tipo de limitaciones ni para el uso ni para el consumo de los combustibles derivados del petróleo. El abuso en el uso del coche propio lleva consigo una serie de impactos o externalidades en la colectividad. Estos impactos son, en su mayoría, costes que la sociedad debe soportar (congestión, contaminación y

ocupación del suelo, entre otras) y que, por tanto, se hace necesaria su consideración y valoración.

Calidad del Servicio.

Para definir la calidad de las empresas y su gestión en los servicios que prestan, es importante analizarla desde la perspectiva del usuario, es decir cuál es la opinión que él tiene respecto de los servicios en este caso que la empresa oferta y así conocer si sus necesidades están satisfechas.

Al respecto, (Domínguez H. , 2006) considera que la calidad tiene que ver con la fiabilidad que se tiene hacia una empresa, cuando ésta presta un servicio. En este sentido, la confianza que el cliente tiene respecto de la empresa determina si existe o no calidad en el servicio ofertado.

Gutiérrez, explica que para entender el concepto de calidad de servicio se deben conocer primero los conceptos de calidad, servicio y cliente por separado. Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio; volverá a elegirlo tantas veces como lo precise en el transcurso de su vida, por lo que el tener una calidad en el presente influye en la visión que se forja de la organización en el futuro, sobre todo en el área de servicios, donde lo que se ofrece es un bien intangible, en consecuencia lo que influye es la idea que nuestros clientes y potenciales clientes tengan del servicio ofrecido. (Gutiérrez, 2010).

\Una visión actual del concepto de calidad indica que calidad es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido. (Gutiérrez, 2008)

Siguiendo la misma línea, la Norma Europea UNE-EN 13816 sobre calidad en el transporte público de pasajeros (Fundación CETMO, 2006) menciona que la calidad del servicio objetivo es el nivel de calidad que el operador y el titular del servicio tienen por objetivo ofrecer a los clientes, se define en función del nivel de calidad esperado por los clientes.

El transporte de calidad

El transporte público servicio fundamental en nuestra sociedad es una de las actividades más directamente relacionadas con la calidad de vida de los ciudadanos la norma europea EN 13816 (Ver Tabla 1) de transporte público de pasajeros proporciona directrices a los operadores para que sea de calidad en la prestación de sus servicios con el fin de satisfacer las expectativas de sus clientes los compromisos de calidad deben asumirse en ocho

ámbitos: tiempo, confort, información, accesibilidad, seguridad, servicio ofertado, atención al cliente, e impacto ambiental. (Comité Europeo de Normalización, 2006)

Tabla 1. Criterios de calidad según la norma UNE-EN 13816.

CRITERIOS DE CALIDAD DE LA NORMA UNE-EN 13816	
Nivel 1	Nivel 2
1. Servicio Ofertado	Modos de transporte
	Red
	Explotación
	Adecuación a las necesidades
	Fiabilidad del servicio
2. Accesibilidad	Accesibilidad externa
	Accesibilidad interna
	Expedición/adquisición de títulos de transporte
3. Información	Información general
	Información relativa al viaje en condiciones normales
	Información relativa al viaje en condiciones anormales
4. Tiempo	Duración del viaje
	Cumplimiento de horarios
5. Atención al cliente	Compromiso
	Relación con los clientes
	Personal
	Asistencia
	Adquisición de títulos de transporte
6. Confort	Funcionalidad del equipamiento
	Asientos y espacios para los pasajeros
	Confort del viaje
	Condiciones ambientales
	Instalaciones complementarias
	Ergonomía
7. Seguridad	Protección contra agresiones
	Prevención de accidentes
	Gestión de situaciones de emergencia
8. Impacto ambiental	Contaminación
	Recursos naturales
	Infraestructuras

Fuente: (Comité Europeo de Normalización, 2006)

Metodología.

La metodología de trabajo aplicada en la presente investigación se basa principalmente en la Norma Europea UNE-EN 13816 sobre calidad en el transporte público de pasajeros (Fundación CETMO, 2006), con la aplicación de medidas estadísticas que permitan identificar, determinar, promediar, agrupar y condensar la información en parámetros o estimadores a todas las variables que contiene la norma en esta modalidad de servicio.

Para ello se estableció las siguientes etapas:

- Recopilación de datos en campo e información primaria
- Tabulación y procesamiento de la información
- Análisis de los resultados

Cada una de estas etapas contempló varias actividades específicas que permiten obtener ya sea una tendencia o la información respectiva de una o más variables incidentes en la investigación realizada.

El tamaño de muestra de acuerdo con las recomendaciones nacionales e internacionales (MTOPI, 2010) se determinó a partir de la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

La muestra calculada con los datos correspondientes a la población del cantón Ambato de 382.941 habitantes, de acuerdo con la fórmula aplicada fue de 384 encuestas, las cuales se aplicaron a los usuarios del servicio de transporte urbano en bus de las nueve parroquias urbanas y diez parroquias rurales de la ciudad de Ambato, los mismos que se movilizan en las cinco operadoras de transporte urbano de la ciudad: Cooperativa Tungurahua, Unión Ambateña, Libertadores, Jerpazol, Vía Flores de la ciudad.

La tabulación y procesamiento de la información se lo realizó en tablas y gráficos con la ayuda del Programa Microsoft Excel.

Resultados.

Evaluación de la calidad del servicio

El objetivo del presente estudio es evaluar la calidad del servicio de transporte urbano en bus de la ciudad de Ambato, desde la percepción ciudadana, para lo cual se considera los **Criterios de calidad según la norma europea UNE-EN 13816** cuyo fin es satisfacer las expectativas de los clientes, por lo tanto, la calidad debe analizarse en ocho ámbitos:

tiempo, confort, información, accesibilidad, seguridad, servicio ofertado, atención al cliente, e impacto ambiental.

Los resultados de la investigación arrojaron los siguientes datos:

Servicio ofertado.

Pregunta 1. Utiliza usted el transporte urbano en bus.

Gráfico 1. Utiliza usted el transporte urbano en bus.

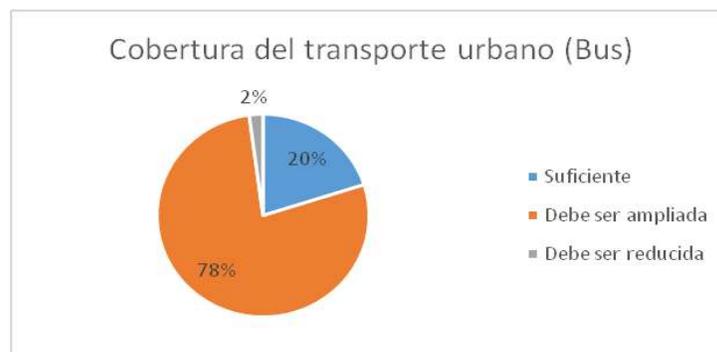


Fuente: Elaboración propia.

Análisis: Del total de encuestados, el servicio de transporte en bus lo utilizan un 60% frecuentemente, mientras que el 35 por ciento lo hace ocasionalmente, y el 5 % no utiliza, lo que demuestra que la mayoría de población hace uso de este sistema para movilizarse independientemente de que el servicio le represente mayor tiempo de traslado coma así como los consecuentes riesgos , pues a decir de los encuestados el servicio no prestan la seguridad necesaria, por lo que parte de la población ha optado por la compra de su vehículo particular agravando la condición de movilidad.

Pregunta 2. Considera que la cobertura del transporte urbano en bus es:

Gráfico 2. Cobertura del transporte urbano bus.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: La percepción ciudadana con respecto a la cobertura del servicio, en un 78% consideran qué debe ser ampliada, el 20% manifiestan que es suficiente y el 8 % qué debe ser reducida. La ciudad permanentemente crece, consecuentemente las urbanizaciones han generado la necesidad de movilización, por lo que requiere de una mayor cobertura hacia estas zonas que por lo general son lejanas, por lo tanto, es necesario que se re programe las rutas ya que muchos ciudadanos deben tomar 2 o más buses para llegar a sus destinos.

Pregunta 3. El número de unidades que brindan el servicio de transporte es:

Gráfico 3. Número de unidades.

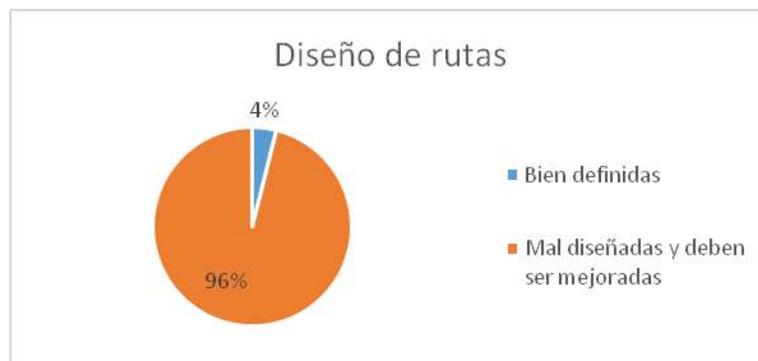


Fuente: Elaboración propia.

Análisis: La percepción ciudadana con respecto al número de unidades que brindan el servicio de transporte urbano, en un 70% consideran qué es insuficiente y debe ser ampliado, el 22% manifiestan que es el adecuado para el número de usuarios, y el 8% cree que es demasiado y debe reducirse.

Pregunta 4. Las Rutas que usted toma generalmente están:

Gráfico 4. Diseño de ruta.

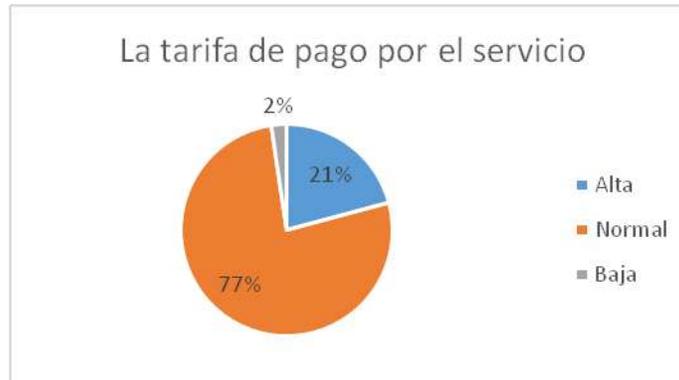


Fuente: Elaboración propia.

Análisis: Del total de encuestados, el 96 % manifiestan que las rutas están mal diseñadas y deben ser mejoradas y el 4% dice que están bien definidas.

Pregunta 5. La tarifa que paga por el uso del servicio de transporte urbano en Bus es:

Gráfico 5. Tarifa de pago por el uso del servicio de transporte.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 77% de encuestados, manifiesta que la tarifa es normal y está bien definida, el 21% manifiesta que la tarifa es alta y debe modificarse, y el 3% piensa que es baja y que se debería subir.

Accesibilidad

Pregunta 6. La accesibilidad que proporcionan los buses, para niños, mujeres embarazadas, adultos mayores y discapacitados es:

Gráfico 6. Inclusión a grupos vulnerables.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: Del total de encuestados, el 77 % manifiestan que la accesibilidad para grupos vulnerables en los buses es mala, o que no existe, el 12 % considera que es regular, el 7% considera que si es buena la accesibilidad que brindan las unidades de transporte, y el 4% cree que es muy bueno.

Información.

Pregunta 7. La información relativa al viaje, que le proporcionan en las paradas y en los buses es:

Gráfico 7. Información sobre el viaje en las paradas y buses.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: Del total de encuestados, el 76 % responde que la información relativa al viaje en paradas y buses es mala, el 13% manifiesta que es regular, el 7% que es buena y el 4% que es muy buena.

Tiempo.

Pregunta 8. El tiempo que tarda en su recorrido (Ruta) desde su origen a su destino es:

Gráfico 8. Tiempo en ruta.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 60 % de encuestados, manifiestan el tiempo en ruta es malo o que se demora mucho, el 17% manifiestan que es regular, el 14% que es un buen tiempo y el 9% que el tiempo en ruta es muy bueno o relativamente rápido.

Atención al cliente.

Pregunta 9. El trato recibido por parte de choferes y cobradores es:

Gráfico 9. Calificación del trato recibido por parte de choferes y cobradores.



Fuente: Elaboración propia

Análisis: Del total de encuestados, el 53% manifiestan que el trato recibido por parte de los choferes y cobradores es malo, el 32% cree que es regular, el 9% que es bueno y el 6% que es muy bueno.

Pregunta 10. Beneficios que quisieran obtener los usuarios del servicio de transporte en Bus:

Gráfico 10. Expectativas del usuario.



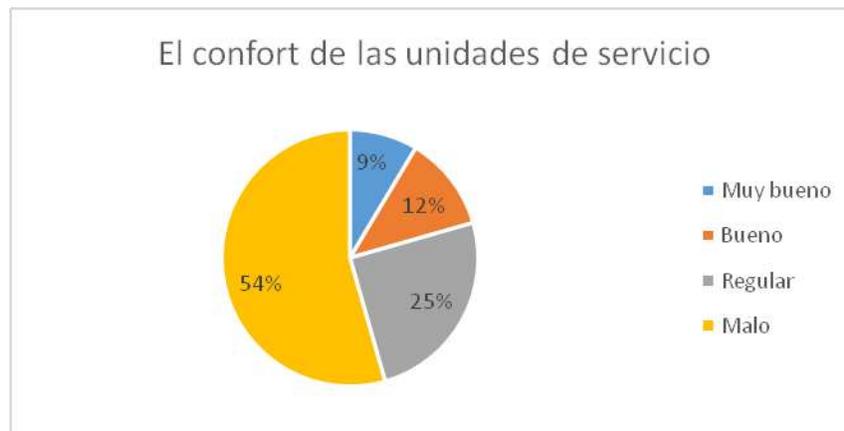
Fuente: Elaboración propia

Análisis: Del total de encuestados, el 81% manifiestan que el buen trato es el criterio más valorado por los usuarios del sistema de transporte, luego con un 5% valoran el tener un asiento disponible, el 4% requieren seguridad, el 3% información relativa al viaje, el 2% requieren Accesibilidad para grupos vulnerables y el último 2% solicitan una buena conducción de la unidad de transporte.

Confort

Pregunta 11. El confort que prestan las unidades de servicio de transporte a los pasajeros es:

Gráfico 11. El confort que prestan las unidades de servicio.

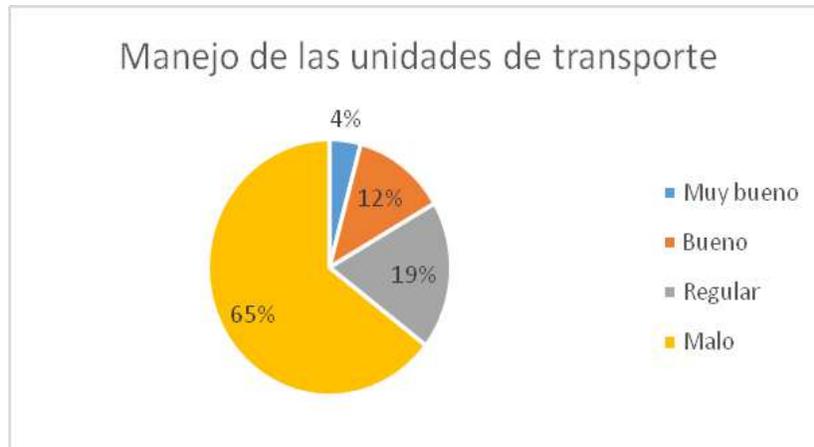


Fuente: Elaboración propia

Análisis: Con respecto al confort que prestan las unidades de transporte, el 54% manifiestan que es malo, el 25% que es regular, el 12% que es bueno y el 9% de usuarios manifiesta que es muy bueno o le brinda todas las condiciones que requieren.

Pregunta 12. El manejo de las unidades de transporte (Bus), por parte de los choferes es:

Gráfico 12. Manejo adecuado de las unidades de transporte.



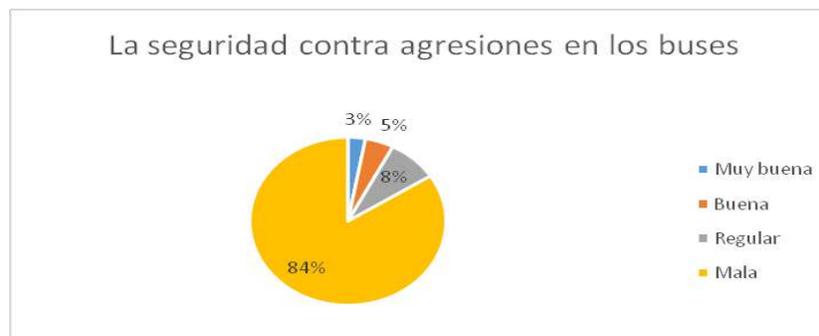
Fuente: Elaboración propia.

Análisis: Del total de encuestados, el 65% manifiestan que el manejo de las unidades de transporte por parte de los choferes es malo, el 19% cree que es regular, el 12% manifiesta que es bueno, y el 4% manifiesta que es muy bueno.

Seguridad.

Pregunta 13. La seguridad en contra agresiones en los buses es:

Gráfico 13. La seguridad contra agresiones.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: el 84% de usuarios del servicio de transporte cree que la seguridad en contra de agresiones en el bus es mala o no existe, el 8% manifiesta que es regular, el 5 % que es buena, y el 3% que es muy buena la seguridad al interior del bus.

Impacto ambiental.

Pregunta 14. Las unidades que operan actualmente en el servicio de transporte generan contaminación ambiental, como emisión de gases, ruido excesivo, olores, etc.

Gráfico 14. Contaminación ambiental.



Fuente: Elaboración propia

Análisis: Del total de encuestados, el 92% manifiestan que las unidades que operan actualmente en el servicio de transporte generan contaminación ambiental, mientras que el 8% restante cree que los buses no generan contaminación.

Nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte urbano de buses de la ciudad de Ambato.

El nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte urbano en buses de la ciudad de Ambato se midió aplicando la fórmula de Thomson (2005), que expresa, que el nivel de satisfacción es igual al rendimiento percibido menos las expectativas.

Se considera una expectativa como elevada cuando el porcentaje de referencia que indicaron los usuarios el servicio supere el 50%, si el porcentaje se ubica entre el 20% y 50% la expectativa será moderada, y en el caso de ser inferior al 20%, será considerada como baja.

Las principales variables consideradas para medir el nivel de satisfacción de los usuarios fueron Accesibilidad, Información relativa al viaje, tiempo en ruta, Atención al cliente, Confort, seguridad.

Otras variables importantes que no fueron consideradas para medir el nivel de satisfacción de los usuarios debido a la dificultad que para esto representa esta medición son impacto ambiental y servicio ofertado. Sin embargo, en la discusión se incorporan estas variables con la finalidad de presentar los diferentes criterios estudiados.

En torno a este enunciado se detallan en la tabla 2 los indicadores del nivel de satisfacción del servicio de bus, cabe indicar que la media de nivel de satisfacción es igual a 2,93 sobre 10.

Según estos indicadores, la prioridad del servicio o las variables de calidad que el usuario considera de mayor importancia son la Atención al cliente, el Confort, la Seguridad que le da viajar en un bus; La información relativa al viaje, El tiempo en ruta y la accesibilidad.

Tabla 2: Indicadores del nivel de satisfacción del servicio de Transporte en bus.

VARIABLES	Nivel de Satisfacción (/10)
Accesibilidad	
La accesibilidad que proporcionan los buses, para niños, mujeres embarazadas, adultos mayores y discapacitados es	2,89
Información	
La información relativa al viaje, que le proporcionan en las paradas y en los buses es	2,89
Tiempo	
El tiempo que tarda en su recorrido (Ruta) desde su origen a su destino es	3,67
Atención al cliente	
El trato recibido por parte de choferes y cobradores es:	1,5
Confort	
El confort que prestan las unidades de servicio de transporte a los pasajeros es.	3,7
El manejo de las unidades de transporte (Bus), por parte de los choferes es	3,29
Seguridad	
La seguridad en contra agresiones en los buses es	2,6

Fuente: Elaboración propia

Si analizamos la tabla 2, podemos mencionar que el nivel de satisfacción por parte de los usuarios del sistema de transporte público de la ciudad de Ambato es relativamente bajo, si se considera la escala de Tomson, que dice:

Una puntuación entre 8 y 10 el cliente está complacido, entre 5 y 7 el cliente está satisfecho y un valor igual o menor a 4 es un cliente insatisfecho.

Analizando al detalle, se puede mencionar que los usuarios del servicio de transporte urbano en bus de la ciudad de Ambato, en la variable accesibilidad tienen un nivel de satisfacción del 2,89 sobre 10 lo que implica que en esta variable los usuarios están insatisfechos.

En lo que corresponde a la variable información el nivel de satisfacción es de 2,89 lo que implica que los usuarios del servicio de transporte urbano en bus están insatisfechos con respecto a este tema.

En la variable tiempo se puede apreciar que el nivel de satisfacción es de 2,67 por lo tanto el nivel de satisfacción del usuario en promedio es insatisfecho.

La variable Atención al Cliente, es la más baja de toda la tabla llegando a un nivel de satisfacción de 1,5 sobre 10 lo que significa que la cliente esta, insatisfecho.

Si analizamos el confort que prestan las unidades de transporte, se alcanza un 3,7 sobre 10 lo que implica que el usuario está inconforme o insatisfecho, y por último en la variable seguridad se alcanza un nivel de satisfacción de 2,6 que representa una insatisfacción por parte del usuario.

Conclusiones.

- Para medir la calidad del servicio de transporte se aplicó los criterios de calidad según la norma europea UNE-EN 13816, estas variables, nos permitieron determinar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte urbano de Ambato, llegando a determinar que en las ocho variables estudiadas el nivel de satisfacción está, por debajo de 4 sobre 10; lo que implica que los usuarios están insatisfechos con el servicio de transporte en bus.
- Los resultados de la investigación evidencian ampliamente la situación actual del sector de la transportación, y la consecuente necesidad de trabajar en procesos de corto, mediano y largo plazo en la temática, con objetivos claros y concisos que aporten en cambios de comportamiento, exigiendo la implementación de estrategias de mejora y un continuo monitoreo y evaluación de los impactos de dichos procesos.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato, debe ser quien se apodere de la situación, y se emprenda en procesos de solución inmediatos, reprogramando rutas, y brindando mayor cobertura, así como también con el estudio de la flota vehicular,

adecuación de vías y señales de tránsito y por otro lado exigiendo a las operadoras de transporte urbano en bus la corrección de sus procesos para enmendar las falencias detectadas en el servicio que prestan.

Referencias bibliográficas.

- Arroyo, A. C. (2008). La política común de transportes: origen y evolución en Europa del transporte público por carretera. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XLI, (págs. 49-68).
- BCE, B. C. (2013). *Estadísticas Macroeconómicas*. Quito: BCE.
- Censos, I. N. (2010). *Proyecciones de la población ecuatoriana por años, según cantones*. Quito: INEC.
- Comité Europeo de Normalización. (2006). *Criterios de calidad según la norma UNE-EN 13816*. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/5960/13.pdf?sequence=15&isAllowed=y>
- Dombriz, M. A. (2009). Urbanismo y movilidad: dos caras de la misma moneda. *Revista Ingeniería y Territorio*, núm. 86, 4-9.
- Domínguez, H. (2006). *El servicio invisible : fundamento de un buen servicio al cliente*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Figuroa, O. (2005). Transporte urbano y globalización. Políticas y efectos en América Latina. *Eure*, 41-53.
- Fundación CETMO. (2006). *Ministerio de Fomento España. Norma Europea*. Obtenido de Manual de Apoyo para la Implantación de la Gestión de la calidad según Norma UNE-EN 13816: https://www.fomento.gob.es/recursos_mfom/pdf/6336A739-3BBF-426C-AD69-1F3C59833A19/25583/Cap1ElmodelodecalidadsegunUNEEN13817.pdf
- Gutiérrez. (2008). *Administrar para la calidad: conceptos administrativos del control total de la calidad*. México: Limusa S.A de C.V.
- Gutiérrez. (2010). *Calidad total y productividad*. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Gutiérrez, A. (2009a). Movilidad o inmovilidad: ¿Qué es la movilidad?. Aprendiendo a delimitar los deseos. In *XV Congreso Latinoamericano de Transporte Público y Urbano*. [CD-Rom]. Buenos Aires.
- Gutiérrez, A. (2010). Movilidad, transporte y acceso: una renovación aplicada al ordenamiento territorial. *Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Vol. XIV, núm. 331 <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-331/sn-331-86.htm>>, 4.
- Hernández, R. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hubenthal, A. (2010). *Evaluación del sector transporte en Ecuador con miras a plantear medidas de mitigación al Cambio Climático*. Quito: Programa de la ONU.
- INEC. (2010). *V Censo Poblacional y Vivienda*. Quito: INEC.

- MDMQ. (2009). *Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Plan MAestro de Movilidad para el Distrito Metropolitanode Quito*. Obtenido de <file:///C:/Users/C&DSYSTEMS/Downloads/LFLACSO-01-DMQ.pdf>
- Morán, G. (2016). *ANÁLISIS A LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE URBANO DE BUSES EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS DESDE LA ÓPTICA DEL USUARIO*. Esmeraldas. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/702/1/MORAN%20VILLAFUERTE%20%20GABRIEL.pdf>
- MTOP. (2010). *Manual para estudios de origen y destino de transporte de pasajeros y mixto en áreas municipales distritales y metropolitanas*. Quito: Registro Oficial.
- Publicas, M. d. (2009). *Estadísticas del Transporte en el Ecuador*. Quito.
- Silva, N., & Torres, C. (2017). *Calidad del servicio del transporte urbano en la ciudad de Cuenca*. Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14263/1/UPS-CT007011.pdf>
- Thomson, I. (2005). *La satisfacción del cliente*. Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

Para citar el artículo indexado.

Llamuca J. & Aguilar G. (2019). Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano en bus de la ciudad de Ambato., *Revista electrónica Ciencia Digital* 3(2), 26-46. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/392/87>
[6](#)



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia Digital**.





Factores que determinan la viabilidad de los emprendimientos.

Factors that determine the viability of the ventures

José Gabriel Pilaguano Mendoza.¹, Homero Eudoro Suárez Navarrete.², Marcelo Eduardo Sánchez Salazar.³ & William Patricio Cevallos Silva.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.393>

Resumen.

La propuesta permite determinar que los emprendimientos aportan al desarrollo económico, el presente estudio permitirá construir un proceso concertado con el aporte de las capacidades y derechos ciudadanos en ámbitos territoriales y político-administrativos, abarcará la construcción de unidades de planificación, de diseño de estrategias y proyectos de desarrollo con base en los recursos, necesidades e iniciativas locales. Este proceso incorpora las dinámicas del desarrollo sectorial, funcional y territorial, que se emprenden desde el Estado, las organizaciones sociales y la empresa privada en el territorio. Los emprendimientos son de forma integral; es decir, incorpora en el diseño de sus planes al conjunto de dimensiones presentes en el territorio: social, económico, ambiental. Por ello, iniciar emprendimientos de desarrollo local debe permitir favorecer el crecimiento económico, la democracia política y el progreso social, de modo que se vaya alcanzando un desarrollo humano sostenible. Es un proceso que promoverá el gobierno local en alianza con otros agentes, con el propósito de ampliar la base económica local, acumulando y capitalizando sus excedentes, fortaleciendo el tejido económico y generando el desarrollo

¹ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, gpilaguano@esPOCH.edu.ec

² Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, h_suarez@esPOCH.edu.ec

³ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, marcelo.sanchez@esPOCH.edu.ec

⁴ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, patricio.cevallos@esPOCH.edu.ec

de un entorno competitivo, que posibilite el desarrollo de las empresas, la generación de empleo local y luchar de manera efectiva contra la pobreza.

Palabras claves: ciencias económicas y administrativas, proyecto de factibilidad, desarrollo económico, emprendimientos.

Abstract.

The proposal allows to determine that the enterprises contribute to economic development, the present study will allow building a concerted process with the contribution of the capacities and citizen rights in territorial and political-administrative spheres, it will cover the construction of planning units, strategy design and development projects based on local resources, needs and initiatives. This process incorporates the dynamics of sectoral, functional and territorial development, which are undertaken by the State, social organizations and private companies in the territory. The ventures are of integral form; that is, it incorporates in the design of its plans the set of dimensions present in the territory: social, economic, environmental. For this reason, initiating local development projects must allow economic growth, political democracy and social progress to be fostered, so that sustainable human development can be achieved. It is a process that will promote the local government in alliance with other agents, with the purpose of expanding the local economic base, accumulating and capitalizing its surpluses, strengthening the economic fabric and generating the development of a competitive environment, which enables the development of companies, the generation of local employment and fight effectively against poverty.

Keywords: Economic and administrative sciences, project of feasibility, economic development, entrepreneurships.

Introducción.

Para conocer sobre posibles propuestas de emprendimientos es indispensable conocer el concepto sobre DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL según Francisco Albuquerque quien manifiesta “Es un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local, que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos (internos) existentes en una determinada zona, es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local”.

Con la ejecución de la propuesta se pretende mejorar la calidad de vida de la población del territorio a través de la implementación de acciones conjuntas que ayuden a la generación del empleo, al fortalecimiento de micro y pequeñas unidades productivas, asociaciones, innovación tecnológica, redes de cooperación, redes de comercialización, formación del recurso humano y que conlleve al crecimiento económico de la población.

El enfoque de Desarrollo Económico Local, promueve una gestión en la que los emprendimientos deben desarrollar alternativas económicas que permitan trascender de las tradicionales competencias que las asocian a entidades meramente prestadoras de servicios (limpieza, mataderos, administración de mercados, construcción de infraestructura o equipamiento vial y social) para asumir un rol de promotores del desarrollo integral y la dinamización de sus economías.

Desarrollo.

Concepto de proyecto

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera. (Baca U, 2010, pág. 2)

Importancia de la elaboración de proyectos

La ejecución de proyectos productivos constituye el motor del desarrollo de una región o país, razón por la cual las instituciones financieras del orden regional, nacional e internacional tienen como objetivos la destinación de recursos para la financiación de inversiones que contribuyen a su crecimiento económico y beneficios sociales. (Padilla, 2011, pág. 5)

Tipos de proyectos

Existen diferentes tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras al desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados, así:

- Dependientes
- Independientes
- Mutuamente excluyentes
- Productivos
- De infraestructura económica
- De infraestructura social
- Proyectos de inversión privada
- Proyectos de inversión pública.
- Proyectos de inversión social

- Creación de nuevas unidades de negocios o empresas
- Cambios en las unidades de negocios existentes
- Proyectos de infraestructura
- Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales (Padilla C, 2011, págs. 5-15)

Proyecto de inversión

Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización (Padilla C, 2011, pág. 2)

Estudio de factibilidad

Según Sapag (2011) manifiesta que “El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto”. (pág. 20)

Ciclo de vida de los proyectos

El ciclo de vida de un proyecto de inversión se inicia con un problema originado en una necesidad, a la cual debe buscársele solución coherente, generalmente, los proyectos de inversión atraviesan por cuatro grandes fases: pre inversión, inversión operación, y evaluación de resultados. (Padilla C, 2011, pág. 2)

Estudios que integran un proyecto de inversión

- Estudio de mercado
- Estudio de técnico
- Estudio administrativo – legal
- Estudio financiero
- Evaluación económica.
- Evaluación ambiental (Lara, 2011, págs. 19-20)

Estudio de mercado

Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca U, 2010, pág. 7)

Definición de mercado

Según Lara (2011) manifiesta que “ el mercado es el lugar físico o virtual donde se reúnen compradores llamados demandantes y vendedores denominados ofertantes, para realizar transacciones de compra y venta de bienes y servicios que satisfagan necesidades” (p.29).

Demanda

Según Lara (2011) “es la suma de las adquisiciones de un bien o servicio por parte de las personas físicas y/o jurídicas, para satisfacer sus necesidades” (pag.31)

Segmentación del mercado

Es determinar las características (edad, sexo, raza, ubicación, ingresos) de los mercados y dividirlos en varias variables. Es una de las herramientas de mercadotecnia que nos permite realizar un análisis del mercado, en donde, un universo heterogéneo, es dividido en grupos con al menos una característica homogénea. Ejemplo: mujeres, ecuatorianas, que vivan en ciudades de más de 1 millón de personas, que tengan entre los 15 a 49 años. (Lara, 2011, pág.48)

Oferta

Según Baca (2010) “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (p.41).

Determinación de la demanda potencial insatisfecha

Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Baca U, 2010, pág. 43)

Estudio financiero

En el estudio económico financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto. El estudio económico financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará. (Padilla C, 2011, pág. 186)

Inversiones de un proyecto

Se denomina inversiones a todos los gastos que se efectúan por unidad de tiempo para poder adquirir los factores productivos (mano de obra, materias primas y capital productivo y otros), necesarios para poder implementar el proceso productivo del bien o servicio, el mismo que generara beneficios, en el periodo establecido como vida útil del proyecto. (Lara, 2011, pág. 163)

Inversión fija o tangible

según Lara (2011) manifiesta que “son todo tipo de inversiones realizadas en bienes tangibles y duraderos para la operación y durante la vida útil del proyecto” (pag.164)., así tenemos compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria, equipos, aparatos, instrumentos, herramientas, muebles, enseres y vehículos.

Inversiones diferidas o intangibles

Según Padilla (2011) manifiesta que “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, etc.” (pág. 192).

Capital de trabajo inicial

Contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. (Padilla C, 2011, pág. 192)

Inversión total

Aquí se debe hacer una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de un cómputo de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y al capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto. (Padilla C, 2011, pág. 192)

Costos del proyecto

Según Lara (2011) manifiesta que “los costos son todos aquellos egresos de dinero que se deben realizar en un proyecto en el proceso de producción de un bien o servicio” (pag.177).

Gastos del proyecto

Según Lara (2011) manifiesta que “Son todos los egresos que se realizan en un proyecto y que no pertenecen a los procesos de producción, si no como elemento de apoyo a mismo, y también para la distribución y comercialización del mismo” (pag.183).

Gastos administrativos

Son todos los egresos que se realizan en la normal operación del proyecto y se refieren a todos los que se identifique con los procesos de administración del proyecto. Esto significa tomar en cuenta los gastos de planificación, control, evaluación, otro. Entre estos tipos de gastos tenemos: personal servicios contratados, impuestos fiscales y municipales, multas e interese, mantenimiento y reparaciones, seguros, amortizaciones, alquiler, gastos generales, comisiones, honorarios, otros. (Lara, 2011, pág. 184)

Gastos de ventas

Son todos los egresos que se destinan al proceso de vender los bienes y servicios producidos por las actividades propias del proyecto que se realiza en la normal operación dl mismo. Comprende las siguientes subcuentas: los costos de planificación y programación de ventas, promoción administración de ventas, publicidad, propaganda, marketing, expedición y envío, reclamos, atención al cliente, comisiones a vendedores. (Lara, 2011, pág. 188)

Gastos financieros

Según Córdova (2011) manifiesta que “contempla aquellos intereses que se originan en la financiación de las inversiones de la empresa y los resultados deficitarios durante la vida útil del proyecto” (pag.203).

Depreciación

Según Lara (2011) manifiesta que “es la pérdida del valor agregado de los activos fijos que sufren de su vida útil, por su desgaste normal, debido al uso de los mismos en el proceso de producción de un proyecto” (pag.193).

Ingresos

Según Lara (2011) manifiesta que “Son las entradas de dinero que el proyecto tiene, principalmente por las actividades normales de sus operaciones y a veces por otras actividades” (pag197).

Ingresos operacionales: son los ingresos que se producen por las actividades normales del proyecto.

Ingresos no operacionales: son aquellos producidos por actividades no operacionales del proyecto y generalmente son; intereses ganados por inversiones de tipo financiera, ventas de activos fijos a través del valor del salvamento. (Lara, 2011, pág. 198)

Punto de equilibrio

Según Baca (2010) manifiesta que “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables” (pág. 148).

Flujo de caja proyectado

Según Padilla (2011) manifiesta que “Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero”. (pág. 210)

Balance de situación inicial

Según Lara (2011) manifiesta que “Es importante establecer un balance de situación inicial proyectado al primer año de vida del proyecto, así como el estado de resultados, aunque no indispensable” (pag.213).

Estado de resultados

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. Esta definición no es muy completa, pues habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no sólo de la venta de los productos. (Baca U, 2010, pág. 150)

Evaluación financiera

Este tipo de evaluación mide el grado de rendimiento de la inversión a precios de mercados. Es la más común en todos los proyectos y muchas veces se confunde con la evaluación económica. La evaluación financiera se realiza específicamente en proyectos de inversión privada. (Lara, 2011, pág. 240)

Costo de oportunidad

El coste de oportunidad es el coste de la alternativa a la que renunciamos cuando tomamos una determinada decisión, incluyendo los beneficios que podríamos haber obtenido de haber escogido la opción alternativa. Por lo tanto, el coste de oportunidad son aquellos recursos que dejamos de percibir o que representan un coste por el hecho de no haber elegido la mejor alternativa posible, cuando se tienen unos recursos limitados (generalmente dinero y tiempo). El término coste de oportunidad también es denominado como “el valor de la mejor opción no seleccionada. (Pedrosa, 2017)

Valor actual neto (VAN)

Según Lara (2011) manifiesta que “Es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo, más los flujos de cada año, pero actualizados a una tasa referencial” (pag.143)

Según Lara (2011) en otra definición dice que “el VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (pag.143)

Tasa interna de retorno

Es la tasa que convierte al VAN en cero, esto significa que la totalidad de los flujos positivos actualizados son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos actualizados, lo que significa que es la tasa más alta que los inversionistas pueden pagar sin perder su dinero. (Lara, 2011, pág. 252)

Relación beneficio costo

Según Lara (2011) manifiesta que “Es la relación entre todos los ingresos en efectivo actualizado del proyecto dividido para los egresos de efectivo actualizados incluyendo la inversión. Este indicador se utiliza para medir el éxito del proyecto” (pág. 255).

Según Lara (2011) en otra conceptualización manifiesta que “La relación beneficio costo es el cociente entre los flujos descontados y la inversión inicial, a diferencia del VAN en lugar de restar o sumar los flujos de inversión realiza un cociente, por lo tanto, este indicador es un número” (pág. 255).

Periodo de recuperación de la inversión

Según Padilla (2011) manifiesta que “el PRI Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”. (Padilla C, 2011, pág. 234)

Resultados.

Luego del análisis de los resultados obtenidos y aplicando la metodología y el marco teórico descrito en la investigación, se permite realizar la determinación de variables, potencialidades y ejes que permitan emprendimientos de éxito y de desarrollo económico.

Matriz de potencialidades.

La técnica de investigación aplicada permitió determinar varios problemas y potencialidades que los actores locales, representantes de instituciones públicas y privadas tienen para el componente económico.

Tabla 1: Matriz de potencialidades Eje Económico

Económico		
Variables	Potencialidades	Problemas
Trabajo y Empleo	Disponibilidad de mano de obra calificada	Poco desarrollo industrial.
		Proveedores de servicios y de materias primas, sin valor agregado.
		Los profesionales formados en la ciudad migran para encontrar mejores oportunidades laborales.
		Incumplimiento de las empresas para la aplicación de la ley sobre inclusión laboral
Estructura productiva	Diagnóstico de necesidades primordiales en todo el país.	Ausencia de una política pública y resoluciones de desarrollo económico
Relación entre sectores económicos	Posibilidades de apalancamiento para los sectores primario y secundario.	Débil encadenamiento productivo entre los sectores con excesiva concentración de ingresos en un sólo sector.
Principales actividades económicas	Incorporación de valor agregado al sector primario, mediante la agroindustria, el desarrollo de tecnología.	Estrechos márgenes de ganancia.
Establecimientos económico-productivos	Existe una base considerable de establecimientos comerciales, los cuales deberían incorporar a su oferta productos locales.	Poco desarrollo industrial
Factores productivos	La mayoría de las unidades productivas agropecuarias	Elevar la productividad.

	facilita el desarrollo	
Seguridad y soberanía alimentaria	La población aún se alimenta con productos propios de la zona como productos orgánicos.	La producción orgánica y agroecológica para certificación.
Proyectos Estratégicos Nacionales	Centro de negocios	Proyectos estratégicos nacionales.
Infraestructura de apoyo a la producción	Al ser la capital de la provincia, Riobamba se convierte en el centro de acopio y comercialización de toda clase de productos.	Existe infraestructura para la comercialización (Mercado mayorista, mercados de la ciudad, plazas) sin embargo existe carencia de infraestructura.
Mercado de capitales y finanzas	Existe gran variedad de opciones de financiamiento para diversos estratos y segmentos de mercado, como cooperativas, banca pública y banca privada.	Existe una alta concentración de créditos en el sector comercial y muy pocas opciones para los emprendedores y empresarios.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Los Autores

FODA PARA EL DESARROLLO DE EMPREDIMIENTOS

Para conocer las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades es necesario conocer los aspectos relevantes en el desarrollo económico.

Tabla 2: Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Alianzas estratégicas con el sector público y privado	Retraso Tecnológico comparado a otras ciudades
Puesta en marcha de iniciativas locales a través de los GAD's.	Inexistencia de fuentes de empleo
Oferta abundante de capital humano	Concientización ecológica y cultural en la ciudadanía.
Tener las vocaciones económicas tales como: agricultura, ganadería, turismo, construcción, logística y transporte, manufactura	Falta de políticas públicas en beneficio de la colectividad
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Voluntad política para generar y poner en marcha nuevos proyectos	Injerencia política en la toma de decisiones
Avances tecnológicos a través de la academia	Insuficiente inyección de recursos por parte del Gobierno Central
Convenios internacionales para realizar pasantías y capacitaciones	Abandono de la Identidad cultural
Presencia de varias industrias locales y nacionales	Existencia de competitividad con otras ciudades del país

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Los Autores.

Las estrategias se articularán como eje principal en el Desarrollo Económico se constituye en la principal herramienta y guía para el sector Público, Privado, Financiero y Academia, es necesario realizar la articulación con los actores de cambio que son los encargados de impulsar este proceso y estos son tanto públicos como privados, y se resumen básicamente en las autoridades locales, universidades, cámaras empresarias, centros de formación, agencias de desarrollo local, bancos, cooperativas y otras.

Estos actores de cambio son importante y que transiten por estos procesos de generación de confianza que potenciarían su accionar., entre los actores de cambio del sector Público, Privado, Academia, Ongs, Instituciones Financieras, Institutos tenemos: Gobierno Autónomo Descentralizado, Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria; Agencia Reguladora de Control Sanitario, Agrocalidad, actores privados: las Cámaras de la Pequeña Industria, Comercio, Academia: Instituciones de Educación Superior, las ONGs, Instituciones Financieras.

A continuación, se detalla los ejes estratégicos para el desarrollo de emprendimientos que coadyuven al desarrollo económico.

Tabla 3: Ejes estratégicos para el desarrollo de emprendimientos

EJES ESTRATÉGICOS	PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS IMPULSORES	OBJETIVO
1.- Programa de industria e Innovación	1.- Centros de almacenamiento, y agregador de valor agroalimenticios, y derivados de lácteos.	Apalancar los sectores productivos agroalimenticios y derivados tratando de evitar la caída de precios y de competitividad de la zona.
	2.- Plan de Industrialización	Repotencializar la industria incentivando el desarrollo y procesamiento de nuevos productos.
	3.- Fomento a la manufactura	Desarrollar y empoderar los sectores primarios y secundarios para generar una fuente de productos de exportación y consumo interno con alto valor agregado.
2.- Programa de producción local y consumo responsable	4.- Estudio de las principales cadenas productivas	Determinar las cadenas productivas como base para el desarrollo de nuevos emprendimientos

	5.- Encadenamiento de productos turísticos urbano- rural.	Impulsar los proyectos de turismo del cantón promocionando el tránsito turístico urbano-rural.
	6.- Campaña del consumo responsable de los productos	Propender el consumo de productos de la zona a través de una campaña de promoción dirigida al conocimiento de sus beneficios.
3.- Programa de fomento al capital humano	7.- Programa de capacitación para los diferentes actores de la economía	Implementar técnicas de aprendizaje y aplicación de desarrollo social y solidario en los actores de la economía
	8.- Programa de innovación productiva para el fortalecimiento técnico y tecnológico	Insertar e incorporar el desarrollo tecnológico en las cadenas productivas
	9.- Bolsa de empleo	Generar nuevas formas y modos de empleo sustentables en el tiempo como na herramienta que permita visualizar las necesidades de capital humano para las diferentes actividades mercantiles – económicas.
	10.- Observatorio económico	Determinar un centro de investigación que permita obtener insumos de datos estadísticos del sector local, regional y nacional.
	11.- Banco de desarrollo y promotor de emprendimiento	Desarrollar las ideas y emprendimiento existentes para que los actores económicos disposición una gama proyectos de inversión y desarrollo.
	12.- Promoción y comercialización de productos a través de ferias, catálogo electrónico.	Conocer la gama de productos sus beneficios y potencialidades a través de nuevos sistemas de comercialización
4.- Políticas públicas/ Sostenibilidad económica ambiental	13.- Turismo	Integrar a todos los actores para el desarrollo del turismo fomentando facilidades turísticas, equipamientos y políticas públicas de sostenibilidad.

	14.- Políticas de incentivos tributarios y no tributarios para el sector productivo	Incentivar el desarrollo económico de emprendimientos y negocios
5.- Alianzas públicas-privadas	15.- Proyecto de inversión para la innovación tecnológica en las cadenas productivas.	Promover la inversión en la innovación tecnológica propiciando la sistematización y automatización de procesos de producción para optimizar rendimientos.
	17.- Fortalecimiento a los espacios de exposiciones	Fortalecer los centros de exposiciones para la promoción continua de nuevos productos poniendo en la vitrina de la colectividad y convirtiéndoles en centro de convenciones.
	18.- Centro de Negocios	Concentrar en una zona industrial los servicios financieros y públicos para interrelacionar el desarrollo del sector productivo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Los Autores

Conclusiones

- El Desarrollo Económico es uno de los temas que requiere un cambio total en el enfoque y estrategias propuestas, ya que a pesar de la intervención del gobierno local y varias ONGs presentes en el territorio por varios años, aún no se logra consolidar una cultura del emprendimiento o de desarrollo empresarial e industrial. Si bien existen serias limitaciones principalmente en relación al capital necesario para impulsar ideas de empresas, también se evidencia la ausencia de una estrategia permanente que permita resultados a mediano y largo plazo.
- Actualmente existen iniciativas de los sectores productivos basadas en la asociatividad y acuerdos entre miembros de organizaciones económicas, sin embargo, es preciso impulsar la formación de emprendedores, la generación de condiciones de seguridad legal y fomento a las nuevas inversiones, principalmente a través de políticas que atraigan a las empresas, sin recargas impositivas y con facilidades en la dotación de servicios para propiciar un ambiente adecuado para el desarrollo económico productivo.
- Es vital la coordinación y articulación con los otros niveles de gobierno, además de actores privados y Gobiernos de Municipios y provincias con quienes se deben

establecer pactos para favorecer un crecimiento regional, en base a la complementariedad y no a la competencia.

- Las estrategias de desarrollo económico van articuladas principalmente a las estrategias para el cambio de la matriz productiva. Lamentablemente en el cantón, no se identifican zonas potenciales para las cadenas y productos priorizados como la metalurgia, la minería, hidrocarburos, sin embargo, existen otros sectores que pueden ser potencializados, especialmente la producción primaria desarrollada por los actores de la economía popular y solidaria y el turismo.

Referencias bibliográficas.

- Baca , G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Will.
- Blanco, C. (2008). *Epistemología del Proyecto Factible*. Recuperado de: <https://entorno-empresarial.com/epistemologia-del-proyecto-factible/>
- Cadena , A. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de productos orgánicos en el centro agrícola Cantonal de Riobamba* (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
- Ceballos, V. (2013). *Fomentar valores corporativos es esencial para la empresa*. Recuperado de <http://www.eempleo.com/co/noticias/mundo-empresarial/fomentar-valores-corporativos-es-esencial-para-la-empresa-4384>
- Cordova, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cotán, S., & Arroyo, P. (2007). *Valoración de Impactos Ambientales*. Recuperado de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:48150/componente48148.pdf
- Fajardo, B. (29 de septiembre de 2015). *Organigrama Funcional: Definición, características y ejemplo*. Recuperado, de <http://dorganizacionaluni.blogspot.com/2015/09/organigrama-funcional-definicion.html>
- Lara, B. (2011). *Como elaborar Proyectos de Inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espin.
- López, F.(2011). *Políticas y reglas*. Recuperado: de <https://soyroiver.wordpress.com/2011/09/17/politicas-y-reglas/>
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.
- Morales, C. (2007). *Conceptos de logotipo isotipo e imagotipo*. Recuperado, de <http://propuestagrafika.blogspot.com/2007/05/conceptos-de-logotipo-isotipo-e.html>
- Gestión en Recursos Naturales. (2010). *Estudios Ambientales*. Recuperado, de <https://www.grn.cl/estudios-ambientales.html>
- Padilla, M. (2011). *Formulación Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pedrosa, S. (2017). *Coste de oportunidad*. Recuperado de: <http://economipedia.com/author/s-jorge>
- Reyes, A. (2007). *Administración Moderna*. México: Limusa S.A.

- Samaniego, P. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia San Antonio de Bayushig*. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0660820750001_DIAGNOSTICO%20GAD%20BAYUSHIG%202015_14-05-2015_21-16-19.pdf.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson.
- Urueña , O. (2008). *Contabilidad Básica*. Bogotá: FUS.



Para citar el artículo indexado.

Pilaguano J., Suárez H., Sánchez M. & Cevallos W. (2019). Factores que determinan la viabilidad de los emprendimientos., *Revista electrónica Ciencia Digital* 3(2), 47-63.

Recuperado desde:

<http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/393/87>
7



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia Digital**.





Modelo matemático de transporte para una empresa comercializadora de combustibles, usando programación lineal

Mathematical model of transport for a company commercializing fuels, using linear programming

Jenny Margoth Villamarín Padilla.¹, Gustavo Javier Aguilar Miranda.², José Luis Llamuca Llamuca.³ & Wilfrido Humberto Villacrés Suárez.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.394>

Resumen.

El objetivo de este artículo es determinar un modelo matemático de transporte usando programación lineal. Para resolver este problema, según la metodología del algoritmo de transporte, se construye una tabla o matriz de distribución colocando en cada renglón a los centros de suministro y en cada columna a los centros de consumo, para llevar a cabo esta distribución se recolecta información de la demanda, se definió la flota de vehículos, el tiempo de recorrido, las tarifas y los costos de realizar cada viaje, para luego planear nuestro modelo de programación lineal con la utilización del software Microsoft Excel, con esta información se realiza el estudio de los diferentes métodos de transporte eficiente aplicables a las operaciones de la compañía, con sus principales características, ventajas y desventajas, teniendo en cuenta la problemática de la planeación y programación asociados, con los resultados obtenidos por los cinco métodos estudiados, se puede concluir que el modelo matemático de transporte óptimo para la empresa comercializadora de combustibles, basado en programación lineal, es el que presenta la red generada por el

¹ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, j_villamarin@esPOCH.edu.ec

² Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, gustavo.aguilar@esPOCH.edu.ec

³ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, jose.llamuca@esPOCH.edu.ec

⁴ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Riobamba, Ecuador, wvillacrés@esPOCH.edu.ec

método del costo menor, Vogel y Russel, que proponen la misma estructura de despachos y abastecimientos, y generan un costo mínimo de \$206354,00 dólares.

Palabras claves: modelo matemático, transporte, programación, comercializadora, lineal.

Abstract.

The objective of this article is to determine a mathematical model of transport using linear programming. To solve this problem, according to the methodology of the transport algorithm, a distribution table or matrix is constructed by placing the supply centers in each line and in each column the consumption centers, in order to carry out this distribution information of the demand, the fleet of vehicles was defined, the time of travel, the fares and the costs of making each trip, to then plan our linear programming model with the use of Microsoft Excel software, with this information the study of the different methods of efficient transport applicable to the company's operations, with their main characteristics, advantages and disadvantages, taking into account the associated planning and programming problems, with the results obtained by the five methods studied, it can be concluded that the model optimum transport mathematician for the fuel trading company, based on linear programming, is the one that presents the network generated by the lowest cost method, Vogel and Russel, which propose the same structure of dispatches and supplies, and generate a minimum cost of \$ 206354.00 dollars.

Keywords: mathematical model, transport, programming, marketer, linear

Introducción.

La programación de la distribución se encarga de optimizar la asignación de las tareas a realizar (entrega de pedidos) con los recursos disponibles (vehículos). Específicamente las industrias tienen como objetivo optimizar el flujo de productos desde los centros de producción hasta el usuario (cliente).

Medina, Raya & Contreras (2007) describen un modelo de programación lineal diseñado en Excel para asignar trabajos a máquinas considerando prioridades específicas por planeadores de una empresa manufacturera, el mismo que incrementa significativamente la eficiencia de la operación actual. Así mismo, López, Olguín & Camargo (2008) presentan un modelo de transporte usando programación lineal. (Adame, Fontanilla, & Arango, 2011) proponen dos modelos logísticos aplicables en la gestión del transporte en la agroindustria de la palma de aceite en Colombia, de igual manera García (2014) realiza un estudio cualitativo de los diferentes modelos de transporte eficiente aplicables a las operaciones de las compañías del sector de hidrocarburos en Colombia, teniendo en cuenta la problemática de la planeación y programación asociados.

Las restricciones de los estudios anteriores se hacen más evidentes en el caso de empresas que por sus características requieren una programación en el corto plazo. En los últimos años, la mayor parte de los estudios desarrollados en el ámbito de los modelos de transporte mediante la programación lineal se concentra en el diseño de la estructura general de la distribución, ampliándolo en algunos casos a otros procesos logísticos de la empresa.

En este artículo se presenta la optimización de la distribución, mediante programación matemática para empresas que necesitan una programación a corto plazo y que tiene las siguientes características: Flota de vehículos disponibles conocida, distribución basada en transporte directo origen – destino, distribución entre varios orígenes y diferentes destinos.

Esta caracterización considera algunos aspectos como la distancia entre los diferentes orígenes y destinos, sobre todo en el transporte entre los terminales de almacenaje y las estaciones de servicio, ya que se pretende reducir significativamente los costos de transporte.

Para ello se ha utiliza cinco métodos de transporte diferentes para establecer el modelo óptimo, es decir el modelo que genere el menor costo, como presenta (Adame, Fontanilla, & Arango, 2011), al igual que García (2014) analiza los modelos de transporte eficiente aplicables a las operaciones de las compañías.

El modelo que se presenta minimiza el costo de transporte para la empresa de comercializadora de combustibles en estudio, considerando cuatro terminales de almacenamiento (Santo Domingo, Quito, Ambato y Riobamba-San Juan) y cuatro estaciones de servicio (Tulcán, Quito, Ambato, Riobamba), considerando una flota de vehículos fija, se estudian cinco posibilidades distintas según los métodos de transporte escogidos: método de la esquina noroeste, costo menor, mutuamente preferente, Voguel y Russel.

Desarrollo.

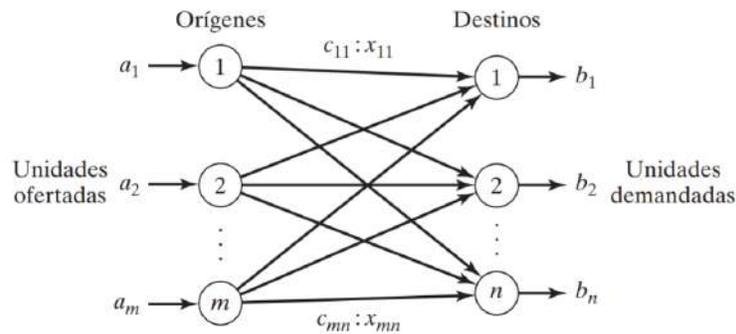
El modelo de transporte involucra el embarque de ciertos artículos o productos homogéneos desde diferentes orígenes hacia varios destinos (Puente & Gavilánez, 2018).

Cada uno de los orígenes representa la fuente de suministro del artículo o producto, cada destino representa el punto de demanda. El modelo de distribución (modelo de transporte) es un conjunto importante del problema de optimización de redes, ha sido aplicado al control y diseño de plantas de fabricación, determinación de territorios de venta, localización de centros de distribución y almacenaje. A este método suele nombrarse como de transporte por la similitud existente en el planteamiento de problemas de fletar mercaderías desde los sitios de producción hasta los lugares de consumo (Izar, 2012).

La red que aparece en la figura 1 representa el problema. Hay m orígenes y n destinos, cada uno representado por un nodo. Los arcos representan las rutas que unen los orígenes con los destinos. El arco (i,j) que une el origen i con el destino j transporta dos piezas de

información: el costo de transporte por unidad, c_{ij} y la cantidad transportada, x_{ij} . La cantidad de la oferta en el origen i es a_i y la cantidad de la demanda en el destino j es b_j . El objetivo del modelo es minimizar el costo de transporte total al mismo tiempo que se satisfacen las restricciones de la oferta y la demanda (Taha, 2012).

Figura 1. Representación del modelo de transporte con nodos y arcos.



Fuente: (Taha, 2012).

Modelos de transporte.

Taha (2012) en su obra Investigación de operaciones dice lo siguiente:

Un modelo de transporte general con m orígenes y n destinos tiene $m + n$ ecuaciones de restricción, una por cada origen y cada destino. Sin embargo, como el modelo de transporte siempre está balanceado (suma de la oferta = suma de la demanda) una de las ecuaciones es redundante, por lo que el modelo se reduce a $m + n - 1$ ecuaciones independientes y $m + n - 1$ variables básicas. La estructura especial del problema de transporte permite asegurar una solución básica no artificial siguiendo uno de los métodos de transporte (pág. 188).

Puente y Gavilánez (2018) en su obra Programación lineal para la toma de decisiones manifiesta lo siguiente:

Existen diferentes métodos de transporte entre los cuales se puede destacar: (pág. 62)

Métodos de inicialización.

- Método de la esquina noroeste
- Método del costo menor
- Método mutuamente preferente
- Método Vogel
- Método Russel

Métodos de Optimización.

- Método del cruce del arroyo
- Método MODI

Método de la esquina noroeste.

Este método de la esquina noroeste es el más sencillo para lograr la distribución inicial, es el menos recomendado, pues el costo de la matriz inicial es muy elevado. Los pasos para desarrollar este método son los siguientes:

1. Se inicia la distribución por la casilla de la esquina noroeste de la tabla, asignándole el máximo que sea posible. Se selecciona el número menor entre oferta y demanda que corresponde a la casilla, para satisfacer la oferta o la demanda. Al renglón o columna que haya sido satisfecho, se le asignarán ceros, para que la sumatoria de la oferta o la demanda no se altere, creándose así una tabla de menor tamaño.
2. En la matriz que no tiene asignación en el paso anterior se localiza la nueva casilla noroeste y se repite el paso anterior.
3. Se repite todo el procedimiento anterior hasta que toda la tabla tenga una asignación. (pág. 63)

Este método de esquina noroeste corresponde a un método matricial del método simplex. Para determinar cuántos envíos se realizarán desde cada origen hacia cada destino se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Número de envíos} = m + n - 1$$

Donde:

m: constituye el número de filas

n: el número de columnas

Método del costo menor

Este método de inicialización es más eficiente que el método de la esquina noroeste, pues va asignado el menor costo de entre las casillas, de ahí su nombre. Cabe mencionar que este método no siempre logra tener la solución óptima.

Su procedimiento se detalla a continuación:

1. Analizar la primera columna y, sobre ella, localizar la casilla que tenga el menor costo, al cual se asignara el máximo posible de tal manera que se satisfaga la oferta o demanda. En el caso de que la primera columna no quedará satisfecha con la

asignación, se procede de la misma manera hasta que la columna quede totalmente satisfecha.

2. Se continúa con la segunda columna repitiendo el procedimiento anterior.
3. Se procede con el resto de las columnas hasta la última de la tabla, con lo cual la distribución inicial quedará totalmente satisfecha. (pág. 66)

Método mutuamente preferente.

Selecciona las casillas de menor costo bajo el criterio de que sean a la vez las más bajas del renglón y la columna a la que pertenece.

1. Identificar las casillas que tengan el costo mínimo, tanto en el renglón, como en la columna a la que pertenece.
2. Asignar a las casillas la cantidad máxima posible para satisfacer sea la oferta o la demanda.
3. El resto de la tabla se va asignando, repitiendo los pasos anteriores. (pág. 70)

Método Vogel.

Este método es el más utilizado para lograr una asignación Inicial en los problemas de transporte, pues no es complicado y da muy buenas aproximaciones iniciales, las cuales muchas veces son las distribuciones óptimas, de aquí el por qué es tan popular.

Consiste en los siguientes pasos:

1. Para cada renglón y cada columna, encontrar la diferencia de costo entre la casilla más barata y la que le sigue en costo.
2. En aquel renglón o columna donde bicha diferencia sea la máxima, asignar lo máximo posible en la casilla de menor costo. En caso de empates en las diferencias buscadas, se selecciona al azar una de ellas.
3. Se elimina aquella línea (renglón o columna) que haya quedado satisfecha con la asignación del pasó anterior.
4. Repetir los pasos anteriores Hasta completar la tabla de transporte.

Método de Russel.

Este método es comparable al Vogel en cuanto a la aproximación, respecto a la solución óptima que ambos tienen, solo que este método es menos popular que la anterior debido a que requiere de una mayor cantidad de trabajo.

Consiste en calcular antes de cada asignación la cantidad Δ_{ij} para cada casilla libre disponible, conforme a la siguiente ecuación:

$$\Delta_{ij} = \alpha_i + \beta_j - C_{ij}$$

Dónde:

Δ_{ij} : Coeficiente de la Casilla del renglón i , columna j

α_i : Costo mayor de las casillas del renglón i

β_j : costo mayor de las casillas de la columna j

C_{ij} : costo de la casilla del renglón i , columna j

De aquí se ira asignando aquella casilla que tenga el valor más elevado de Δ_{ij} .

El procedimiento por pasos es el siguiente:

1. Se calcula Δ_{ij} para el total de las casillas vacías de la tabla de transporte
2. En la casilla que haya tenido el mayor valor de Δ_{ij} , hacer la máxima asignación posible. Esto agotará la oferta del renglón y/o la demanda de la columna. en el caso de haber varias Casillas empatadas con el máximo valor de ahí Δ_{ij} , se selecciona arbitrariamente una de ellas.
3. Se elimina la tabla aquella línea que haya quedado satisfecha en el pasó anterior.
4. Repetir el procedimiento desde el pasó uno al tres con las casillas que aún están vacías hasta terminar las asignaciones de la tabla completa.

Método del cruce del arroyo.

El método del cruce del arroyo, también denominado algoritmo de Stepping Stone (Izar, 2012), es un método de programación lineal que consiste en calcular cuál sería la variación del costo del envío de una unidad de cierto producto por cada una de las rutas posibles, es decir asignar cierta cantidad de artículos desde varios orígenes (fábricas) a un conjunto de destinos (clientes) de tal manera que se disminuyan los costos, hasta optimizar la función objetivo. Dada una distribución inicial que cumpla la condición de no degeneración, se podrá optimizar el problema de transporte evaluando cada casilla vacía del recorrido cerrado correspondiente, el cual consiste en asignar unidades a las casillas vacías, trasladándolas de una casilla determinada que sea de la misma columna o renglón, de manera que sigan cumpliéndose las igualdades de la suma de asignaciones de las casillas por renglón de la oferta del mismo y la suma de asignaciones de las casillas por columna de la demanda. La distribución será óptima cuando los recorridos cerrados para el total de casillas vacías resulten mayores o iguales a cero, es decir; ninguna resulte negativa. (pág. 74)

Método MODI.

MODI, conocido como el método de los costos ficticios, consiste en añadir a la matriz de costos una fila y una columna que recogen costos ficticios determinados arbitrariamente (los números MODI), tal que permita calcular los índices de mejora para las celdas (casillas) no utilizadas. Se aplica la siguiente fórmula: (Puente & Gavilánez, 2018)

$$r_i + C_{ij} + k_j = 0$$

Dónde:

r_i : coeficiente r para el renglón i

C_{ij} : costo de la casilla asignada ubicada en el renglón i y la columna j

K_j : coeficiente k para la columna j

Metodología.

El modelo de programación lineal se implementa en el paquete computacional Microsoft Excel, en un ordenador Asus con procesador Core I7 de 2,4 GHz, con 8 Gb de RAM. La experimentación se basa en observar los diferentes resultados obtenidos de forma aleatoria a partir de los datos proporcionados por la empresa comercializadora de combustibles, comentada anteriormente.

La empresa sobre la cual se genera la adquisición de los datos se dedica a la comercialización de gasolina y diésel en todo el país, sin embargo, el estudio se enfoca en la zona centro y norte del país, específicamente en las ciudades de Tulcán, Quito, Ambato y Riobamba, que son las ciudades que acogen el mayor número de estaciones de servicio, y por lo tanto la mayor cantidad de ventas.

A cada una de estas estaciones la empresa sirve pedidos, de dos a cuatro veces por semana. Las distancias entre los clientes de las diferentes zonas, en comparación con las distancias a los centros de origen y la frecuencia de entregas semanal, permite considerar los diferentes modelos matemáticos de transporte, que permitan establecer cuál es el más apropiado para esta empresa.

Además, las estaciones de Servicio (clientes) permiten un margen de un día para la entrega del producto solicitado. Por lo general, el tamaño de cada pedido de los distintos clientes supone entre el setenta y cinco y el cien por ciento de la capacidad de carga de los transportes que es de 4000 y 6000 galones. A cada una de las estaciones se envía entre dos y cuatro tanqueros por semana.

El modelo matemático de transporte y resolución de la programación de la distribución, consiste en asignar o distribuir diferentes cantidades de objetos desde unos orígenes hacia unos destinos, buscando hacerlo de una manera óptima, es decir a un costo mínimo (o bien con una utilidad máxima). Los orígenes serán los centros de suministro u ofertas, mientras que los destinos serán los centros de consumo o demandantes (Izar, 2012)

El estudio se realiza con cinco modelos de transporte, el que genere el menor costo será el óptimo y permitirá definir el modelo matemático de transporte para esta empresa.

Planteamiento del problema de transporte

Martínez, Vértiz, López, Jiménez, y Moncayo (2014) en su obra Investigación de operaciones manifiesta lo siguiente:

En el problema de transporte se busca la forma en que cualquier bien debe ser distribuido, desde cualquier grupo de centros de suministro (orígenes) a cualquier grupo de centros de recepción (destinos), de manera que los costos totales de transporte sean mínimos. (pág. 22)

Para que un caso pueda ser considerado problema de transporte, se debe cumplir con el supuesto de requerimientos y con el supuesto de costo.

El supuesto de requerimientos nos dice que cada origen tiene un suministro fijo de unidades y en suministro completo debe transportarse a los destinos. De manera análoga, cada destino tiene una demanda fija de unidades y debe satisfacerse de los orígenes. Es decir:

$$\sum_{i=1}^m s_i = \sum_{j=1}^n d_j \quad \text{Ec. (1)}$$

Dónde:

m: cantidad de orígenes

n: cantidad de destinos

s: cantidad de unidades que oferta el origen i, para $i = 1, 2, \dots, m$

d: cantidad de unidades demandadas por el destino j, para $j = 1, 2, \dots, n$

Dado que se debe priorizar la distribución de producto entre unidades reales y teniendo en mente que se busca minimizar, el supuesto de costo considera que el costo de transportar de un origen a un destino debe ser directamente proporcional al número de unidades transportadas. Este costo puede ser visto como el costo unitario multiplicado por el número de unidades transportadas. (Martínez, Vértiz, López, Jiménez, & Moncayo, 2014)

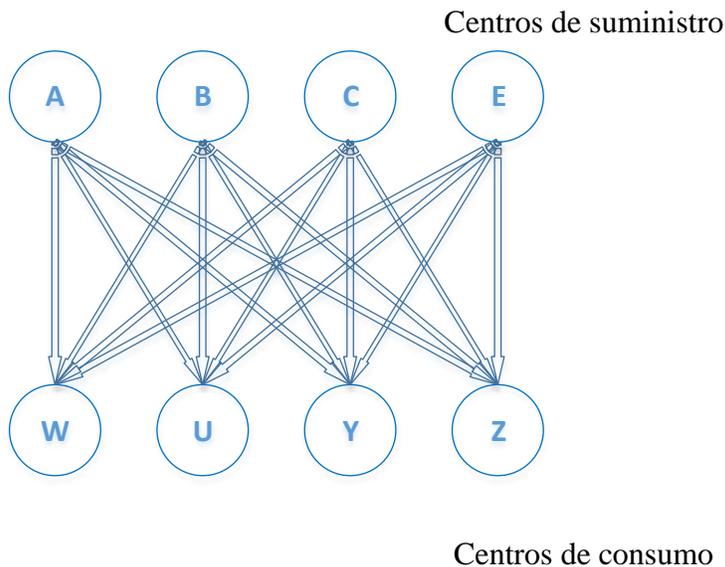
Izar (2012) en su obra Investigación de operaciones manifiesta lo siguiente:

Para plantear un problema típico de transporte tomaremos como ejemplo el caso de abastecer una mercancía desde 4 diferentes centros de suministro, A, B, C y E hacia 4 centros de consumo, W, U, Y, y Z, Buscando hacerlo a un costo total mínimo. (pág. 123)

Por su parte se tendrá que la oferta total P deberá ser igual a la demanda D.

La figura 2. nos muestra un diagrama del problema en donde vemos que habrá $4 \times 4 = 16$ diferentes caminos para transportar las mercancías desde los centros de suministro hasta los centros de consumo.

Figura 2. Diagrama del problema de los centros de suministro A, B, C, y E y de los centros de consumo W, U, Y, Z.



Fuente: (Izar, 2012)

Cada costo de envío de un centro de suministro a un centro de consumo se representa por C_{ij} donde el subíndice i representa el punto de suministro y j el de consumo. (pág. 124)

Si se plantea este problema como un caso de programación lineal, la función objetivo Z sería el costo total de los envíos, tal y como lo define la ecuación 2.

$$\text{Minimizar } Z = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij} X_{ij} \quad \text{Ec. (2)}$$

Donde:

m: cantidad de orígenes

n: cantidad de destinos

c_{ij} : costo por transportar una unidad de producto desde el origen i hasta el destino j para $i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n$
 x_{ij} : cantidad de unidades a enviar del origen i al destino j , para $i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n$

La cual debería minimizarse.

Para resolver este problema, según la metodología del algoritmo de transporte, se construye una tabla o matriz de distribución colocando en cada renglón a los centros de suministro y en cada columna a los centros de consumo. Al final de cada renglón habrá una casilla para el total de las ofertas de los centros de suministro y al final de cada columna habrá una casilla para el total de las demandas de los centros de consumo.

En la Tabla 1, se muestra la matriz de distribución donde cada casilla estará disponible para el número de unidades que se enviarán del centro. de suministro que corresponde a ese renglón hacia el centro de consumo de esa columna.

Tabla 1: Matriz de transporte para el problema planteado de 4 centros de suministro y 4 centros de consumo.

O	D	W	U	Y	Z	OFERTAS
A		C_{AW}	C_{AU}	C_{AY}	C_{AZ}	P_A
B		C_{BW}	C_{BU}	C_{BY}	C_{BZ}	P_B
C		C_{CW}	C_{CU}	C_{CY}	C_{CZ}	P_C
E		C_{EW}	C_{EU}	C_{EY}	C_{EZ}	P_E
DEMANDAS		d_w	d_u	d_y	d_z	d P

Fuente: (Izar, 2012)

El recuadro superior derecho que aparece en cada casilla es para anotar en el al costo de enviar una unidad del centro de suministro del renglón en el que está ubicada la casilla hacia el centro de consumo de la columna correspondiente a la casilla. Así por ejemplo coma en la casilla CZ coma se llenará con el número de unidades que se enviaran desde C hasta Z siendo C_{CZ} el costo unitario del envío.

Aquí el problema será como llenar la matriz de distribución de tal forma que se satisfagan las ofertas y demandas de cada renglón y columna respectivamente, logrando esto a un costo total que sea mínimo, es decir la suma de las asignaciones de cada renglón deberá ser

igual a la oferta para ese renglón y la suma de las asignaciones de cada columna deberá ser la demanda de dicha columna como no pudiendo haber ninguna asignación negativa, (Izar, 2012) es decir:

$$X_{ij} \geq 0$$

Para $i = 1, 2, \dots, m$

Para $j = 1, 2, \dots, m$

Resultados.

Con la información obtenida de la empresa se ha construido las matrices de distribución (Ver Tabla 2) que permitirán la aplicación de los diferentes modelos de transporte, en este sentido la oferta lo constituyen el número de viajes que se requiere para el abastecimiento a las estaciones de servicio en las ciudades de Tulcán, Quito, Latacunga y Riobamba; la demanda está dada por los viajes de abastecimiento que pueden satisfacer los terminales o beaterios de las ciudades de Quito (Terminal 1), Santo Domingo (Terminal 2), Ambato (Terminal 3) y Riobamba (Terminal 4), de los cuales se transporta el combustible a las diferentes estaciones de servicio, de igual manera en la Tabla 1 se puede observar en cada una de las casillas que conforman la matriz, en la parte superior derecha, los costos de transporte asociados a cada una de las posibles rutas que se forman en la matriz, entre los terminales (orígenes) y las diferentes ciudades en las que existe estaciones de servicio de la comercializadora en estudio (destinos).

Tabla 2. Matriz de distribución de transporte.

O	D	Tulcán	Quito	Latacunga	Riobamba	Oferta
Terminal 1		484	51	142	334	420
Terminal 2		774	223	312	502	240
Terminal 3		879	334	213	40	150
Terminal 4		772	225	83	109	360
Demanda		210	450	180	330	1170

Fuente: Elaboración propia

La aplicación de cada uno de los modelos de transporte a la empresa en estudio se ha realizado considerando la planificación para cada destino de forma independiente y con una flotilla suficiente para que puedan servirse todos los pedidos.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para cada uno de los modelos planteados, el modelo óptimo será el que minimice los costos del transporte.

Análisis del método de transporte de la esquina noroeste.

En la Tabla 3 se muestra los resultados del método de transporte de la Esquina noroeste, en la que se observa la satisfacción de todos los requerimientos establecidos por los destinos, en este caso a Tulcán se deberán enviar 210 tanqueros del terminal 1, a Quito se enviarán 210 tanqueros del terminal 1 y 240 tanqueros del terminal 2, a Latacunga se deben enviar 150 vehículos del terminal 3 y 30 del terminal 4, y por último a Riobamba, se enviarán 210 tanqueros del terminal 4, Siendo el objetivo final de los modelos la minimización de los costos, el plan determinado por las rutas escogidas tiene un costo de \$223074,00 dólares

Tabla 3. Matriz de distribución de transporte Modelo de la esquina noroeste

O	D	Tulcán	Quito	Latacunga	Riobamba	Oferta
Terminal 1		484	51	142	334	420
	210		210	X	X	
Terminal 2		774	223	312	502	240
	X		240	X	X	
Terminal 3		879	334	213	40	150
	X		X	150	X	
Terminal 4		772	225	83	109	360
	X		X	30	210	
Demanda		210	450	180	330	1170

Fuente: Elaboración propia

$$CT = 210(484) + 210(51) + 240(223) + 150(213) + 30(83) + 210(109)$$

$$CT = 223.074,00$$

Análisis método del costo menor

En la Tabla 4 se muestra los resultados del método de transporte del costo menor, en el que se observa la siguiente estructura: a Tulcán se deberán enviar 210 tanqueros del terminal 1, a Quito se enviarán 210 tanqueros del terminal 1 y 240 tanqueros del terminal 2, a Latacunga se deben enviar 180 vehículos del terminal 4, y a Riobamba, se enviarán 150 tanqueros del terminal 3, y 180 del terminal 4. El plan determinado por las rutas escogidas por este método tiene un costo de \$206354,00 dólares.

Tabla 4. Matriz de distribución de transporte Modelo del costo menor.

O	D	Tulcán	Quito	Latacunga	Riobamba	Oferta
Terminal 1		484	51	142	334	420
	210		210	X	X	
Terminal 2		774	223	312	502	240
	X		240	X	X	
Terminal 3		879	334	213	40	150
	X		X	X	150	
Terminal 4		772	225	83	109	360
	X		X	180	180	
Demanda		210	450	180	330	1170

Fuente: Elaboración propia.

$$CT = 210(484) + 210(51) + 240(223) + 150(40) + 180(83) + 180(109)$$

$$CT = 206.354,00$$

Análisis método mutuamente preferente

En la Tabla 5, se muestra los resultados del método de transporte mutuamente preferente, en el que se observa la siguiente red: A Tulcán se deberán proveer 210 tanqueros del terminal 2, a Quito se enviarán 420 tanqueros del terminal 1 y 30 tanqueros del terminal 2, a Latacunga se deben enviar 180 vehículos del terminal 4, y a Riobamba, se enviarán 150 tanqueros del terminal 3, y 180 del terminal 4, Siendo el objetivo final del modelo la minimización de los costos, el plan determinado por las rutas escogidas tiene un costo de \$231091,00 dólares.

Tabla 5. Matriz de distribución de transporte Modelo mutuamente preferente.

O	D	Tulcán	Quito	Latacunga	Riobamba	Oferta
Terminal 1		484	51	142	334	420
	X		420	X	X	
Terminal 2		774	223	312	502	240
	210		30	X	X	
Terminal 3		879	334	213	40	150
	X		X	X	150	
Terminal 4		772	225	83	109	360
	X		X	180	180	
Demanda		210	450	180	330	1170

Fuente: Elaboración propia

$$CT = 420(51) + 210(774) + 30(223) + 150(40) + 180(83) + 180(109)$$

$$CT = 231.019,00$$

Análisis método Vogel

En la Tabla 6, tenemos los resultados del método de transporte Vogel, en la que se observa una distribución similar al método del costo menor, en este caso a Tulcán se deberán enviar 210 tanqueros desde el terminal 1, a Quito se enviarán 210 tanqueros del terminal 1 y 240 tanqueros desde terminal 2, a Latacunga se deben enviar 180 tanqueros desde el terminal 4, y a Riobamba, se enviarán 150 tanqueros desde terminal 3, y 180 tanqueros desde el terminal 4. La función objetivo en este caso genera un costo de \$206354,00 dólares.

Tabla 6. Matriz de distribución de transporte Modelo Vogel.

O	D	Tulcán	Quito	Latacunga	Riobamba	Oferta
Terminal 1		484	51	142	334	420
	210		210	X	X	
Terminal 2		774	223	312	502	240
	X		240	X	X	
Terminal 3		879	334	213	40	150
	X		X	X	150	
Terminal 4		772	225	83	109	360
	X		X	180	180	
Demanda		210	450	180	330	1170

Fuente: Elaboración propia

$$CT = 210(484) + 210(51) + 240(223) + 150(40) + 180(83) + 180(109)$$

$$CT = 206.354,00$$

Análisis método Russel

La Tabla 7, muestra los resultados del método de transporte Russel, los cuales son similares al método Vogel, y al método del costo menor, por lo que la red planificada es la misma y genera un costo de \$206354,00 dólares.

Tabla 7. Matriz de distribución de transporte Modelo Russel.

O	D	Tulcán	Quito	Latacunga	Riobamba	Oferta
Terminal 1		484	51	142	334	420
	210		210	X	X	
Terminal 2		774	223	312	502	240
	X		240	X	X	
Terminal 3		879	334	213	40	150
	X		X	X	150	
Terminal 4		772	225	83	109	360
	X		X	180	180	
Demanda		210	450	180	330	1170

Fuente: Elaboración propia

$$CT = 210(484) + 210(51) + 240(223) + 150(40) + 180(83) + 180(109)$$

$$CT = 206.354,00$$

Con los datos obtenidos por los cinco métodos estudiados, y considerando las restricciones de cada uno de los orígenes y destinos, se puede concluir que el modelo matemático de transporte óptimo para la empresa Comercializadora de combustibles, basado en programación lineal es el que presenta la estructura que minimiza los costos, en este caso la estructura que generan los métodos del costo menor, Vogel y Russel que forman la misma estructura, y cuya función objetivo en este caso genera un costo de \$206354,00 dólares.

Conclusiones.

- Para obtener los resultados esperados utilizando cualquiera de los métodos descritos lo más importante es realizar una adecuada descripción del problema y una identificación completa de las restricciones asociadas.
- Los modelos de transporte utilizados en el sector de hidrocarburos no son diferentes a los utilizados en otras industrias, se tratan de modelos de múltiples fuentes con múltiples destinos para Ecuador el tema se simplifica debido a la falta de infraestructura de transporte multimodal del país.
- El problema de la eficiencia de transporte no tiene una única solución los modelos analizados provee soluciones desde diferentes temas y Ciencias algunos están basados en la regresión lineal otros en fundamentos matemáticos como otros en ponderaciones y hasta en métodos empíricos esto para dar diferentes opciones de solución y poder elegir la óptima o la que más genere valor frente a las necesidades.

- Se debe tener en cuenta que los resultados obtenidos de los métodos aplicables nos enseñan cual es la mejor manera de modelar la programación de transporte y sus costos asociados.

Referencias bibliográficas.

- Adame, W., Fontanilla, C., & Arango, M. (2011). MODELOS LOGÍSTICOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL TRANSPORTE DE. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v21n1/v21n1a06.pdf>
- García, G. (2014). Modelos para la planeacion de transporte terrestre eficiente. *Universidad Militar Nueva Granada* , 25. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11836/MODELOS%20PARA%20LA%20PLANEACION%20DE%20TRANSPORTE%20TERRESTRE%20EFICIENTE%20PARA%20EL%20SECTOR%20DE%20HIDROCARBUROS.pdf;jsessionid=301D9D10EA65EE54F3D66712C4D8AC8E?sequence=1>
- Izar, J. (2012). *Investigación de Operaciones*. México: Trillas.
- López, J., Olguín, J., & Camargo, C. (2008). Modelo matemático de transporte aplicado a una compañía dedicada a la manufactura y distribución de juguetes, usando programación lineal entera. *Revista Ingeniería Industrial*, 8. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3997971>
- Martínez, I., Vértiz, G., López, J., Jiménez, G., & Moncayo, L. (2014). *Investigación de Operaciones*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <http://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074386967.pdf>
- Medina, S., Raya, K., & Contreras, M. (2007). Utilización del modelo de transporte para la asignación de trabajos a máquinas considerando prioridades. *Revista Académica de la FI-UADY*, 9. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/467/46711206/>
- Puente, M. I., & Gavilánez, Ó. D. (2018). *Programación lineal para la toma de decisiones*. Riobamba: ESPOCH, Dirección de publicaciones.
- Ruiz Estrada, G. (2004). *Desarrollo de un Sistema de liberación de fármacos basado en nanopartículas magnéticas recubiertas con Polietilenglicol para el tratamiento de diferentes enfermedades*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Departamento de Física Aplicada.
- Taha, H. (2012). *Investigación de operaciones*. México: Pearson Educación.

Tartaj, P., Morales, M., González-Carreño, T., Veintemillas-Verdaguer, S., & Serna, C. (2005). Advances in magnetic nanoparticles for biotechnology applications. *Journal of Magnetism and Magnetic Materials*, 290, 28-34.

Wulff-Pérez, M., Martín-Rodríguez, A., Gálvez-Ruiz, M., & de Vicente, J. (2013). The effect of polymer surfactant on the rheological properties of nanoemulsions. *Colloid and Polymer Science*, 291, 709–716.

Zamora Mora, V., Soares, P., Echeverría, C., Hernández, R., & Mijangos, C. (2015). Composite chitosan/Agarose ferrogels for potential applications in magnetic hyperthermia. *Gels*, 1, 69-80.



Para citar el artículo indexado.

Villamarín J., Aguilar G., Llamuca J. & Villacrés W. (2019). Modelo matemático de transporte para una empresa comercializadora de combustibles, usando programación lineal *Revista electrónica Ciencia Digital* 3(2), 64-81. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/394/878>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia Digital**.





Recibido: 25-02-2019 / Revisado: 27-02-2019 / Aceptado: 21-03-2019 / Publicado: 05-04-2019

El nivel del compromiso organizacional de los funcionarios públicos en la mejora de la gestión educativa y los objetivos estratégicos de la coordinación zonal 5 de educación - caso Ecuador.

The level of organizational commitment of public officials in the improvement of educational management and the strategic objectives of the zonal coordination 5 of education - Ecuador case.

Pacheco Mendoza Eythel Blanmer¹, & Cedillo Fajardo Miguel Angel.²

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.397>

Resumen.

El presente artículo hace referencia a la importancia que existe en el nivel del compromiso organizacional de los funcionarios públicos de la Coordinación Zonal 5 de Educación, y que se van a ver afectados directamente en la mejora de la gestión educativa, que busca de una manera lograr alcanzar a cumplir los objetivos estratégicos de esta institución.

Es importante indicar que en la gestión tiene una vinculación directa con el compromiso organizacional, que busca de una u otra forma la satisfacción plena de los clientes ya sea, internos o externos, con esta investigación buscamos contribuir a la mejora en la administración pública, empoderar a los funcionarios y hacer de esta forma, que las gestiones mejoren en el aspecto administrativo de Ganar-Ganar con el único objetivo que es el de mejorar y cumplir con lo que el Estado requiere en sus instituciones públicas, así como la existencia de un clima organizacional óptimo se puede determinar que se cumplirán los objetivos estratégicos en el campo educativo.

Palabras claves: Compromiso organizacional, objetivos estratégicos institucionales, gestión educativa, comportamiento organizacional, clima laboral.

Abstract.

This article refers to the importance that exists at the level of organizational commitment of public officials of the Zonal Coordination 5 of Education, and that will be directly

¹ Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, eythel24@gmail.com

² Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, mcedillof@unemi.edu.ec

affected in the improvement of educational management, which seeks in a way to achieve achieve to meet the strategic objectives of this institution.

It is important to indicate that the management has a direct link with the organizational commitment, which seeks in one way or another the full satisfaction of the clients, whether internal or external, with this research we seek to contribute to the improvement in public administration, empower to the officials and doing this way, that the procedures improve in the administrative aspect of Win-Win with the sole purpose of improving and complying with what the State requires in its public institutions, as well as the existence of a climate Optimal organization can determine that the strategic objectives in the field of education will be met.

Keywords: Organizational commitment, strategic institutional objectives, educational management, organizational behavior, work climate.

Introducción.

El compromiso organizacional tiene un efecto preponderante en el rendimiento general de las entidades, el logro de sus objetivos en términos de eficacia y eficiencia en el logro de los mismos, es por ello que la presente investigación busca determinar el nivel de compromiso que tienen los funcionarios administrativos de la Coordinación Zonal 5 de Educación y su influencia en el logro de los objetivos estratégicos a nivel educativo.

Debemos tomar en cuenta que las instituciones públicas están alineadas al Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 del “PLAN TODA UNA VIDA”, que constituye el instrumento político que marca la orientación del gobierno, la hoja de ruta técnica que direcciona el accionar del sector público y el instrumento de diálogo que acompaña la propuesta del Gobierno del actual período. Que es el de dialogar con todos los sectores nacionales, el cual se encuentra sujeto a factores exógenos ya sean de índole local, regional, institucional o por el clima laboral, la remuneración o por el estrés que envuelve la atención personalizada del ciudadano (Carreón Guillén, 2015).

De acuerdo al artículo 280 de la Constitución de la República del Ecuador constituye el instrumento al que se sujetarán los programas y las políticas, y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador, 2018)

La presente investigación que gira en torno al compromiso organizacional que tienen los funcionarios administrativos de la Coordinación Zonal 5 de Educación y su influencia en el logro de los objetivos estratégicos a nivel educativo, representa gran importancia porque permite realizar una valoración de la relación entre el compromiso organizacional que tienen los funcionarios administrativos de la Coordinación Zonal 5 Educación con

respecto al alcance de sus objetivos estratégicos institucionales, con lo cual se busca determinar las causas que restringen o disminuyen la aportación de sus actividades al logro de los objetivos estratégicos para plantear estrategias.

De esta manera el asalariado cuenta con las condiciones necesarias y sus actividades contribuyen en gran manera al éxito de los objetivos estratégicos, denominándose estos como objetivos planteados por una organización que permitirán lograr determinadas metas y a largo plazo la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son resultados que el Plan de Estado espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.

Las fortalezas de la investigación están ligadas a la influencia que ejerce el apoyo organizacional en la participación de los empleados en actividades de desarrollo personal causando un empoderamiento en su comportamiento (Román Calderón, Krikorian, Franco Ruiz, & Betancur Gaviria, 2016).

La realización de este estudio permitirá analizar la investigación previa respecto a la mejora sustancial en los niveles de satisfacción de las condiciones de trabajo, en la reestructuración de la asignación de actividades contribuyendo con la eficiencia de los procesos internos de la institución de los servidores de la gestión educativa.

Desarrollo.

Existen investigaciones con respecto a la temática del compromiso organizacional del sector privado de acuerdo a Soberanes Rivas & De la Fuente Islas (2009), Manríquez, Martha, María, Guerra & Julian (2010). Las teorías detalladas por estos autores explican el compromiso organizacional como tal, pero orientado al sector privado, pero no se ha tomado en cuenta la temática en el sector estatal, factor sumamente necesario y representativo en nuestro país.

El compromiso organizacional está definido por muchos autores como una conducta que manifiesta un vínculo psicológico entre el individuo y su institución, dicho de otro modo, la escala de adhesión y fidelidad con su organización, de manera que, se demuestra a través de la identificación de los empleados con la planificación estratégica de la institución (sus objetivos y valores específicamente), su aportación para el éxito de sus metas y objetivos, y el afán por ser parte de ella (Araque Jaimes, Sánchez Estepa, & Uribe R, 2017)(Salvador-Ferrer, 2012)(Abu Bakar, Rohaizat, & Sukati, 2013)(Betanzos Diaz, Andrade Palos, & Paz Rodríguez, 2006).

Por otro lado, el modelo propuesto por Allen y Meyer, utilizado y detallado por una gama de autores (Ruiz de Alba Robledo, 2013)(San Martín Gutiérrez, 2013)(Ríos Manríquez, Pérez Rendón, Sánchez Fernandez, & Ferrer Guerra, 2017) lo segmenta en tres elementos: el compromiso afectivo, compromiso instrumental y el compromiso normativo. De este modo, el elemento afectivo, se describe como la voluntad del empleado por corresponder a la institución, por lo que está ligado con la pertenencia, la afección y alegría; su aparición se ocasiona por la valoración que realizan los colaboradores del patrocinio y los

beneficios recibidos por la organización. Este elemento o distribución de compromiso, es el que manifiesta mayor provecho para la organización, es atractivo que se exprese en gran medida, por tanto, regularmente se debe incentivar a los colaboradores. (Betanzos & Paz, 2011)(Maella, 2010)

El segundo elemento, definido como continuo, es la manifestación de la dependencia que tiene el empleado con la organización, por la necesidad de salvaguardar su plaza de trabajo. No obstante, es esencial su presencia en cierto nivel, no es recomendable que se muestre en gran magnitud, ya que, si el empleado evidencia un alto nivel de compromiso continuo, particularmente en conjunto con un bajo compromiso afectivo, podría llegar a ser negativo para la institución. El empleado sentirá decepción y ausencia de alternativas, sentimientos que pueden reflejarse en que el empleado se esmera lo menos posible en su trabajo, manteniéndose en la institución solamente por su conveniencia económica (Betanzos & Paz, 2011). (Meyer, Stanley, Herscovitch, & Topolnytsky, 2002).

El compromiso continuo es un reflejo de la necesidad y la dependencia que el colaborador tiene hacia la organización. Si bien este compromiso es importante que exista en un cierto grado, este no debe manifestarse con gran intensidad. Cuando el colaborador manifiesta un alto grado de compromiso continuo, especialmente en combinación con un bajo compromiso afectivo, puede ser muy perjudicial para la organización. El colaborador puede experimentar sentimientos de frustración y falta de opciones, las cuales se traducen en que el trabajador se esfuerza lo menos posible, permaneciendo en la organización solo por un interés económico (Betanzo& Paz, 2011; Meyer & Allen, 1997; Meyer, et al, 2002).

El tercer elemento, denominado normativo, el cual se manifiesta en el empleado como un sentir de exigencia moral. En este factor se ubica la obligación del empleado por retribuir a los servicios que la institución le ha concedido (Meyer, Stanley, Herscovitch, & Topolnytsky, 2002). Este sentimiento es vinculado con el inherente aprendizaje del individuo, no obstante, es fundamental su presencia, puesto que, si el empleado observa alguna inequidad o abuso, se incrementa la posibilidad de tener una conducta negativa para los intereses de la institución (Betanzos & Paz, 2011).

De acuerdo a la metodología tanto cualitativa como cuantitativa aplicada en la investigación mediante el modelo de valores en competencia, donde además se considera de gran importancia el compromiso que debe existir, para beneficiar a la organización y en tal sentido donde el trabajador se sentirá identificado y estimulado con la institución. Además de incentivar el deseo del empleado por pertenecer a la organización, el cual está relacionado con sentimientos de pertenencia, afecto y alegría; su formación se debe a la valoración que hacen los colaboradores del apoyo y los beneficios recibidos por la empresa.

El análisis que se realiza sobre el nivel de compromiso que tienen sus integrantes con la institución tiene gran importancia, pues permite a los colaboradores tener una seguridad y garantía que están vinculados y forman parte de una maquinaria en la cual cada uno de

ellos, es actuante fundamental y por consecuencia, si las actividades realizadas por la totalidad de su talento humano están aportando al logro de estos objetivos, pero si no es así impide que ese grupo de personal aporte con toda su capacidad de una forma más eficiente.

Los estudios en el campo del clima organizacional realizados por Hernández et al (2014) analizado desde el ámbito laboral estableció un modelo que enmarcará al clima organizacional y lo vinculará con la cultura organizacional todo ello se realizó mediante el modelo de valores en competencia. Con lo cual se elaboró una primera versión de un instrumento que intenta medir el clima organizacional en función del modelo, con el cual se determinó la capacidad que presenta al discriminar entre organizaciones y ser en términos generales válido y confiable, otro aporte en este campo fueron los trabajos de García Saisó , Ortega Andeane & Reyes Lagunes (2014) quienes generaron un instrumento que permitió medir el clima social organizacional en el entorno mexicano de manera confiable y válida, otros trabajo orientados en cambio al compromiso organizacional tenemos la investigación realizada por Máynez Guaderrama (2016), se examina la influencia de la cultura organizacional y del compromiso afectivo sobre la transferencia interna de conocimiento en la empresa, la investigación de García, Ortega et al (2014) determinó la influencia de la cultura organizacional en la sustentabilidad empresarial, debemos mencionar también la investigación de Segredo y Pérez en el año 2016 acerca del desarrollo organizacional desde el ámbito académico, destacando el papel del desempeño del capital humano en las organizaciones, entre otros trabajo que demuestran la importancia del tema a tratarse en este documento.

El plantear el nivel de compromiso organizacional el cual se define como “estado psicológico que un trabajador manifiesta a través de una predisposición positiva al trabajo, que le hace sentir responsabilidad por la organización más allá del cumplimiento de las actividades para las que es contratado y que produce beneficios para la organización” (Ríos Manríquez, M., & Ferrer Guerra 2015 p.1), (Ríos Manríquez, Pérez Rendón, Sánchez Fernandez, & Ferrer Guerra, 2017.p.1) involucra todas las actividades donde el empleado se desarrolla así como también las circunstancias como es el ambiente de trabajo ya sea de tipo, normativo, reglamentario o de deficiencia profesional en la organización, lo que determina un limitante en el logros de sus metas como organización.

Otro factor a tener en cuenta es la cultura organizacional, que se define de acuerdo a García & Tejada (2017) p.111. Como “la combinación de creencias, costumbres, valores, estructuras, símbolos y normas de una organización” expresado en la relación directa con el compromiso organizacional de los servidores, la cual debe según Alcócer & Vera (2004) “hacer diferentes a las organizaciones, producir un sentido de identidad, dirigir las conductas hacia las metas institucionales, facilitar la adaptación de la institución al entorno, al aprendizaje, al cambio, y mantener estable el sistema social interno” citados por Carro, Sarmiento & Ortega (2017)p.112.

El abordaje del problema desde la perspectiva que indica analizar el grado de afinidad organizacional por parte de los administrativos en las instituciones educativas, lo que

permite establecer la garantía, confiabilidad y validez de un instrumento que mida el compromiso organizacional que tienen los servidores de la gestión educativa con respecto a los objetivos estratégicos del Ministerio de Educación, con el cual se pretende:

Establecer el grado de conocimiento que tienen los servidores de la gestión educativa sobre los objetivos estratégicos vinculados a sus labores diarias.

Identificar el nivel de aportación de las actividades que brindan para el logro de los objetivos estratégicos.

Determinar las causas que restringen o disminuyen la aportación de sus actividades al éxito de los objetivos estratégicos.

Plantear estrategias para que el servidor cuente con las condiciones necesarias para que sus actividades contribuyan en su totalidad al logro de los objetivos estratégicos.

A continuación, se exponen los Objetivos Estratégicos del Ministerio de Educación

- Incrementar la cobertura en Educación Inicial (para niños de 3 a 5 años).
- Incrementar la cobertura en Educación General Básica, con énfasis en primero, octavo, noveno y décimo años.
- Incrementar la cobertura en el Bachillerato.
- Reducir la brecha de acceso a la educación de jóvenes y adultos con rezago escolar.
- Incrementar la calidad de aprendizaje de los estudiantes con un enfoque de equidad.
- Incrementar la calidad de la gestión escolar.
- Incrementar las capacidades y el desempeño de calidad del talento humano especializado en educación.
- Incrementar la pertinencia cultural y lingüística en todos los niveles del sistema educativo.
- Incrementar el servicio educativo para los estudiantes con necesidades educativas especiales (asociadas o no a la discapacidad) en todos los niveles del sistema educativo.
- Incrementar la rectoría del Ministerio de Educación.
- Incrementar la eficiencia operacional del Ministerio de Educación con énfasis en la desconcentración administrativa y financiera.
- Incrementar el desarrollo del talento humano del Ministerio de Educación.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto del Ministerio de Educación.

La gestión educativa está conformada por un conjunto de procesos organizados que permiten que una institución o una secretaría de educación logren sus objetivos y metas. Una gestión apropiada pasa por momentos de diagnóstico, planeación, ejecución, seguimiento y evaluación que se nutren entre sí y conducen a la obtención de los resultados definidos por los equipos directivos.

Una buena gestión es la clave para que cada integrante tenga un sentido de pertenencia en los diferentes procesos que se realizan dentro de un proyecto que es de todos. En otras palabras, es fundamental lograr que todos "remen hacia el mismo lado" para lograr lo que se quiere, y mejorar permanentemente. De ahí la importancia de tener en cuenta los cuatro ámbitos de la gestión educativa pudiendo ser pedagógica, administrativo-financiera, organizativa y comunitaria. (Martínez & Cruz, 2015).

La gestión educativa es un proceso orientado al fortalecimiento de los Proyectos Educativos de las Instituciones, que ayuda a mantener la autonomía institucional, en el marco de las políticas públicas, y que enriquece los procesos pedagógicos con el fin de responder a las necesidades educativas locales, regionales. (Martínez & Cruz, 2015). Esto constituye a mi forma de pensar que toda la gestión en el área educativa permiten mantener autonomía en todas las instituciones, de esta forma se desarrollan aún más los procesos pedagógicos, y con lo cual se puede responder de mejor forma las necesidades y requerimientos educativos a nivel local y regional.

Es por ello que es un proceso sistemático que está orientado al fortalecimiento de las instituciones educativas con el fin de enriquecer los procesos pedagógicos, directivos, comunitarios y administrativos, para conservar la autonomía institucional y poder responder a las necesidades (Martínez & Cruz, 2015). De acuerdo a lo que se indica por Martínez y Cruz el desarrollo sistemático en los procesos a nivel educativo permitirá enriquecer los procesos en el campo pedagógico.

Es por ello que se puede concluir que la gestión educativa no es más que un proceso sistémico, que comprende procedimientos donde se establecen pasos y etapas para la planificación y evaluación, dirigido al fortalecimiento del trabajo de las instituciones.

Planteamiento del problema.

Durante los últimos cinco años las organizaciones han sostenido el interés por entender el compromiso que tienen sus colaboradores con ellas, el mayor anhelo de todo ejecutivo de una institución es que sus empleados otorguen su máximo desempeño y se sientan satisfechos con su trabajo.

Se deben tomar en cuenta ciertos elementos que determinan la diferencia en el desempeño y la productividad, como la existencia de la infraestructura apropiada y si los empleados cuentan con todos los componentes propicios para la ejecución de su labor, con lo cual se sientan satisfechos en su lugar de trabajo, de igual manera, el reconocimiento de sus logros y una adecuada comunicación en la organización, contribuirán en gran manera a que se sientan más comprometidos.

Un factor primordial a tener presente, es que la productividad de los empleados muestra una congruencia directa con la satisfacción de estos en sus puestos de trabajo, motivo por el cual es responsabilidad de la organización generar compromiso organizacional en sus empleados para que se cumplan las metas estratégicas.

Bajo este contexto, específicamente, en la realidad actual, a nivel local, se puede observar la situación presentada en la Coordinación Zonal 5 de Educación dista mucho de los parámetros anteriormente mencionados, pues se ha podido notar la falta de entusiasmo en la mayoría de los funcionarios que laboran en esta institución, a pesar de contar con las herramientas necesarias para realizar sus labores, lo cual es producto de las siguientes causas: en algunos casos desconocen los objetivos estratégicos de la institución, en otros sienten que sus labores no están vinculadas en su totalidad con estos objetivos estratégicos, lo cual genera una sensación de insatisfacción en estos funcionarios, lo cual repercute en su productividad, generando en ocasiones inequitativas cargas de trabajo entre unos y otros.

Esta información se recogió mediante encuestas a los administrativos, donde los funcionarios indican esta problemática existente como es falta de motivación y entusiasmo en realizar las actividades cotidianas, para lo cual se ha utilizado la escala de Likert como instrumento de medida de las cualidades dentro del trabajo de los funcionarios de varias áreas.

Método de investigación.

El estudio se ha realizado en la Coordinación Zonal 5 de Educación, del Cantón Milagro de la provincia de Guayas.

Con estos antecedentes nos formulamos la siguiente interrogante ¿cómo comparar el nivel de compromiso organizacional de los funcionarios administrativos de la gestión educativa con los objetivos estratégicos institucionales?

Objetivo: Diseñar una estrategia educativa que contribuya a determinar el nivel de compromiso organizacional de los funcionarios administrativos de la gestión educativa con los objetivos estratégicos institucionales.

Objetivos específicos.

1. Definir conceptualmente los elementos teóricos que sustentan el estudio del nivel de compromiso organizacional de los funcionarios administrativos de la gestión educativa con los objetivos estratégicos institucionales.
2. Caracterizar el estado actual del nivel de compromiso organizacional de los funcionarios administrativos de la gestión educativa con los objetivos estratégicos institucionales.
3. Diseñar una estrategia educativa que contribuya a determinar el nivel de compromiso organizacional de los funcionarios administrativos de la gestión educativa con los objetivos estratégicos institucionales.
4. Validación de la estrategia educativa que contribuya a determinar el nivel de compromiso organizacional de los funcionarios administrativos de la gestión educativa con los objetivos estratégicos institucionales.

Novedad científica: Por primera vez se diseña una estrategia educativa aplicada a la relación que existe entre los funcionarios administrativos de la gestión educativa y el compromiso con la organización y los objetivos estratégicos institucionales para alcanzar los objetivos propuestos, determinando la eficacia y la eficiencia de los mismos.

Objeto de investigación: El grado de compromiso o filiación de los administrativos y funcionarios con respecto a los establecimientos educativos.

Campo de acción: El nivel de compromiso o filiación organizacional de los funcionarios administrativos dentro de los establecimientos educativos.

La presente investigación es netamente positivista la cual se encarga de realizar un análisis de los datos analizados de forma cualitativa y cuantitativa.

En el caso de los métodos teóricos que favorecen la redacción del trabajo en general se encuentran.

Histórico-lógico: Permite constatar la evolución histórica de la problemática en estudio.

Analítico-sintético: Permite el análisis de criterios de diversos autores y la interpretación de datos obtenidos en estudios realizados del tema en cuestión, diferentes maestrías y tesis de doctorados.

1. Inductivo-deductivo: Determina los fundamentos teóricos y metodológicos que sustentan la investigación.
2. Estadístico: Al procesar e interpretar los resultados de los métodos empíricos.

Técnicas de Investigación Metodológica:

1. El análisis de documentos: Se emplea en la realización de un análisis crítico sobre la problemática a tratar, recogida en diferentes fuentes como: materiales complementarios, textos, tesis de maestría, doctorados, resoluciones y publicaciones.
2. La observación: Se utiliza en la recolección de la información para realizar un estudio sobre la problemática a tratar.
3. La entrevista: Se aplica a los funcionarios para determinar su nivel de conocimiento sobre gestión educativa, organización y objetivos estratégicos institucionales.
4. La encuesta: Se aplica a las organizaciones estatales para saber si están siendo eficaces y eficientes en el cumplimiento de los objetivos propuestos.
5. Criterio de especialista: Para someter a su juicio y valoración cualitativa de la concepción de la propuesta.

Instrumentos Utilizados

El instrumento que se utilizará para recaudar la información será la versión validada del cuestionario CATO (Cuestionario sobre los Atributos de la Organización).

Se desarrollarán preguntas divididas para sacar el compromiso afectivo, el compromiso normativo y el compromiso continuo o de continuidad.

Significación práctica: Está dada por la propuesta de una estrategia educativa la cual contribuye a determinar el nivel de compromiso organizacional de los funcionarios administrativos de la gestión educativa con los objetivos estratégicos institucionales

Criterio de especialista: Para someter a su juicio y valoración cualitativa de la concepción de la propuesta.

Variables.

Clima Laboral, Compromiso Organizacional, Comportamiento Organizacional

Resultados del diagnóstico

Para la realización del diagnóstico se tuvo en cuenta una población de 100 funcionarios de la Coordinación Zonal 5 Educación del cantón Milagro que representa el 100 %. **La muestra** de estudio utilizada, fue seleccionada de forma intencional correspondiendo al 100 % de la población.

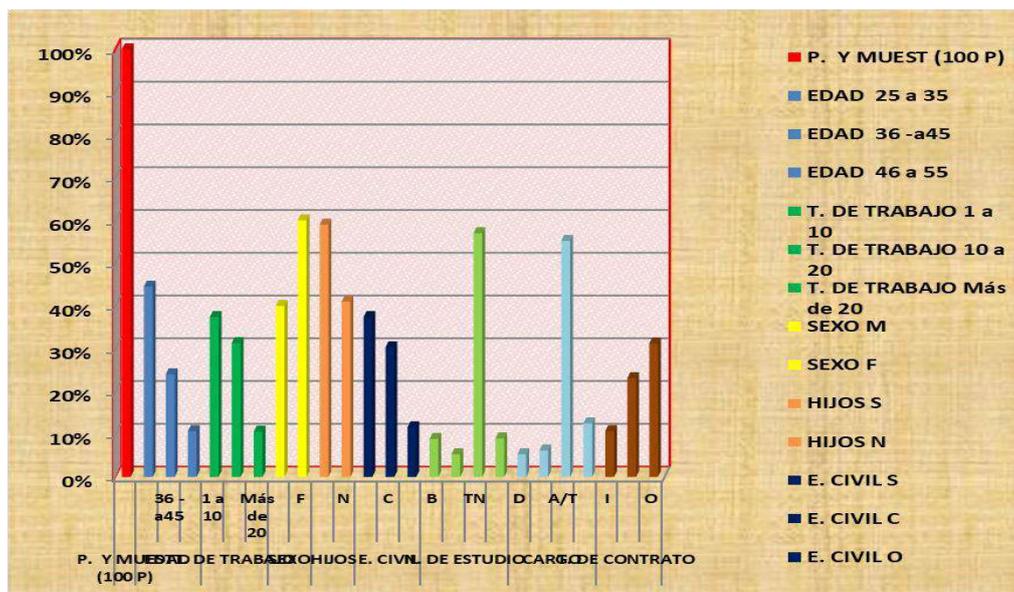
A través del diagnóstico-investigativo desarrollado por parte del autor, se aplicó una encuesta con el objetivo de conocer cómo se siente el personal y percibe la organización institucional, teniendo en cuenta la caracterización de la muestra reflejada en la figura 1.

El 40% de los sujetos que respondieron fueron hombres y el 60 % mujeres. La edad media fue de 40 años. Con respecto al estado civil el 42 % eran solteros, el 34 % casados y el 24 % representó otros. El 59 % de los encuestados tienen hijos y el 31 % no tienen.

En cuanto al nivel de estudios alcanzado, el 15 % eran bachilleres, el 7% tecnológico, el 69% poseían el tercer nivel y el 9 % el cuarto nivel. El tiempo medio trabajado fue de 20 años. El 20% ocupaba un puesto de operario, el 62% de Administrativo/Técnico, el 12% de Mando intermedio, el 6% de Directivo. El tipo de contrato laboral era indefinido para un 12% de los participantes, temporal para un 36,1% y un 55% tenía otro tipo de contrato.

Respecto a las organizaciones de pertenencia, el 100% son públicas. (En la Tabla 1 se evidencian los resultados obtenidos de la caracterización y datos personales de la muestra).

Tabla 1: Caracterización de los datos personales de la muestra representada por 100 funcionarios de la Coordinación Zonal 5 Educación del cantón Milagro en el periodo escolar 2018-2019.



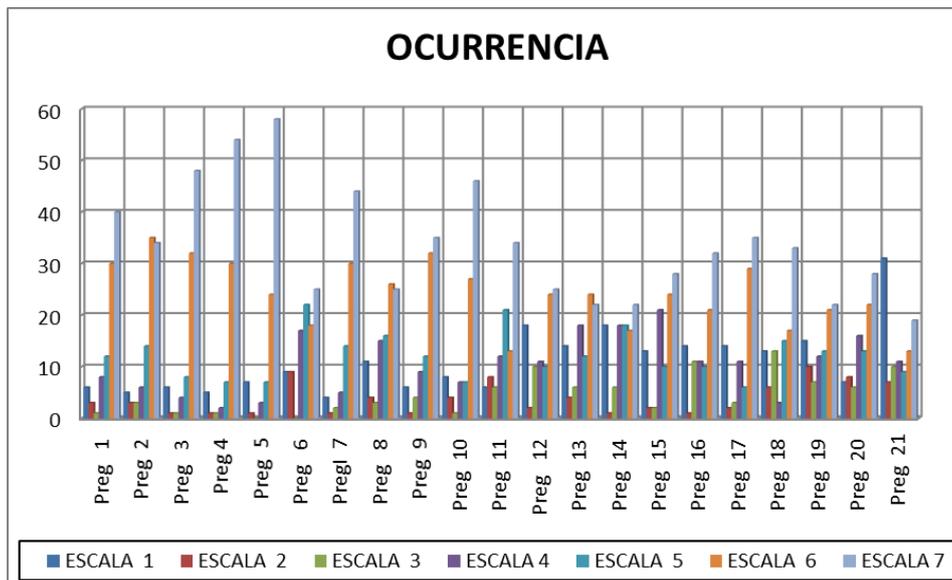
Para la valoración del análisis factorial se tuvo en cuenta la participación de los 100 funcionarios de la Coordinación Zonal 5 Educación del cantón Milagro en la aplicación del cuestionario para medir el estado actual del compromiso organizacional. El cuestionario presenta 21 ítems de análisis con dos valoraciones una de ocurrencia y otra de importancia distribuidas en 7 escalas cada una.

Se tomó en consideración las preguntas más significativas del cuestionario en una escala del 1 al 7 para realizar la valoración.

En el análisis de la valoración de ocurrencia las preguntas más representativas fueron la 6 donde los encuestados se manifestaron en las escalas 6 y 7 planteando que están moderadamente de acuerdo y de acuerdo en que no se sienten emocionalmente unidos a la organización. En la pregunta 7 se manifestaron en las escalas 6 y 7, expresando que no sienten ninguna obligación de seguir trabajando para la organización. En la pregunta 16 mostraron más inclinación por las escalas 6 y 7, manifestando que una de las desventajas de dejar esta organización es que hay pocas posibilidades de encontrar empleo. En la pregunta 17 respondieron en las escalas 6 y 7, expresando que, si decidieran dejar esta organización ahora, muchas cosas en sus vidas se verían interrumpidas. En la pregunta 18 se manifestaron en las escalas 6 y 7, declarando que en este momento dejar esta organización supondría un gran coste para ellos. En la pregunta 19 se manifestaron en las escalas 6 y 7, respondiendo que si dejaran esta organización no tendría muchas opciones de encontrar otro trabajo. En la pregunta 20 se expresaron en las escalas 6 y 7 respondiendo que ahora mismo, trabajan en esta organización más porque lo necesitan y no porque ellos quieran. En la pregunta 21 plantearon que podrían dejar ese trabajo, aunque no tengan otro a la vista.

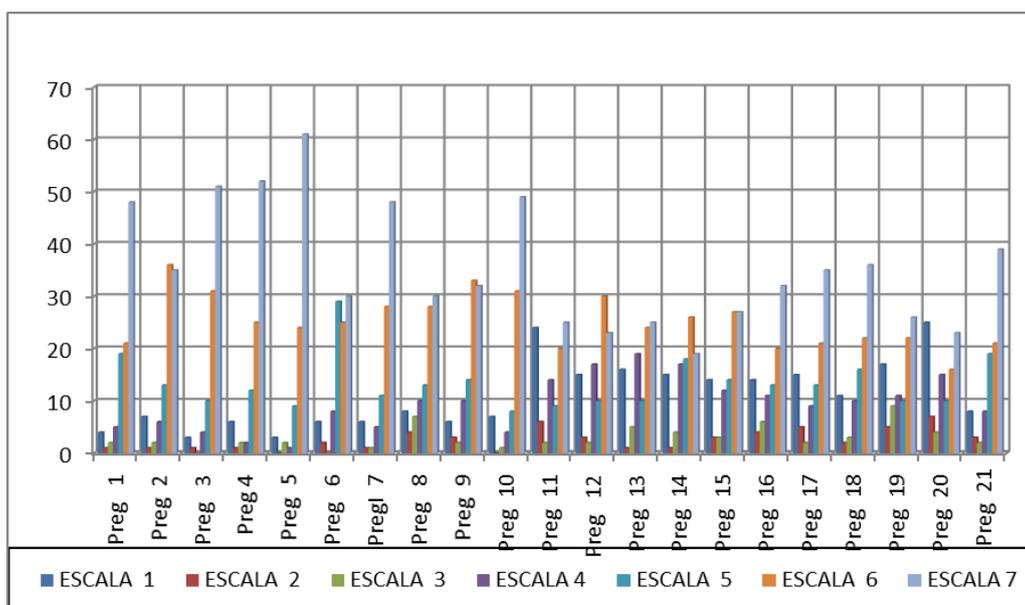
En la siguiente tabla se puede apreciar los resultados arrojados del aspecto ocurrencia (observar Tabla 2: Valoración de los ítems de ocurrencia).

Tabla 2: Valoración de los ítems de análisis de ocurrencia a los 100 funcionarios encuestados de la Coordinación Zonal 5 Educación del cantón Milagro en el periodo escolar 2018-2019.



En el aspecto importancia coinciden las mismas preguntas (6, 11, 16, 17, 18, 19, 20 y 21 y escalas (6 y 7) con las de ocurrencia. (Observar Tabla 3: Valoración de los ítems de importancia).

Tabla 3: Valoración de los ítems de análisis de importancia a los 100 funcionarios encuestados de la Coordinación Zonal 5 Educación del cantón Milagro en el periodo escolar 2018-2019.



Teniendo en cuenta los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento, pudo corroborarse que los sujetos no se sienten comprometidos con la organización; pero que les resulta beneficioso por el aspecto económico que les brinda.

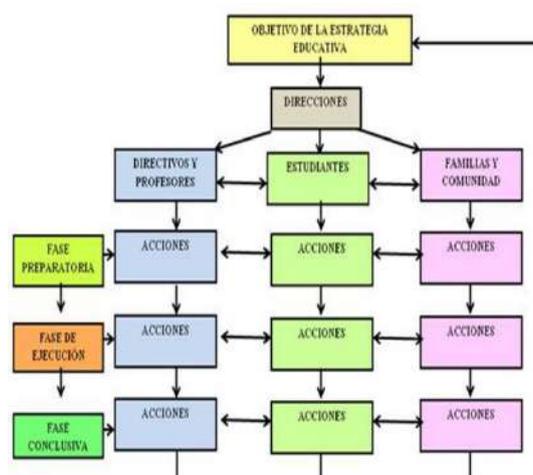
Como resultado de la investigación se propuso una estrategia educativa dirigida a los funcionarios con las exigencias educativas en el siglo XXI las cuales no pueden ser las mismas que las del siglo pasado. Los efectos de la globalización, las innovaciones tecnológicas, el Internet, entre otras, han provocado un cambio sustancial en las necesidades de formación de los recursos humanos requeridos en todos los niveles. Lo cual trae consigo la activación de mecanismos de intervención para el mejoramiento de la calidad de la educación del cantón Milagro, los cuales deben ir dirigidos fundamentalmente hacia el rediseño curricular, puntal de la sistematización del proceso educativo.

Este rediseño necesariamente apunta al proyecto curricular nacional, al diseño curricular del nivel educativo, a los planes y programas de estudios, que por ende incluye el perfil profesional que debe poseer el egresado, definido por Fernández (2010) como “la síntesis entre el saber-ser y el saber-hacer” (p.131).

Parafraseando la definición de perfil profesional de Fernández, (2010) la síntesis entre el saber-ser y saber-hacer, aún en el diseño existen falencias para desarrollar el saber-hacer y el deber-ser. Es decir, la práctica en la elaboración del perfil profesional desvirtúa su verdadero sentido orientador al priorizar los procedimientos y sólo enfocarse en listar lo que el estudiante debe aprender a hacer durante la formación profesional, dejando de lado, entre otros aspectos, competencias que son de significativa importancia para un desempeño eficiente y de calidad de su profesión

Estrategia educativa.

Tabla 4: Esquema de la Estrategia Educativa elaborada por el autor de la investigación como propuesta para contribuir al “Compromiso de los funcionarios de la Gestión Educativa con la Organización y los Objetivos Estratégicos Institucionales” en el 2018.



Dentro de las estrategias educativas están desarrollar conciencia del rol de funcionarios administrativos y en la transformación del sujeto que aprende, familia y entorno, generar ambientes motivadores e integradores; eficacia y eficiencia en la diversidad de contextos

y ambientes de aprendizaje; acompañar de forma personalizada el proceso de aprendizaje de cada estudiante.

En cuanto a la investigación evaluativa y empírica el diseño de la investigación es no experimental, ya que se pretende ver una situación, ya existente y no provocada intencionalmente y en relación a la investigación empírica. Es transversal, (Hernández Sampieri R. F., 2010), porque se recolectan datos en un solo momento, correspondiendo éstos a tiempos únicos, para describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Conclusiones.

- La propuesta de esta investigación contribuye a determinar el nivel de compromiso organizacional de los funcionarios administrativos de la gestión educativa con los objetivos estratégicos institucionales. Permite crear un entorno laboral positivo para que los servidores tengan buenas referencias de la organización, se sientan honrados de pertenecer a ella y estén dispuestos a realizar sus tareas porque les gusta y no porque sea una obligación, además se podrá retener al talento humano y se logrará generar un desarrollo dentro de la institución.
- Esto se obtendrá al practicar la solidaridad, honradez, responsabilidad, respeto y equidad; crear espacios y organización de aprendizaje que generen experiencias significativas y relevantes; demostrar habilidades y capacidades para el manejo de la información, investigación y procesos comunicativos en equipo; procesar el conocimiento pedagógico mediado por las TIC; trabajar en equipos colaborativos y en red; formular y resolver problemas educativos y del aprendizaje mediante la investigación-acción; aplicar e innovar estrategias y recursos didácticos y metodológicos para realizar su labor educativa con flexibilidad.

Referencias Bibliográficas.

- Abu Bakar, Rohaizat, & Sukati. (2013) “Las prácticas de marketing interno y su efecto en la satisfacción laboral, la orientación al cliente y el compromiso organizacional: evidencia de la industria de servicios” Revista del Ministerio de Trabajo, pag. 129-140.
- Alcócer Cisneros & Vera La Torre. (2004) “Acerca de la cultura organizacional” Revista Cultura, 18(1), 227-239.
- Araque Jaimes, Sánchez Estepa, & Uribe R. (2017) “Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos” Estudios Gerenciales, January-March 2017, Vol.33(142), pp.95-101.
- Betanzos Diaz, Andrade Palos, & Paz Rodríguez. (2006) “Compromiso organizacional en una muestra de trabajadores mexicanos” Revista de psicología del trabajo y de

las organizaciones = Journal of work and organizational psychology, ISSN 1576-5962, Vol. 22, N° 1, 2006, págs.

Colombia aprende. La red el conocimiento. ¿Qué es gestión educativa? Ministerio de Educación Nacional. República de Colombia. Consultado en <http://colombiaprende.edu.co/html/home/1592/article-129664.html>

Carreón Guillén. (2015) “Compromiso laboral del trabajo social en el sector salud”. Contad. Adm [online]. 2015, vol.60, n.1, pp.31-51. ISSN 0186-1042.

Carro Suárez, Sarmiento Paredes, & Rosano Ortega. (2017) “La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial” *estud.gerenc.* [online]. 2017, vol.33, n.145, pp.352-365. ISSN 0123-5923. <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006>.

Fernandez, Tejada (2010) “El Perfil profesional”. *Revista electrónica de investigación educativa* 7 (2) 1-31p.

García Saisó, Ortega Andeane, & Reyes Lagunes. (2014) “Adaptación y Validación Psicométrica de la Escala de Clima Social Organizacional (WES) de Moos en México”. *Acta de Investigación Psicológica - Psychological Research Records* 2014, 4 (1)

Hernández Sampieri, Méndez Valencia, & Contreras Soto. (2014) Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia”. *Contaduría y administración*, ISSN 0186-1042, Vol.

Martínez Cruz, KG. (2015). “Concepto de gestión educativa”. Consultado en [https://www.gestiopolis.com/concepto-de-gestion-educativa-ensayo/..](https://www.gestiopolis.com/concepto-de-gestion-educativa-ensayo/)

Manríquez, Martha, Maria, Guerra, & Julián.(2010) El empoderamiento como predictor del compromiso organizacional en las pymes. *Contad. Adm [online]*. 2010, n.231, pp.103-125. ISSN 0186-1042

Máynez Guaderrama.(2016) La influencia de la cultura organizacional y la capacidad de absorción sobre la transferencia de conocimiento tácito intra-organizacional. *Revista Internacional Administración & Finanzas* 9 (1), 69-80, 2016. 7, 2016.

Meyer, Stanley, Herscovitch, & Topolnytsky.(2002) Compromiso afectivo, continuo y normativo con la organización: un metanálisis de antecedentes, correlatos y consecuencias. *Journal of Vocational Behavior*, 61 20-52 doi:10.1006/jvbe.2001.1842

Periódico Altablero. No 42 (Septiembre - Noviembre, 2017). “La gestión educativa es la vía al mejoramiento de la educación. Ministerio de Educación” Nacional.

República de Colombia. Consultado en
<https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-137440.html>.

Ríos Manríquez, M., & Ferrer Guerra. (2015) “Impacto de las de las variables moderadoras en las dimensiones que conforman el compromiso organizacional”.

Román Calderón, Krikorian, Franco Ruiz, & Betancur Gaviria. (2016) “Apoyo organizacional y empoderamiento como antecedentes decomportamientos empoderados y participación de los empleados”.*Revista Estudios Gerenciales*, vol. 32, núm. 139, abril-junio, 2016, pp. 154-161

Ruiz de Alba Robledo. (2013) “El compromiso organizacional: un valor personal y empresarial en el marketing interno”.*Revista de Estudios Empresariales* 1, 67-89.

Salvador, Ferrer (2012) “El compromiso organizacional como predictor de la inteligencia emocional”. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology* - 2012, Vol. 46, Num. 2, pp. 255-260.

Soberanes Rivas & De la Fuente Islas (2009) “Clima organizacional: una investigación en la Institución Prestadora de Servicios de salud (IPS) de la Universidad Autónoma de Manizales” *Revista Internacional. La nueva gestión organizacional*, 5(9), 120-127.

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador. (13 de 03 de 2018). www.planificacion.gob.ec. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Para citar el artículo indexado.

Pacheco E., & Cedillo M. (2019). El nivel del compromiso organizacional de los funcionarios públicos en la mejora de la gestión educativa y los objetivos estratégicos de la coordinación zonal 5 de educación - caso Ecuador. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 82-98. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/397/888>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 26-02-2019 / Revisado: 27-02-2019/Aceptado: 21-03-2019/ Publicado: 05-04-2019

La calidad del servicio en la mejora de la gestión en la atención al usuario de CNEL EP del cantón Milagro-Ecuador en el año 2018.

The quality of the service in the improvement of the management in the attention to the user of CNEL EP of the canton Milagro-Ecuador in the year 2018.

Luis Hernán Campos Freire¹ & Carlos María Lazo Vento.²

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.395>

Resumen.

La globalización, tecnología, capacidad y nuevos roles del talento humano en las empresas públicas amerita que se debe cumplir con servicios de calidad, para lo cual debe contar con herramientas necesarias que le permita alcanzar niveles óptimos de satisfacción de los usuarios. Una de estas herramientas es la gestión de calidad en sus procesos administrativos, en el que se enmarque en adiestrar al talento humano identificado con la filosofía de calidad.

Implementar un modelo para mejorar la calidad de servicio a los usuarios de CNEL EP es la clave para que la institución eleve y mantenga su prestigio ante la comunidad a la que se debe, la única forma de realizar es ofrecer compromiso de calidad, asegurando un futuro efectivo y de confianza mediante un modelo administrativo bien planeado y documentado.

La investigación centra su importancia en establecer el proceso por el cual la institución puede pasar a un estado de mejora no solo de calidad sino en mejora continua de atención y servicio al usuario. Es por ello que, cuando se pretende mejorar la calidad de los servicios que CNEL EP entrega a sus usuarios, fortalecer las capacidades de gestión de la institución, instalar una cultura de mejoramiento de los procesos, basada en la autoevaluación y la aplicación de planes o iniciativas de mejora como camino para llegar a la excelencia, este tipo de modelo aparece como herramienta válida para entregar una referencia de la gestión de los servicios.

Palabras claves: Calidad, gestión, mejora, satisfacción del usuario.

¹ Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, hcamposf2011@hotmail.com

² Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, clazov@unemi.edu.ec

Abstract.

The globalization, technology, capacity and new roles of human talent in public companies warrants that quality services must be met, for which it must have the necessary tools to achieve optimal levels of user satisfaction. One of these tools is the management of quality in its administrative processes, which is framed in training human talent identified with the philosophy of quality.

Implementing a model to improve the quality of service to users of CNEL EP is the key for the institution to elevate and maintain its prestige in the community to which it is owed, the only way to do it is to offer quality commitment, ensuring a future effective and trustworthy through a well-planned and documented administrative model.

The research focuses its importance on establishing the process by which the institution can move to a state of improvement not only in quality but in continuous improvement of attention and service to the user. That is why, when it is intended to improve the quality of the services that CNEL EP delivers to its users, strengthen the management capabilities of the institution, install a culture of process improvement, based on self-assessment and the application of plans or improvement initiatives as a way to reach excellence, this type of model appears as a valid tool to provide a reference for the management of services.

Keywords: Quality, management, improvement, user satisfaction.

Introducción.

El presente artículo hace referencia a un modelo para mejorar la calidad de atención como instrumento de apoyo a CNEL EP que quiere alcanzar resultados de excelencia, es factible y, el mismo servirá como marco de referencia que ayude a las demás instituciones públicas a planificar y evaluar su desempeño o rendimiento en una amplia variedad de procesos e indicadores, orientar y alinear los recursos e iniciativas institucionales para avanzar en el mejoramiento de la gestión y logro de las metas estratégicas.

El modelo propuesto es flexible y no prescriptible, es decir, permite a cualquier tipo de organización utilizar y adaptar según sus necesidades. La propuesta se basa en el principio de gestión orientada hacia la satisfacción de los usuarios, la calidad es intrínseca al servicio y es el usuario de CNEL EP quien la juzga a partir de percepciones por lo tanto la institución debe estar atenta a todas las características y atributos del servicio brindado, son estos los que aumenta o no su satisfacción, determinan sus preferencias y los hace creer en la excelencia del servicio público.

Es viable la investigación, basados en la teoría del capital intelectual, corresponden a elementos constitutivos del proceso de atención en CNEL EP. Estos hacen referencia a la calidad en términos de la atención por parte del funcionario (humano); calidad en términos de agilidad en los procesos y tiempo de espera (organizativo de los procesos); y calidad en términos de infraestructura que permite un buen servicio (espacio físico) todos explicarían en mayor o menor medida la calidad del servicio entregado (calidad percibida) y a la imagen que proyecta CNEL EP (imagen), en conjunto determinan el grado de

bienestar del usuario en relación a la experiencia al acudir a la institución, es el constructor de satisfacción.

Desarrollo.

El método de investigación que se desarrolló en esta investigación es de tipo documental y de observación haciendo mucho énfasis en la realización de un análisis crítico sobre la problemática a tratar, recogida en diferentes fuentes como: materiales complementarios, textos, tesis de maestría, doctorados, resoluciones y publicaciones.

Según Huergo (2016) la palabra gestión proviene de “gestus”, una palabra latina que significa: actitud, gesto, movimiento del cuerpo. En principio, este significado remite a lo que el sociólogo Pierre Bourdieu ha designado la hexis, esto es: el modo en que un hábitus (una serie de esquemas, dispositivos e interpelaciones culturales internalizadas por los sujetos) se expresa a través del cuerpo en gestos, posiciones, movimientos, etc. Pero este significado no dice nada sobre el carácter activo de la gestión, ya que pone énfasis en movimientos y actitudes vividas como “naturales” por los sujetos de una determinada cultura. Sin embargo, “gestus” es derivada de otra palabra latina: “gerere”, que posee varios significados:

- Llevar adelante o llevar a cabo,
- Cargar una cosa,
- Librar una guerra o trabar combate,
- Conducir una acción o un grupo,
- Ejecutar, en el sentido de un artista que hace algo sobre un escenario.

La palabra gestión proviene directamente de “gestio-onis”: acción de llevar a cabo y, además, está relacionada con “gesta”, en tanto historia de lo realizado, y con “gestación”, llevar encima. La gestión implica también una concepción y una práctica respecto del poder, de la administración y la circulación del mismo y de las formas de construir consensos y hegemonías dentro de una determinada organización o institución. Vale recalcar que la construcción de hegemonías no significa inmediatamente el planteamiento de situaciones de dominio, sino la posibilidad y el proyecto de articulación de fuerzas y de diferencias, a través de un imaginario y un objetivo común (Uranga, 2015).

Según Aguilar, (2014) la Gestión (o Management) es la actividad que desarrollan los directivos en el seno de una empresa u organización. Son los encargados de conseguir un nivel adecuado de eficiencia y productividad. Aunque resulte paradójico, los directivos no desarrollan trabajo en el sentido ordinario de la palabra; lo que hacen es realizar para la organización cinco funciones y, al hacerlo, representan tres importantes papeles y aplican otras tantas capacidades primordiales.

Aguilar considera que “Su grado de efectividad no viene dado por sus esfuerzos personales sino por los resultados que alcancen. No tienen que ceñirse a planteamientos teóricos, sino que tienen que tener la habilidad de saber escoger y aplicar los métodos o

técnicas que sean más apropiadas a una situación real determinada” (Aguilar, 2014, pág. 5).

Por todo ello, (Campuzano, Ziadet, & Echeverría, 2016) definen los cinco conceptos claves relacionados con la Gestión son:

1. Los directivos desarrollan unas tareas y servicios diferentes con respecto al resto de las personas que integran la organización.
2. Al llevar a cabo su trabajo, los directivos realizan para la empresa cinco funciones características: Planificar, Organizar, Dotar de personal, Dirigir y Controlar.
3. Los directivos representan tres importantes papeles en la organización (Interpersonal, Informativo y Decisorio) y aplican tres aptitudes básicas (Intelectuales, de Relaciones humanas y Técnicas).
4. La efectividad de los directivos se juzga en función de los resultados que obtengan para la organización en función de los recursos disponibles.
5. Los directivos tienen que ser capaces de discernir las diferencias que existen entre distintas situaciones y aplicar aquellos métodos que sean más convenientes según los factores que predominen en cada situación específica.

“La Gestión (o Management) es el proceso en virtud del cual se manejan una variedad de recursos esenciales con el fin de alcanzar los objetivos de la organización” (Majad, 2016, pág. 150). Uno de los recursos más importantes son las personas que trabajan para la empresa. Los directivos dedican gran parte de sus esfuerzos a planificar, dirigir y controlar el trabajo de estos recursos humanos. La diferencia entre los directivos y el resto de los empleados está en que los primeros dirigen el trabajo de los demás (Peláez, 2014).

La efectividad de la Gestión consiste en mantener un adecuado equilibrio entre los dos factores: resultados y recursos. Lo ideal es obtener los máximos resultados con los mínimos recursos, pero esto no siempre es posible, por lo que es más realista buscar la eficiencia persiguiendo unos resultados óptimos, no máximos. En este caso, óptimo significa el resultado más favorable bajo unas circunstancias específicas o limitadas, es decir, los resultados dependerán de la adecuación, eficacia y utilización de los recursos empleados (Aduna & García, 2014).

Hay que tener en cuenta además que existen pocas situaciones exactamente iguales. En todas suelen intervenir un alto número de factores diferenciadores, tales como el grado de motivación y capacidad de los participantes, los recursos financieros y materiales disponibles, la claridad de las comunicaciones, la cantidad de datos o información accesible, y los grados de importancia y urgencia de la propia situación (Peláez & García, 2014).

Entre los numerosos métodos y técnicas de gestión que están disponibles, no hay ninguno o ninguna que funcione bien en todas las situaciones. Si cada una de las teorías, conceptos o técnicas, fuera universalmente aplicable, no habría necesidad de directivos. Todo podría ser programado en un ordenador y se tomarían las decisiones y se solucionarían los problemas, automáticamente. Esto es lo que da lugar al llamado management situacional

o de contingencia. El aspecto de contingencia de la gestión es lo que caracteriza el trabajo de los directivos, que han de tener capacidad para analizar una situación particular de modo que se identifiquen sus características dominantes y pueda ser diferenciada de otras situaciones, para luego escoger la solución más apropiada (Restrepo & Arias, 2015).

Las Funciones de la Gestión.

Los directivos llevan a cabo las cinco funciones características del proceso de gestión:

- i. Planificar, organizar, dotar de personal, dirigir y controlar,
 - ii. Partiendo de una secuencia lógica, aunque en la práctica, cualquiera de estas funciones puede ser considerada con independencia de las demás y en la secuencia que dicten las circunstancias (Perea, 2016).
1. **Planificar:** establecer objetivos globales que aúne las acciones de todos los empleados. Además de establecer objetivos se han de diseñar programas y calendarios que contribuyan a la consecución de los mismos. Los directivos del primer nivel suelen establecer metas y planes a corto plazo, por ejemplo, cuántas unidades debe producir el grupo en el día. Los directivos de nivel medio manejan unos objetivos o metas que, generalmente, tienen una proyección de un mes a un año. Por último, los directivos del nivel superior fijan objetivos y desarrollan planes más amplios para toda la organización, con un horizonte entre uno y cinco años.
 2. **Organizar:** pretende resolver la cuestión de quién debe hacer qué, es responsabilidad de los directivos señalar las tareas y deberes que tienen que realizarse para que la organización alcance sus objetivos. También han de establecer las relaciones que deben existir entre los distintos puestos de trabajo, la dependencia o jerarquía que existirá entre ellos.
 3. **Dotar de personal:** los puestos de trabajo que cuelgan de un organigrama carecen de significado hasta que son ocupados por personas que se suponen cualificadas para desarrollar las tareas asignadas a dichos puestos. Cuando los directivos realizan las gestiones necesarias para cubrir los puestos, están llevando a cabo la función de dotación de personal.
 4. **Dirigir:** una vez que los planes están establecidos, se haya creado la estructura orgánica y cubierto los puestos de trabajo, la organización ya está preparada para ponerse en marcha, y para hacerlo necesita de la dirección. Los directivos dirigen (ordenan o instruyen) a los empleados en la realización de sus tareas; esto exige que además de ser unos expertos comunicadores, deben saber proporcionar la adecuada motivación y liderazgo.
 5. **Controlar:** en el momento en que la organización se ha puesto en movimiento, hay que esperar que todos sus miembros realicen bien su trabajo, que los planes se cumplan y que se alcancen los objetivos fijados. Pero muchas veces esto no sucede, y hay que comprobar con cierta regularidad si las cosas se están desarrollando o no según las previsiones, y en esto consiste la función de control

del directivo. Además, debe saber tomar las medidas correctoras necesarias en cada momento.

Modelo de gestión.

Se establece como modelo de gestión a la integración de diferentes actividades relacionadas con el talento humano, el valor añadido a estos es la asociación que se producen en los elementos que los integran para lograr una mejor comprensión de los mismos (Peláez, 2014). Existen tipo de modelos según criterios de clasificación: de alto rendimiento (basado en la implicación y orientación hacia el personal); orientados al control (basado en el control disciplinar y de gestión impuesto por la dirección) (Perea, 2016).

La existencia de diversos modelos de gestión hacia el talento humano hace suponer la importancia del personal en una organización. Muchos investigadores especialistas en el tema como Carachos, Barling e Iverson (2005), Zohar (2002) plantean modelos de gestión modernos basados al control, compromiso, implicación, rendimiento, seguridad en el trabajo y orientados al cliente (Majad, 2016).

Para mejorar las alternativas en modelos de gestión de talento humano desde una perspectiva estratégica y explicar las relaciones entre las dimensiones y sus consecuencias para la organización, Peláez y García (2014) considera que se debe elegir un modelo que permita avanzar en la comprensión de dos enfoques: que se alcance los objetivos organizacionales y se desarrolle el comportamiento social del empleado como estrategia que contribuye al desempeño positivo de la empresa.

Gracias al resultado del estudio de factores socioeconómicos condicionantes, se ha llegado a la concepción de diferentes modelos para la aplicación práctica de sistemas de gestión y cuya adopción dependerá del análisis de la situación específica de la empresa y del entorno (Aduna y García, 2014).

Los tipos de modelos de acuerdo al criterio de clasificación son por alto rendimiento que se basan en la implicación y la orientación hacia el personal de la organización y orientadas al control que se basan en el control disciplinar y de gestión impuesto por la dirección de la organización; por composición que se basan en las prácticas de recursos humanos empleadas; por objetivos que se intentan alcanzar con la aplicación de un determinado modelo (Rodríguez y Rodríguez, 2011).

Modelo de gestión de calidad.

La tendencia actual de la sociedad occidental tanto en el sector privado como en el público es la adopción de modelos de gestión que sirvan de referente y guía en los procesos permanentes de mejora de los productos y servicios que ofrecen. Un modelo es una descripción simplificada de una realidad que se trata de comprender, analizar y, en su caso, modificar (Rodríguez & Rodríguez, 2011).

Un modelo de referencia para la organización y gestión de una empresa permite establecer un enfoque y un marco de referencia objetivo, riguroso y estructurado para el diagnóstico de la organización, así como determinar las líneas de mejora continua hacia las cuales deben orientarse los esfuerzos de la organización. Es, por tanto, un referente estratégico que identifica las áreas sobre las que hay que actuar y evaluar para alcanzar la excelencia dentro de una organización (Rodríguez D. , 2012).

Un modelo de gestión de calidad es un referente permanente y un instrumento eficaz en el proceso de toda organización de mejorar los productos o servicios que ofrece. El modelo favorece la comprensión de las dimensiones más relevantes de una organización, así como establece criterios de comparación con otras organizaciones y el intercambio de experiencias. La utilización de un modelo de referencia se basa en que:

- Evita tener que crear indicadores, ya que están definidos en el modelo.
- Permite disponer de un marco conceptual completo.
- Proporciona unos objetivos y estándares iguales para todos, en muchos casos ampliamente contrastados.
- Determina una organización coherente de las actividades de mejora.
- Posibilita medir con los mismos criterios a lo largo del tiempo, por lo que es fácil detectar si se está avanzado en la dirección adecuada (Vieira, 2014).

Con el transcurso del tiempo el mercado consumidor de bienes y servicios se ha transformado en un mercado muy selectivo que, por ende, ha llevado a la oferta a proveer productos de mejor calidad y más competitivos. El fin que busca el cliente hoy en día es la entrega de calidad. Es necesario establecer una estructura de actividades en la organización con el propósito de conseguir este objetivo, todo este proceso se lo conoce como Gestión de la Calidad. “La calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. La competitividad exigirá, además, que todo aquello se logre con rapidez y al mínimo coste” (Cuatrecasas, 2010, pág. 12).

Es necesario hoy en día que las empresas que presenten problemas al momento de la entrega de servicio busquen la manera de corregir esta debilidad, ya que lo que busca el cliente actualmente es la calidad no solo del producto sino también la calidad de servicio entregada al momento de adquirir un producto. Por ello es que se ha vuelto más común el deseo de las empresas por mejorar sus procesos mediante la implementación de modelos de gestión de calidad (Borja & Jijón, 2014).

La gestión de la calidad puede responder a normas comúnmente aceptadas. La normalización es importante para la sociedad “ya que facilita la adaptación de los productos, procesos y servicios a los fines a los que se destinan, protegiendo la salud y el medio ambiente, previniendo los obstáculos al comercio y facilitando la cooperación al comercio” (Lussier, 2012, pág. 44).

Entenderemos modelo como una herramienta orientada a conseguir la mayor eficacia y eficiencia en la gestión, una descripción simplificada de la realidad que nos permite describirla, analizarla y modificarla.

Más complejo es definir que entenderemos por calidad, dado que sus definiciones son dinámicas y variadas. Si bien, y de acuerdo a los objetivos de este artículo, nuestro interés en la calidad apunta más bien al concepto en los servicios, veamos primero algunas definiciones más genéricas.

Calidad, en el marco del cumplimiento de estándares, se define como el nivel de acuerdo con las especificaciones establecidas en el diseño del producto o servicio, o calidad técnica. Esta definición está más enmarcada en el ámbito de la producción manufacturera, y las primeras referencias al concepto.

Calidad como el conjunto de características de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes. La calidad como la característica de un producto sin deficiencias. Calidad entendida como excelencia; la calidad implica obtener un estándar más alto o mejor resultados que otros que ofrecen el mismo producto o servicio.

En la práctica, en un primer momento las definiciones de calidad, no consideran necesariamente la visión del cliente respecto al producto o servicio. Lo anterior tenía la limitante, de que, si bien la organización podría cumplir cabalmente con los estándares planeados, los clientes podrían sentirse satisfechos, pues los estándares no consideraban su opinión.

Es así como se derivó finalmente en definiciones, que entienden la calidad en el contexto de las percepciones de los receptores del producto o servicio. Calidad se define también como el valor que entrega un consumidor a un producto o servicio determinado (Borja & Jijón, 2014).

Componentes del modelo de gestión de calidad.

Calidad del servicio.

La calidad del servicio ha pasado a ser un tema estratégico, existen varios autores que han propuesto escalas y dimensiones para la calidad percibida que es el resultado de la comparación entre lo que el cliente considera que el servicio ofrece (expectativa) y su percepción del desempeño del servicio entregado, sin embargo, esta propuesta también ha sido debatida por varios autores, descartando las expectativas de la medición (Vallejo & Portalanza, 2017).

Rojas (2015) la han definido como la evaluación de la totalidad de aspectos y características de un producto o servicio que se relacionan con su habilidad de satisfacer las necesidades del cliente. Esto va más allá de que el producto tenga defectos o no, sino que más bien, la calidad se presenta a raíz las necesidades del cliente (lo esperado) y finaliza con la satisfacción de éste (valor percibido). Por lo mismo, tal como se vio, se

puede concluir que tanto calidad y satisfacción se encuentran estrechamente relacionados, mas no corresponden a la misma dimensión.

Tabla 1. Dimensiones de la calidad del servicio y sus definiciones

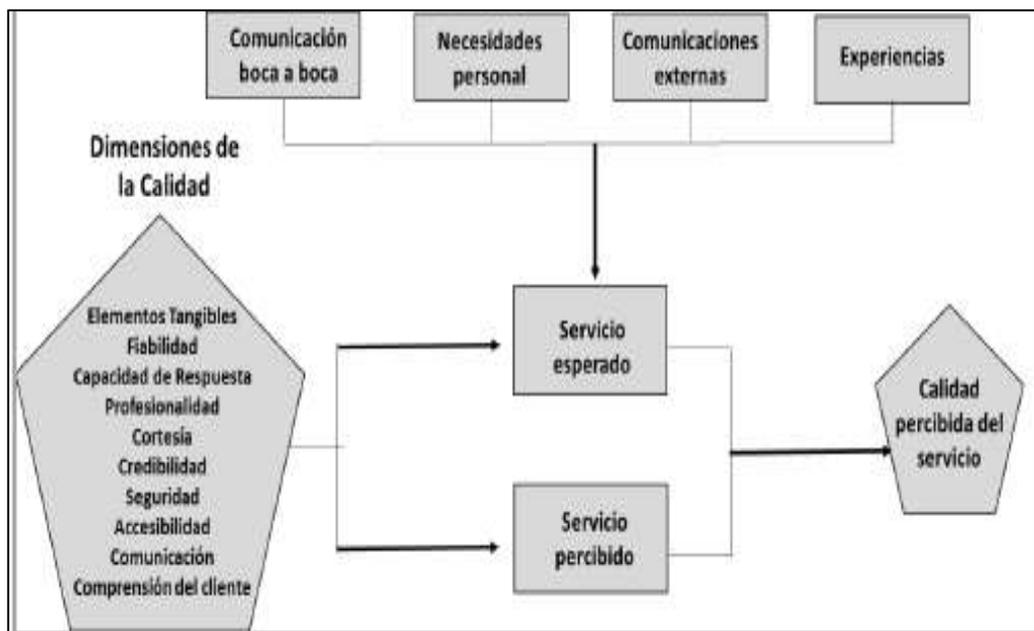
Criterios	Definiciones
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas.
	equipos, personal y materiales de comunicación.
Fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
Capacidad de respuesta	Disposición de ayuda a los clientes y proveedores de un servicio rápido.
Profesionalidad	Poseción de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio.
Cortesía	Atención, consideración, respeto y amabilidad de personal de contacto.
Credibilidad	Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.
Seguridad	Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
Accesibilidad	Accesible y fácil de contactar.
Comunicación	Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles.
Comprensión del cliente	Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

Fuente: Tomado de Rojas (2015)

A estas dimensiones, fueron añadidas 4 más (Comunicación boca a boca, Necesidades personales, Experiencias anteriores, Comunicación externa), las que conformarían el modelo de determinación de la calidad percibida.

Para estudiarla, algunos de los modelos de medición de la calidad de mayor difusión han sido el modelo de diferencias entre expectativas y percepciones, el modelo de las cinco dimensiones o criterios, el modelo integral de las brechas sobre la calidad del servicio, la escala de SERVQUAL ideada por los investigadores Valarie Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard Berry, y la escala de Servpref elaborada por Cronin y Taylor (1994) (Rojas, 2015).

Figura 1. Evaluación del cliente sobre la calidad del servicio



En la actualidad todos coinciden en reconocer la necesidad de mejorar la calidad de los productos y/o servicios para ser competitivos y obtener la permanencia, frecuentemente el tema en que no coinciden es la manera de lograrlo, algunos piensan que la mejora se dará con el solo hecho de exigir la calidad en el trabajo que desempeña cada uno de los miembros de la organización, es decir, piensan que es cuestión de imponer disciplina a los trabajadores. Sin embargo, el concepto de calidad es impreciso ya que las personas interpretan la calidad en forma diferente, muy pocos pueden definir la calidad en términos que sea posible medir y traducir en operaciones; esto se complica aún más tratándose de empresas de servicios (Huergo, 2016).

Es común que se diga que la calidad la define el cliente, lo cual es más complicado cuando el cliente es de diferentes segmentos de mercado. El cliente nos debe dar su juicio sobre lo que necesita, la forma en que lo necesita y el momento en que se lo debemos dar, al final es quien nos aprueba o rechaza el producto y/o servicio (Majad, 2016).

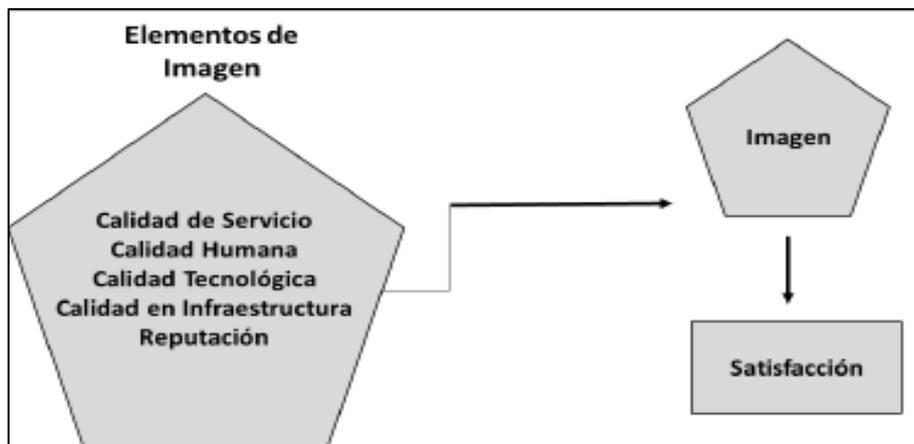
Calidad de satisfacción.

En general, la percepción de satisfacción que se ha dado cuenta en este estudio hace referencia a la percepción que tuvo el usuario de acuerdo a una experiencia, en la cual se vieron relacionadas sus necesidades más el resultado esperado y final. Se hacen referencia a la satisfacción como “la resultante psicológica de una experiencia de consumo, la que no debe confundirse con la evaluación de la experiencia, sino que debe entenderse como el balance psicológico y retrospectivo de la experiencia del consumo, donde la medida de satisfacción surge de la consistencia en las respuestas a una serie de cuestiones relativas al grado de bienestar que siente una persona por un fenómeno específico de vida, como es un servicio, un producto o una marca concreta” (Rojas, 2015).

Calidad de la Imagen.

La imagen corresponde al “conjunto de rasgos y condiciones objetivas del ser social de la institución”. Aquellos elementos reconocidos podrían establecerse como su identidad jurídica y/o funcionamiento legal; estructura organizativa y/u operativa; su realidad financiera; y la infraestructura en que se sustenta más sus recursos materiales. Desde este enfoque, las empresas han conseguido que el concepto de imagen se logre convertir en un activo importante para conseguir permanencia y fidelidad del mercado, preparándolas para enfrentar los constantes cambios que suceden en él (Rojas, 2015).

Figura 2. Relación causal entre factor imagen con factor satisfacción.



Modelos de gestión de calidad de servicio con implicaciones estratégicas

El modelo de Brogowicz, Delene y Li

Se propone un modelo de calidad de servicio en el que se hace especial hincapié en los aspectos de gestión, a la par que se sintetizan las aportaciones de las escuelas nórdica y norteamericana. Dicho modelo descansa sobre la idea de que los directivos deben prestar especial atención a la planificación, implementación y control tanto de la dimensión técnica como de la dimensión funcional de la calidad como vía para prevenir o, al menos, minimizar la diferencia entre la calidad esperada y la realmente recibida u ofrecida (Serrano & López, 2007).

Analizando en mayor detalle el modelo, su núcleo central lo constituye precisamente el global de calidad de servicio que se determina a partir de las expectativas y percepciones de calidad de servicio de cada cliente real o potencial, siendo cada una de estas dos variables resultado de diferentes factores. En el caso de las expectativas, su proceso de formación se ve afectado por tres elementos básicos:

- a) Las “influencias externas”, concepto que engloba aspectos como la cultura, comunicaciones boca-oreja, competencia, necesidades personales y experiencias pasadas de los clientes,
- b) Las “actividades tradicionales de marketing” que lleva a cabo la empresa, fundamentalmente, su plan de marketing-mix, y

- c) La “imagen corporativa” de la empresa, que se configura a partir de las interacciones de los dos anteriores.

En cuanto se refiere a las percepciones, son el resultado no sólo de la oferta global de servicio que hace la empresa, sino también de las expectativas previas del cliente y de los tres elementos anteriormente mencionados -influencias externas, actividades de marketing e imagen corporativa. Por lo tanto, la tarea de la dirección de la empresa se centra en determinar la misión y objetivos de la empresa para, a continuación, planificar, implementar y controlar las estrategias que permitan minimizar o eliminar la calidad de servicio. Para llevar a cabo esta tarea precisan de información sobre todos los aspectos previamente señalados, información que constituirá el punto de partida para diseñar la oferta global de servicio de la empresa (Cuatrecasas, 2010).

Llegados a este punto, hay dos dimensiones de calidad de servicio propuestas por la escuela nórdica, al entender que para intentar satisfacer las expectativas de los clientes los directivos han de planificar y controlar tanto la dimensión técnica del servicio que se traduce en especificaciones de rendimiento del sistema y en la que se incluyen tanto los conocimientos y habilidades de los recursos humanos como las máquinas, materiales, instalaciones y tecnología que son necesarios para realizar el servicio como la dimensión funcional del servicio que traducen en especificaciones de rendimiento de las operaciones y en la que se tienen en cuenta respecto a los recursos humanos la disposición hacia el servicio, la disponibilidad del personal o la calidad de las relaciones internas, y respecto a los recursos físicos su apariencia y accesibilidad-. Por otra parte, ambos tipos de especificaciones exigen tener en cuenta los recursos, humanos y físicos, disponibles (Lussier, 2012).

A partir de todas estas premisas, la dirección determina tanto la oferta técnica como la oferta funcional de servicio. Conjuntamente consideradas, éstas constituyen la oferta global de servicio que hace la empresa con el objetivo de minimizar riesgo de servicio global, entendido como resultado de la existencia de dos riesgos que influyen sobre el mismo: calidad técnica de servicio y el de calidad funcional (Peláez, 2014).

Conclusión.

- La calidad del servicio es muy importante en uno de los logros de los objetivos institucionales tanto de los clientes internos como externos..
- Buscar el mejoramiento continuo y llegar a la satisfacción plena de los clientes es uno de los objetivos de este artículo.
- Beneficiar a las instituciones estatales que trabajan de manera coordinada con la Corporación y que en muchas ocasiones reciben reclamos de clientes, tales como Gobernaciones. Municipios, CONELEC y Ministerio de Electricidad y Energía Renovable.
- Buscar coordinar y llegar a cumplir con los objetivos institucionales sería el fin de esta investigación.

Referencia Bibliográfica.

- Aduna, A., & García, E. (2014). Modelos de gestión de Recursos Humanos. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 52-69.
- Aguilar, J. C. (2014). Retos y rol estratégico en la gestión del talento Humano Caso en empresas de Cali, Colombia. MERCADOS y Negocios. Volumen 15, núm. 1, 4-20.
- Borja, S., & Jijón, J. (2014). Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja. Quito - Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
- Campuzano, M., Ziadet, E., & Echeverría, H. (2016). Gestión del Talento Humano en las PYMES. Revista Publicando. Vol. 3, N° 7, 438-448.
- Cuatrecasas, L. (2010). Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación. Profit Vértice Vol09 N° 5, 10-25.
- Huergo, J. (2016). Los procesos de gestión. Universidad pedagógica. Vol 12, N° 14, 1-5.
- Lussier, R. (2012). Liderazgo: teoría, aplicación y desarrollo de habilidades. UOC Psicología de las organizaciones, 42-61.
- Majad, M. (2016). Gestión del talento humano en organizaciones educativas. Revista de Investigación N° 88 Vol. 40, 148-165.
- Peláez, J. (2014). La responsabilidad social empresarial y la gestión humana en Colombia: desafíos para fortalecer una relación estratégica. Ciencias estratégicas Vol. 31, N° 23, 74-85.
- Peláez, J., & García, M. (2014). Responsabilidad social empresarial y gestión humana: una relación estratégica aplicada desde un modelo explicativo. Entramado, vol. 10, núm. 2, 90-111.
- Perea, J. L. (2016). Gestión de recursos humanos: enfoque sistémico en una perspectiva global. Revista IIPSI. Facultad de Psicología UNMSM Vol 19, N° 1, 109-122.
- Restrepo, F., & Arias, F. (2015). Las prácticas de gestión del talento humano en empresas agropecuarias del sector bananero en Colombia. Journal of Agriculture and Animal Sciences Vol. 4, N° 2., 20-32.
- Rodríguez, A., & Rodríguez, M. (2011). MModelos de gestión de recursos humanos. Psicología de las organizaciones, Universidad de Oviedo, 19-35.
- Rodríguez, D. (2012). Prácticas de gestión humana en pequeñas empresas. Apuntes del CENES, Vol. 31, N° 54, 193-226.
- Rojas, J. (2015). Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de una municipalidad: análisis de los servicios entregados en edificio consistorial y departamento de desarrollo social de la municipalidad de Lo Prado. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Serrano, A., & López, M. C. (2007). Modelos de gestión de la calidad de servicio: revisión y propuesta de integración con la estrategia empresarial. Universidad de Cantabria, 1-9.
- Uranga, W. (2015). Gestionar la comunicación, en las prácticas sociales, organizaciones y comunidades. Labor pedagógica. Vol 2, N° 3, 19-33.

- Vallejo, V., & Portalanza, A. (2017). Importancia de la Gestión del Talento Humano como Estrategia para la Atracción y Retención de Docentes en las Organizaciones Educativas de Ecuador. PODIUM Edición Especial, abril , 145-168.
- Vieira, C. (2014). Gestión de recursos humanos: indicadores y herramientas. Observatorio Laboral Revista Venezolana. Vol. 7, N° 14, 23-33.



Para citar el artículo indexado.

Campos L. & Lazo C. (2019). La calidad del servicio en la mejora de la gestión en la atención al usuario de CNEL EP del cantón Milagro-Ecuador en el año 2018. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 99-113. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/395/887>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Estrategias básicas de marketing para microempresarios.

Basic marketing strategies for microenterprises.

Ing. Alberto Efraín Prado Chinga, MBA¹, Ing. Kleber Santos Guerra Herrera, MBA.², Ing. Pamela de Lourdes Ortega Ojeda, MBA³, & Ing. Carlos Omar Gutiérrez Ruano, MSc.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.398>

Resumen.

El marketing es importante para mejorar las oportunidades futuras mediante la implementación de técnicas que permitan a los microempresarios tener un alto desempeño. Razón por la cual, la presente investigación se desarrolla un manual de técnicas básicas de marketing para los microempresarios, los cuales se ha visto afectada por la falta de conocimientos al no contar estrategias que les permita mejorar desempeño comercial y alinear sus estrategias al logro de sus objetivos que les permita ser más competitivo en su actual entorno. Teniendo en cuenta la problemática planteada que se ha presentado por la carencia de conocimientos de técnicas de marketing alineado a su realidad, se asiste al diseño de campo de carácter no experimental y con un enfoque cualitativo para recabar datos primarios directamente donde se originan los hechos. Por tales motivos, se aplicó la encuesta escrita a los microempresarios, seleccionados a través del muestreo no probabilístico intencional debido a que la población es finita. De la misma forma, se aplicó el análisis de las necesidades del microempresario como herramienta para priorizar los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados para evaluar la perspectiva de los comerciantes, denotando la necesidad de adquirir conocimientos de marketing. Por tanto, se propuso la propuesta de un manual de técnicas básicas de marketing alineados a la compañía a los microempresarios, que permitan su desarrollo.

Palabras claves: Técnicas de marketing, objetivos, indicadores, metas, estrategias.

¹ Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas Sede La Concordia, alberto.prado@utelvt.edu.ec

² Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias Delegación Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas, kleber.guerra@gestionderiesgos.gob.ec

³ Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas Sede La Concordia, pameort@gmail.com

⁴ Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas Sede La Concordia, gcarlosguter@hotmail.com

Abstract.

Marketing is important to improve future opportunities through the implementation of techniques that allow microentrepreneurs to have a high performance. Reason for which, the present research develops a manual of basic marketing techniques for microentrepreneurs, which has been affected by the lack of knowledge by not counting strategies that allow them to improve business performance and align their strategies to achieve their goals. objectives that allow them to be more competitive in their current environment. Taking into account the problem posed that has been presented by the lack of knowledge of marketing techniques aligned with their reality, we assist in the design of a non-experimental field and with a qualitative approach to collect primary data directly where the facts originate. For these reasons, the written survey was applied to microentrepreneurs, selected through intentional non-probabilistic sampling because the population is finite. In the same way, the needs analysis of the microentrepreneur was applied as a tool to prioritize the results obtained from the questionnaires applied to evaluate the perspective of the merchants, denoting the need to acquire marketing knowledge. Therefore, the proposal of a manual of basic marketing techniques aligned with the company to microentrepreneurs, which allow their development, was proposed.

Keywords: Marketing techniques, objectives, indicators, goals, strategies.

Introducción.

Las técnicas básicas de marketing son estrategias empeladas para lograr varias metas en las empresas estas pueden ser que los clientes mejoren la visión sobre la empresa, incremento de las ventas, promoción constante productos y servicios. Es imprescindible conocer estos objetivos, así las personas puedan entender el motivo por el cual es indispensable el uso de estrategias de marketing. De acuerdo con la visión del “Padre del Marketing”, el marketing es una función empresarial que busca identificar necesidades y deseos no satisfechos. Agrega que el área define y también muda la magnitud y su potencial de rentabilidad (Kotler & Armstrong, 2013). Otro punto relacionado al marketing acorde el autor es la especificación de mercados objetivos El marketing requiere razonar las decisiones sobre los productos y servicios. En general, es una estrategia que complementa los procesos de ventas y el trato entre la empresa y los clientes. Se concluyó, que, es importante que todo microempresario debe tener conocimiento de estrategias básicas de marketing no solo para mejorar las ventas, sino para captar las necesidades del consumidor para el desarrollo empresarial, asimismo cada microempresario tendrá en cuenta que metas quiere alcanzarla empresa y estará comprometido con seguir ese objetivo, exponiéndose así, la relevancia del presente tema de investigación (Peñaloza, 2005). (Kotler & Armstrong, 2013)

El marketing es importante para tratar las oportunidades de crecimiento comercial mediante la elaboración estrategias que permitan tener un alto alcance en ventas. Razón por la cual, el uso de técnicas de marketing es necesario al ser la forma más certera de

impactar en el mercado teniendo en cuenta el producto, el precio, el empaque y el lugar. De la misma forma, permite controlar los objetivos fijados (Gallardo , 2013).

Actualmente, las PYMES a nivel mundial fracasan porque no consiguen acaparar la suficiente cantidad de clientes , o porque se dirigen a equivocados tipos de clientes que solo compran por precios, un contexto altamente competitivo y cambiante en los nuevos mercados, en donde los modelos tradicionales de negocios son afectados por un mundo donde la innovación es parte fundamental del éxito , implementar estrategias de marketing que les permitan alcanzar los resultados deseados con los recursos que dispone la entidad, además, se toma en consideración que sin estrategias las pymes no tienen cabida a largo plazo y se ven afectada por diversos factores externos e internos como la crisis económica, variaciones en el mercado, cambios en las actividades económicas o la creación de nuevos productos o servicios. Varios microempresarios mantienen conceptos distorsionados sobre la implementación de estrategias de marketing y rechazan la idea de incorporarlas en sus organizaciones y otros los consideran sin ningún beneficio, sin tomar en cuenta el aporte significativo en sus ventas. (Farias, 2014)

En el Ecuador, las pymes dedicadas a la venta al por mayor y menor, realizan sus actividades de manera empírica al no contar con conocimientos de estrategias de marketing que les permita medir su nivel ventas y el cumplimiento de metas a corto, mediano y largo 3 plazo. Puesto que, la mayoría de los microempresarios no cuentan con la capacidad de implementar nuevas estrategias que les permita crear ventajas competitivas con planeación. Además, tales organizaciones se han visto afectadas por los cambios socios económicos, políticos, tecnológicos y legales en las últimas décadas que han conllevado a la búsqueda de nuevas estrategias que contribuyan al giro del negocio, sin embargo, por el desconocimiento de estrategias de marketing, se ha evidenciado la pérdida de espacios competitivos, de recursos y en el peor de los casos el cese de actividades (Alcaide, y otros, 2013).

Partiendo de lo antes mencionado, la presente investigación se ejecuta en los 40 microempresarios, tomando en consideración que su actividad económica actual es la venta al por menor de productos de consumo masivo, la cual se ha visto afectada por cambios externos e interno al no contar con los suficientes conocimientos de estrategias de marketing que les permita medir su nivel de competitividad e incrementar sus ventas (Andrade, 2016). Además, teniendo en consideración una visión largo plazo es la respuesta que le permite a los microempresarios definir de forma efectiva las estrategias necesarias dependiendo de su actividad. Se presenta a continuación en la figura uno las causas y efectos más palpables a los que actualmente se presentan en los microempresarios, por la falta de conocimientos de estrategias de marketing.

Causa y efecto del problema.

El plan de marketing en la pyme es una de navegación clara y concisa en la que resulta fácil situarse, descubrir todos los elementos que nos rodea, intuir todas las amenazas y oportunidades y, en las líneas generales, te enseña que la innovación es el norte de toda

acción. (Alcaide, et.al, 2013). Por tanto, la creación de manual de técnicas básicas de marketing para los 40 microempresarios, se ejecutará por la falta de conocimientos que 5 contribuyan a mejorar sus ventas y por la necesidad de crear una ventaja competitiva en el mercado actual. Por tanto, las técnicas de marketing básicas es una herramienta que permite servir como guía práctica creando nuevas estrategias de mercadeo con el propósito que los microempresarios les permitan aumentar las ventas (Andrade , 2016).

La investigación se desarrollará mediante el diseño de acción como estrategia para reconocer al problema, dificultad o conflicto antes mencionado, dicho diseño de enfoque cualitativo se ejecuta en el estudio de la realidad, en el proceso de interpretación y situaciones observadas con el objetivo de generar datos para su correcta descripción y análisis.

Las estrategias básicas de marketing causan su mayor impacto cuando los microempresarios logran comprender las estrategias que deben implementar en el mercado. Los propietarios deben establecer objetivos a largo, corto y mediano plazo en ventas para sí lograr un crecimiento constante de la empresa. Por tanto, es importantes para los microempresarios, estratégicas que contribuyan a la eficiencia y eficacia de su desempeño. Además, tal propuesta podrá ser incorporada para cualesquiera pymes que tenga la misma problemática. (Rivera, 2015)

En la presente investigación se establece los objetivos con el propósito de evaluar la perspectiva empresarial de los microempresarios para comprender las estrategias que se debe implementar en el mercado, con la finalidad de diseñar un manual de técnicas básicas de marketing que ayuden al mejoramiento de sus ventas. De la misma forma, con apoyo de los conocimientos de marketing adquiridos al largo de nuestra carrera logramos identificar cuáles son las técnicas básicas de marketing que los microempresarios deberían conocer para aumentar sus ventar y mejorar su nivel de vida.

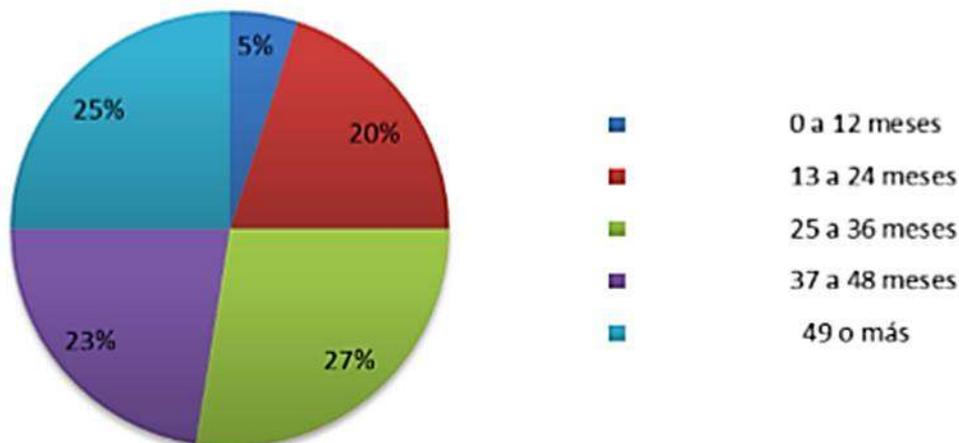
Métodos y materiales.

Conforme a los conocidos antecedentes presentados sobre la problemática del estudio y el lugar donde ocurren los eventos para la obtención de datos primarios y secundarios, se escoge un diseño de campo de carácter no experimentar con enfoque mixto, Por consiguiente, en la presente investigación se utiliza el muestro no probabilístico intencional donde el estudio de los elementos es escogido bajo las razones del investigador, tomando en cuenta que la población en su totalidad es finita por estar compuesto por 40 microempresarios del sector de La Concordia

Análisis de resultados.

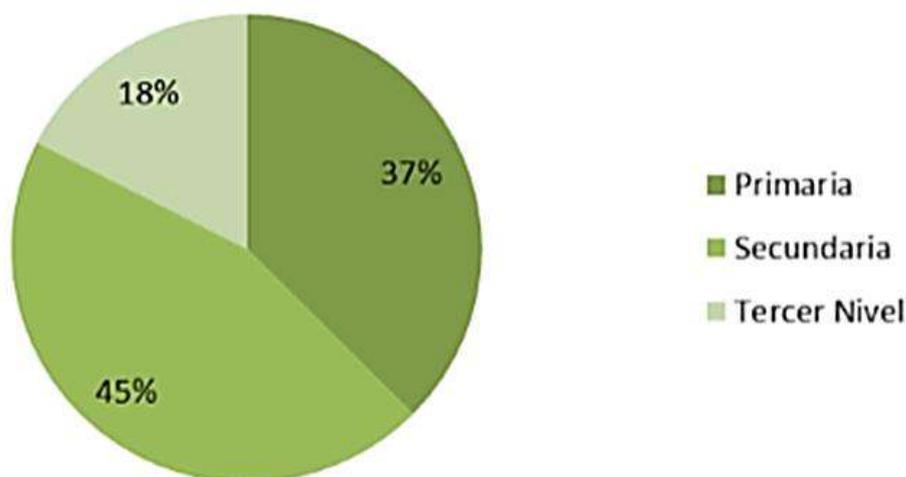
Por consiguiente, seleccionamos las técnicas e instrumentos para conseguir datos primarios en el lugar donde se presenta la problemática de estudio de los 40 microempresarios, y se aplicó una encuesta escrita con el motivo de mejorar y justificar la investigación de campo de carácter no experimental.

Gráfico. 1 años lleva siendo comerciante.



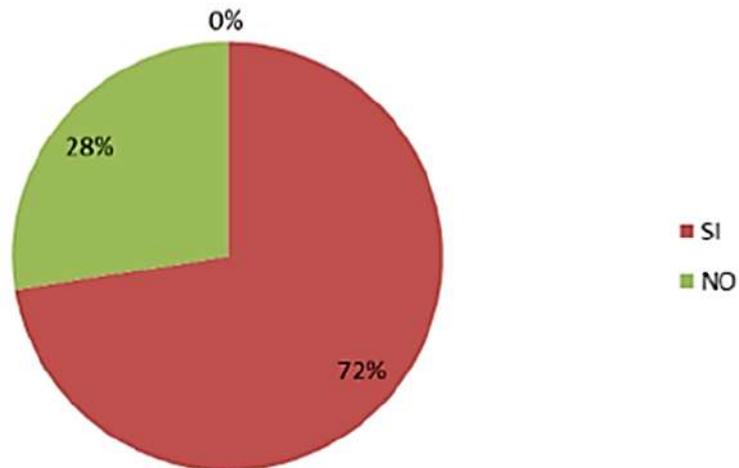
Del total encuestado un 27 % de los microempresarios del centro de duran tienen entre 25 a 36 meses de experiencia como comerciantes, con 49 meses o más de experiencia cuenta el 25% de nuestra muestra, el 23% son de 37 a 48 meses de experiencia por otra parte el 5 % cuenta de 0 a 12 meses de experiencia, estos nos demuestran varios años desarrollando en este tipo de actividades.

Gráfico. 2 Nivel de estudio.



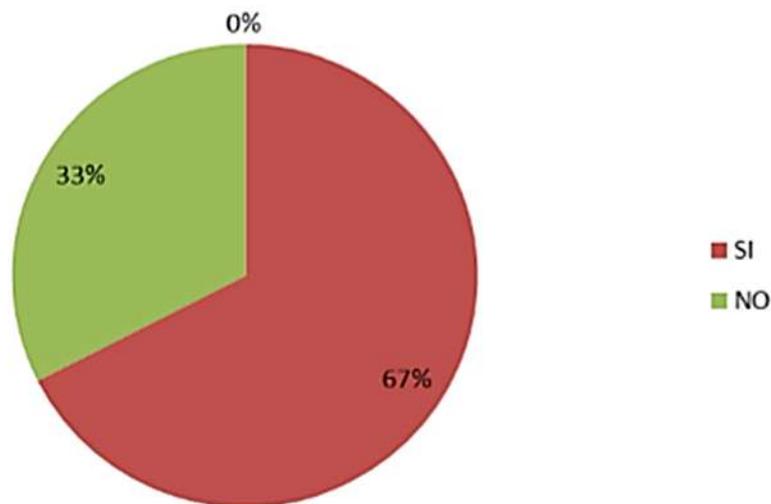
El 45% de los microempresarios encuestados, cuenta con un nivel de estudio de secundaria, el 37% los comerciantes constan con un nivel de estudio de primaria por último el 17.5% han culminado el tercer nivel de estudio.

Gráfico. 3 conocimientos de marketing.



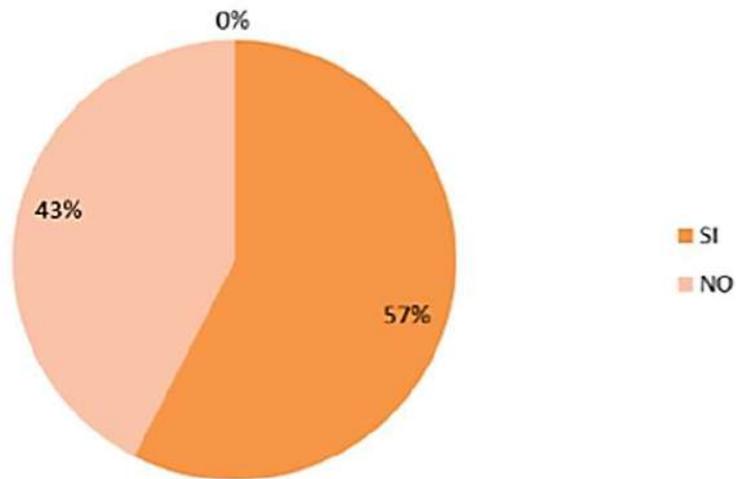
De acuerdo a esta pregunta realizada a los comerciantes el 72.5% de los microempresarios encuestados creen que mejorarían sus ventas teniendo más conocimientos acerca de marketing y el 27.5% considera que no.

Gráfico. 4 Métodos probados para el establecimiento y control de las estrategias.



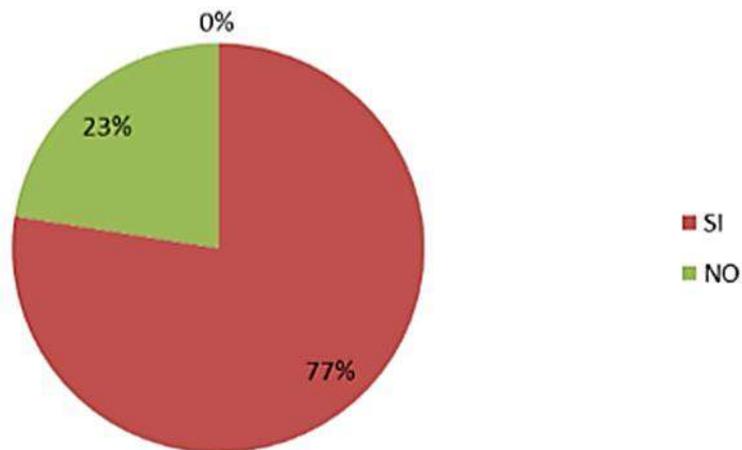
El 67% de los microempresarios encuestado, están dispuesto a querer aprender sobre las técnicas de marketing y el 33% piensan que no.

Gráfico. 5. Implementar las técnicas de marketing.



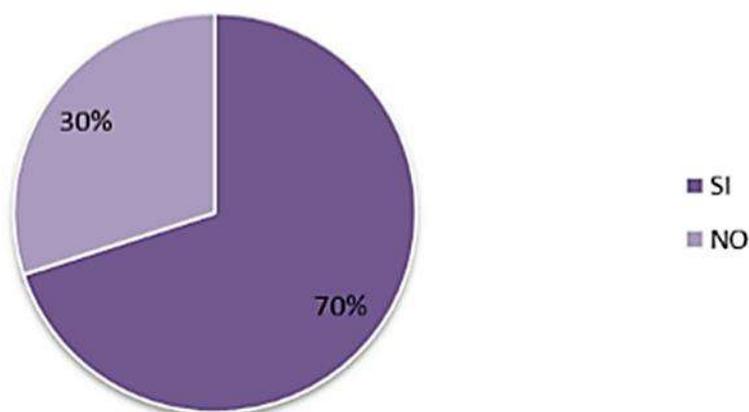
El 57% de los microempresarios encuestado están de acuerdo en implementar técnicas de marketing y el 43% de los comerciantes no creen que es necesario establecer técnicas de marketing.

Gráfico. 6 Manual de técnicas básicas de marketing.



El 77% de los microempresarios encuestados están dispuestos a leer el manual de técnicas básicas de marketing y el 23% no están preparados.

Gráfico. 7 Incremento de ventas mediante el manual de técnicas básicas de marketing.



El 70% de los microempresarios encuestados, consideran que el manual de técnicas básicas de marketing ayudara aumentar sus ventar y tener una mejor rentabilidad y el 30% considera que un manual de técnicas básicas de marketing no ayudaría en su negocio.

Análisis general.

Mediante los resultados obtenidos a través de la encuesta escrita se pudo conocer que más del 50% de la muestra tienen más de 3 años de experiencia en el sector comerciante, el 18% de la misma tiene educación de tercer nivel, el 72% de los encuestados consideran que sus ventas mejorarían si tuvieran conocimientos de marketing y están dispuestos adquirir dichos conocimientos. La mayoría de los comerciantes están dispuestos a leer el manual de técnicas de marketing para el desarrollo de sus ventas. Se ha determinado que la implementación del manual sería de esencial ayuda hacia los comerciantes ya que se podrán establecer metas de ventas a corto, mediano o largo plazo en el mercado mediante estrategias que determinen las necesidades del consumidor y mejorar en el desarrollo empresarial. Dicha estrategia será una ayuda con una gran aceptación por el microempresario ya que ellos necesito de constante innovación para poder mejorar su imagen, en un mercado, que cada día es más difícil competir.

Técnicas básicas de marketing para microempresarios.

Que es marketing.

Es un proceso que estudia el comportamiento de los mercados y los consumidores con la finalidad de captar clientes mediante la satisfacción de deseos y necesidades. El área de marketing es vital no solo para el éxito de una empresa, sino también para su existencia. Sin ella, la empresa no podría sobrevivir. (Kotler & Armstrong, 2013).

Marketing directo.

Consiste en contacto personalizado con los clientes con el fin de mantener la relación, cliente propietario de esta forma aumentar la fidelidad.

Marketing relacional.

Se identifica a los clientes más representativos y se busca obtener una relación de amistad

Marketing virtual.

Se utilizan el mundo virtual para buscar llegar a más posibles consumidores.

Las estrategias de marketing se basan en las 4P las cuales son:

Producto • Cuando se venda un producto es necesario que tengo algo que lo diferencia a la competencia, para que los consumidores lo prefieran.

Precio • Es necesario investigar los precios que se manejan en el mercado

Plaza • Se debe establecer un punto de venta estratégico donde nuestros posibles consumidores puedan encontrar el producto.

Promoción • Es la forma principal de mejorar las ventas

Estrategias de marketing para pymes (pequeñas y medianas empresas)

En la actualidad, se ha podido observar que las pequeñas y medianas empresas se ven afectadas ya que se enfrentan a grandes competencias, por lo cual se muestra varios ejemplos de cómo una Pyme se puede afrontar mediante las estrategias de mercadotecnia adecuadas.

Estrategia. – Se refiere al conjunto de acciones que ayudan a implementar en la toma de decisiones con el fin de lograr el objetivo propuesto de un negocio.

Segmentación del mercado adecuada.

Es necesario conocer y saber las necesidades y preferencia de su mercado meta para lograr atenderlos de la mejor manera.

Encontrar tu producto estrella.

Ofrecer un solo tipo de producto de excelente calidad y así los consumidores logren tener una percepción elevada del valor del producto o servicio.

Tener una diferenciación.

Cuando existe demasiada competencia para una pyme, es importante ofrecer algo diferente y novedoso que los distinguan de los demás competidores

Usar testimonios.

El uso de testimonio de clientes importantes o satisfechos es una estrategia que ayuda a competir de una manera equitativa con cualquier empresa.

Tener presencia en línea.

Una de las formas efectivas para promocionar su producto o servicio es mediante la creación de una página web con un diseño llamativo y de valor con imágenes de calidad

Realizar campañas Email.

Son herramientas que ayudan a intercalar conversaciones y así obtener nuevos clientes para mantenerlos interesados en el producto o servicio.

Aprovechar las redes sociales.

Nos permite captar más clientes, promocionar la marca generando más confianza, obteniendo gran importancia en el mercado meta y un excelente posicionamiento de marca.

Crear alianzas estratégicas.

Averiguar otros emprendedores para el analices de intercambio que permita dar un giro a la empresa.

Brindar atención personalizada.

Consiste en asesorar al cliente en la compra del producto o servicio que realmente necesite o diseñar un producto con sus preferencias.

Compensar al cliente.

Debido a que pymes tienen una cantidad manejable de clientes pueden aprovechar para compensarlos con obsequios pequeños pero atractivos para mantener una buena comunicación y lograr su fidelización.

Recuerde.

Las técnicas de marketing pueden influenciar positivamente en el desarrollo de tu empresa, pero es necesario ser constante en la aplicación de las mismas.

Conclusiones.

- El manual de marketing es una herramienta que puede corregir los errores que cometen los microempresarios y tomar las decisiones correctas para la promoción y comunicación de los servicios y productos que ofrece sus negocios.
- Es importante que todos los propietarios de microempresas promuevan su sentido de pertenencia, compromiso, respeto mutuo y diálogo abierto, lealtad y ética. Los

valores y las metas se establecen para garantizar que los productos y servicios que ofrecen se promocionen de manera responsable y completa.

- Los propietarios de microempresas deben implementar estrategias de descuento para estrategias de pago, estrategias creativas de fijación de precios y estrategias para crear servicios complementarios y estrategias de comunicación. Esto se debe a que los clientes están motivados para consumir y comprar los servicios y/o productos.
- El manual de técnicas básicas de marketing se puede encontrar donde los planes promocionales y comunicación de cada servicio o productos se basan en el análisis empresarial de los negocios.

Referencias Bibliográficas.

- Alcaide, J., Bernués, S., Díaz, E., Espinosa, R., Muñoz, R., & Smith, C. (2013). Marketing y PYMES (primera ed.). Madrid: Copyright. Obtenido de <http://www.marketingypymesebook.com/wp-content/uploads/2013/04/MARKETING-Y-PYMES.pdf>
- Andrade, D. (2016). Estrategias de marketing digital. *Rev. esc.adm.neg.*, 1(80), 59-72. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n80/n80a05.pdf>
- Farias, P. (2014). Estrategias de marketing utilizadas por las empresas chilenas para incrementar el valor de los clientes. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 7. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a02.pdf>
- Gallardo, L. (2013). El significado de las variables del marketing-mix para los públicos objetivo. *Razón y Palabra*, 18(83). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199527531043.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Printed in Mexico. Obtenido de https://www.academia.edu/32749954/Fundamentos_de_marketing_11ed_Kotler_Libro_
- Peñaloza, M. (2005). El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. *Actualidad Contable Faces*, 8(10), 71-81. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701007.pdf>
- Rivera, M. (18 de diciembre de 2015). La evolución de las estrategias de marketing en el entorno digital: implicaciones jurídicas. Tesis doctoral Universidad Carlos III de Madrid. Getafe, España. Obtenido de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario_rivera_tesis.pdf

Para citar el artículo indexado.

Prado A., Guerra K., Ortega P., & Gutiérrez C. (2019). Estrategias básicas de marketing para microempresarios. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 114-125. Recuperado desde:
<http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/398/891>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Análisis de la ampliación de cobertura a la categoría de trabajadoras del hogar en la mejora de la calidad de servicio del afiliado al IESS del cantón Milagro del periodo 2015-17.

Analysis of the extension of coverage to the category of domestic workers in the improvement of the service quality of the affiliate to the IESS of the canton Milagro of the period 2015-17.

Mayorga Arias Miriam Paola¹, & Gamboa Poveda Jinsop Elias.²

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.399>

Resumen.

La seguridad social es una de las preocupaciones más urgentes para los ecuatorianos en la actualidad. Sin embargo, carecemos de un sistema eficaz y completo, que abarque todos los renglones a proteger y a todos los grupos humanos y, en el los sectores donde están implementados, son insuficientes los mecanismos de acceso y existen falencias que provocan desatención y demora, pero, sobre todo, el índice de afiliación es aún bajo, debido a la inexistencia de recursos y la falta de comunicación empresarial y preparación del personal para la atención a los usuarios y posibles usuarios del servicio. La Ley debe prever los mecanismos adecuados para su implementación y calidad. Para la mejora continua del proceso de afiliación y calidad del servicio se debe implementar mecanismos adecuados de medición del impacto de la Ley actual y capacitar adecuadamente al personal existente en el sistema de atención y en especial en los hospitales. Nuestro objetivo es analizar y comparar los datos de afiliación y satisfacción del cliente en el periodo 2015 – 2017 y proponer soluciones en caso de resultar bajos los resultados. Se elaborará un modelo con los datos para evaluar la variabilidad de afiliación al IESS de trabajadoras del hogar. La implementación de nuestro modelo permitirá contar con un instrumento de medición de tendencias que permita tomar decisiones oportunas que mejoren el indicador de afiliación y la satisfacción de los usuarios del servicio.

Palabras claves: Análisis, Coberturas, calidad del servicio, IESS, trabajadoras del hogar.

¹ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Milagro, Ecuador, cym14f@hotmail.com , mmayorgaa@iess.gob.ec

² Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, jgamboap@unemi.edu.ec

Abstract.

Social security is one of the most urgent concerns for Ecuadorians today. However, we lack an effective and comprehensive system that covers all the lines to be protected and all human groups and, in the sectors where they are implemented, access mechanisms are insufficient and there are shortcomings that cause inattention and delay, but, Above all, the affiliation index is still low, due to the lack of resources and the lack of business communication and preparation of the staff to serve users and potential users of the service. The Law must provide adequate mechanisms for its implementation and quality. For the continuous improvement of the affiliation process and quality of service, adequate mechanisms should be implemented to measure the impact of the current Law and adequately train existing personnel in the care system and especially in hospitals. Our objective is to analyze and compare affiliation and customer satisfaction data in the period 2015 - 2017 and propose solutions if the results are low. A model with the data will be developed to evaluate the variability of IESS affiliation of domestic workers. The implementation of our model will allow us to have a trend measurement instrument that allows us to take timely decisions that improve the affiliation indicator and the satisfaction of the users of the service.

Keywords: Analysis, coverage, quality of service, IESS, domestic workers.

Introducción

El presente artículo hace referencia al Instituto de Seguridad Social del Ecuador que es un ente encargado en ofrecer servicios médicos y de salud a todos los afiliados de acuerdo a la provincia o ciudad en la que se encuentren, este instituto está regulado por el Gobierno Central y sus reformas y estatutos se rigen por las leyes vigentes en el país.

A partir del 2015 entró en vigencia la afiliación para las trabajadoras del hogar, por lo que este número pudiera inferir en más carga laboral para los funcionarios médicos y administrativos, por lo que surge la necesidad de una investigación para identificar oportunidades de mejora en la inclusión de este tipo de trabajo.

Esta investigación busca inicialmente cuantificar el impacto de la Ley establecida en el 2015 para las trabajadoras del hogar, así como mejorar el servicio que reciben, esto con la ayuda de encuestas e indicadores de satisfacción, además podremos identificar las áreas de salud de mayor demanda y los motivos por los cuales se acercan al Hospital IESS del cantón Milagro.

La misma se llevó a cabo en el Hospital de Milagro por lo que la información obtenida servirá para que exista una voz de alerta de las situaciones por las que estas personas asisten y analizar su cobertura tanto para tiempo parcial como por tiempo completo para demostrar si tiene un impacto positivo o negativo en el incremento de afiliados. Asimismo, si el incremento o disminución tiene algún efecto en el trabajo diario del personal del Hospital.

La investigación se llevó a cabo en el cantón Milagro de la provincia de Guayas, analizando la incorporación de las trabajadoras del hogar al IESS, durante el periodo 2015 – 2017 y la incidencia del Hospital del IESS de la localidad en sus resultados, a partir de la preparación del personal, la calidad de los servicios y la divulgación de sus beneficios. Se tomó como población la totalidad de las trabajadoras del hogar del cantón y como muestra las afiliadas al IESS a partir de la promulgación de la Ley.

Desarrollo.

Metodología.

La investigación a realizarse fue cuanti-cualitativa, ya que se analizó estadísticamente las cifras de afiliación al IESS en el cantón Milagro de la provincia de Guayas y se determinarán las falencias en el sistema de calidad del Hospital del IESS de Milagro. Asimismo, cualitativamente se revisó como observación directa el comportamiento de los afiliados ante, durante y al final de la consulta y del ingreso a las instalaciones del Hospital para poder registrar el ciclo completo de sus actividades y poder segmentarlo.

Objetivamente, se realizó una encuesta a los funcionarios administrativos, médicos y usuarios en general para medir el nivel de servicio percibido y tomar en consideración la información que puedan proporcionar de casos en los que hayan sentido vulnerados sus derechos como afiliados al Instituto de Seguridad Social ubicado en el Cantón Milagro.

3.1.1 Los métodos de investigación a utilizar serán:

Estadístico: para la recolección de los datos referidos a la incorporación o afiliación y de las encuestas que se realicen.

Inductivo – deductivo: para determinar las causas y consecuencias del objeto de estudio analizado y llegar a conclusiones.

Analítico: Para realizar la evaluación de los resultados alcanzados y junto con la observación directa poder determinar si existe uno o varios casos en los que se pueda mejorar.

Sintético: Para resumir los resultados de la medición de las variables.

Histórico – comparativo: Para sistematizar los conocimientos existentes acerca del objeto de estudio y comparar los indicadores que permitan arribar a conclusiones adecuadas desde el punto de vista científico.

Se trabajará con una amplia población de la totalidad de los habitantes del cantón Milagro y con una muestra representativa, tomada de los censos correspondientes donde se establezcan los afiliados por meses y bienio y se mida la calidad del servicio.

Se elaborarán entrevistas a funcionarios, especialistas y usuarios del sistema de seguridad social del cantón y el hospital de Milagro.

Cantidad: 200 Encuestas

Entrevistas dirigidas a:

- 50 funcionarios Administrativos
- 50 funcionarios médicos
- 100 usuarios del Sistemas

3.1.2. Encuesta:

De acuerdo su satisfacción con los servicios ofertados por el Hospital General de Milagro, por favor coloque una (X) en el casillero que más le define:

1. Calidad en la atención y Call Center

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Insuficiente

Esta pregunta con el fin de evaluar la percepción de calidad que tienen los afiliados con respecto a la atención brindada durante su visita al Hospital y por medio del Call Center.

2. Disponibilidad de Medicamentos

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Insuficiente

Es necesario conocer la disponibilidad de medicamentos, no sólo mediante la planificación y abastecimiento sino a la entrega, los afiliados son quienes concluyen el final de este flujo de disponibilidad de medicamentos.

3. Disponibilidad de citas médicas

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Insuficiente

De acuerdo a los registros estadísticos se encuentra la cantidad de afiliados atendidos, pero es necesario también la cantidad de asegurados que sientes que sus citas son al tiempo que la necesitan o que las pueden conseguir de manera efectiva.

4. Infraestructura y equipamiento del hospital

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Insuficiente

Para este capítulo es primordial que se pueda desarrollar cada uno de los objetivos antes señalados, por lo que los resultados arrojados durante las encuestas, la observación directa y las investigaciones realizadas detallan lo siguiente de acuerdo a lo antes expuesto en el capítulo uno de este trabajo de investigación. Estos resultados se generaron del análisis de las encuestas, de la investigación de documentos, diarios, leyes y de información del Hospital General de Milagro con fines educativos para poder obtener los resultados que se mostraran a continuación.

Dentro del primer objetivo propuesto en este trabajo de investigación está el realizar un análisis de las coberturas que tienen las trabajadoras del hogar al estar afiliadas tiempo parcial y tiempo completo en la mejora de la calidad del Servicio del Afiliado al IESS del Cantón Milagro en el periodo 2015 al 2017. A continuación, se detallan las coberturas que tienen las trabajadoras del hogar: Afiliación, Salud, riesgos del trabajo, auxilio de funerales. Por lo general los afiliados cuentan con 8 prestaciones, pero las trabajadoras del hogar forman parte de los trabajadores que su tiempo se cataloga como parcial.

“El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) se enfocará en ocho prestaciones estratégicas, una vez que entre a operar su banco. Estas son: afiliación, jubilación, salud, riesgos del trabajo, seguro campesino, cesantía, auxilio de funerales y fondos de reserva.” (Comercio, 2015)

Este grupo de trabajadoras al recibir la cobertura de salud tiene derecho a la atención médica en general como un afiliado de tiempo completo por lo que aumentó la demanda de médicos, medicina, consultorios y tiempos de espera entre un afiliado y otro provocando una disminución importante de la calidad, esto está detallado más adelante en la percepción de los afiliados, médicos y funcionarios del Hospital General de Milagro.

El segundo objetivo está ligado directamente al primero ya que toma en consideración la cantidad de personas atendidas como los recursos con los que cuenta el hospital, por lo que se muestra a continuación indicadores estadísticos de los años en referencia del estudio para determinar el incremento de afiliados versus el mantener la misma cantidad de recursos, lo que causó indiscutiblemente problemas de calidad en la atención y en la forma de tomar decisiones administrativas que beneficien a la población afiliada en general y a los médicos y funcionarios que atienden a estas personas.

Productividad por Atención médica 2015 – 2016 – 2017

Entre las 21 especialidades que ofrece el Seguro social están las siguientes:

Calificación médica, cirugía general, cirugía pediátrica, dermatología, endocrinología, fisioterapia, gastroenterología, ginecología, medicina general, medicina interna, nutrición, otorrinolaringología, psicología, psiquiatría, pediatría, medicina a domicilio, traumatología, urología, cardiología, neumología, medicina preventiva.

Cada año la cantidad de médicos varía, en consecuencia, hay menos recursos para atender a los afiliados siendo este un factor clave para mantener la atención y la calidad de los servicios, ya que debe ser equitativa la cantidad de pacientes de acuerdo a la especialidad y el tipo de caso que se atiende. En el año 2015, al iniciar la afiliación de las trabajadoras del hogar se nota un volumen mayor que en años posteriores, pero también mayor cantidad de médicos, un dato relevante es que en este año los médicos cubanos llegaron el país por convenio en el Ecuador, el siguiente año

la cantidad de médicos disminuye ofreciendo menos plazas de atención y en 2017 aumentan 3 médicos y se nota el aumento de la productividad y atención.

Especialidades	2015	2016	2017
Cantidad de Médicos	56	50	53
21 especialidades	191033	165284	168480

Elaborado por: Autores.

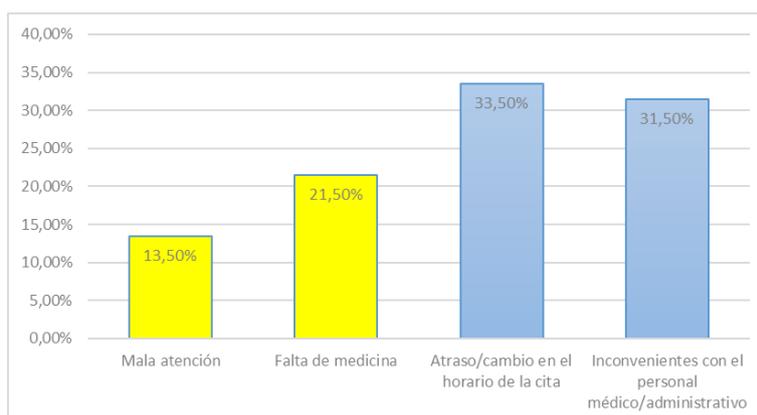
Fuente: Autores.

*Para más detalle se puede revisar el anexo 2 de este documento.

El tercer objetivo tiene que ver con la atención percibida por las trabajadoras del hogar en el área de consulta externa por parte del personal del Hospital para la mejora de la calidad del servicio del Afiliado en el Iess del Cantón Milagro en el periodo señalado en este estudio. A continuación, se muestran los resultados de las encuestas realizadas a 200 personas como se detalla en el capítulo 3 de este proyecto de investigación:

1. Calidad en la atención y Call Center

Excelente	10,50%
Muy Bueno	7,00%
Bueno	33,50%
Regular	30,50%
Insuficiente	18,50%



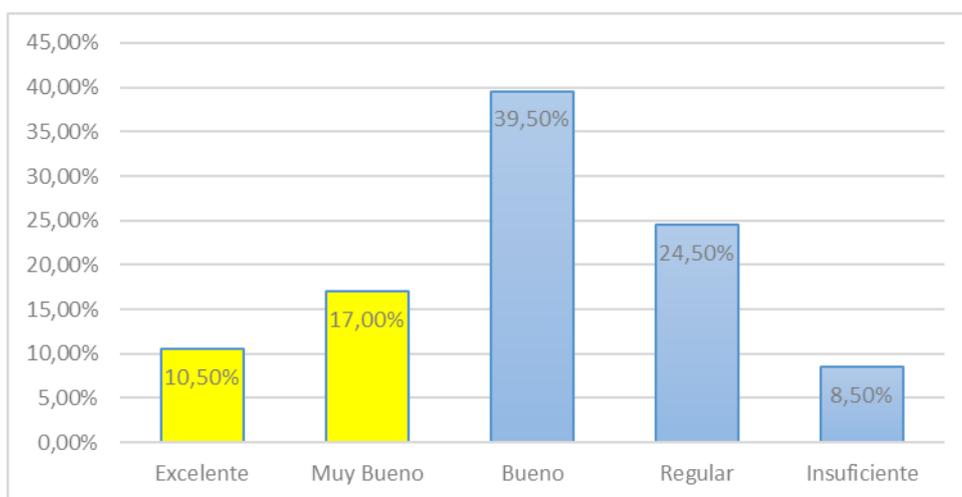
Elaborado por: Autores.

El 33,5% de los encuestados menciona que la calidad en la atención y el call center es bueno, el 7% muy bueno, el 30,5% que es regular, el 10,5% que es excelente y el 18,50% que es insuficiente siendo este grupo el que tiene malas experiencias con citas anteriores

o mediante el Call Center. El 17,5% reconoce que la atención está entre muy buena y excelente.

2. Disponibilidad de Medicamentos.

Excelente	10,50%
Muy Bueno	17,00%
Bueno	39,50%
Regular	24,50%
Insuficiente	8,50%

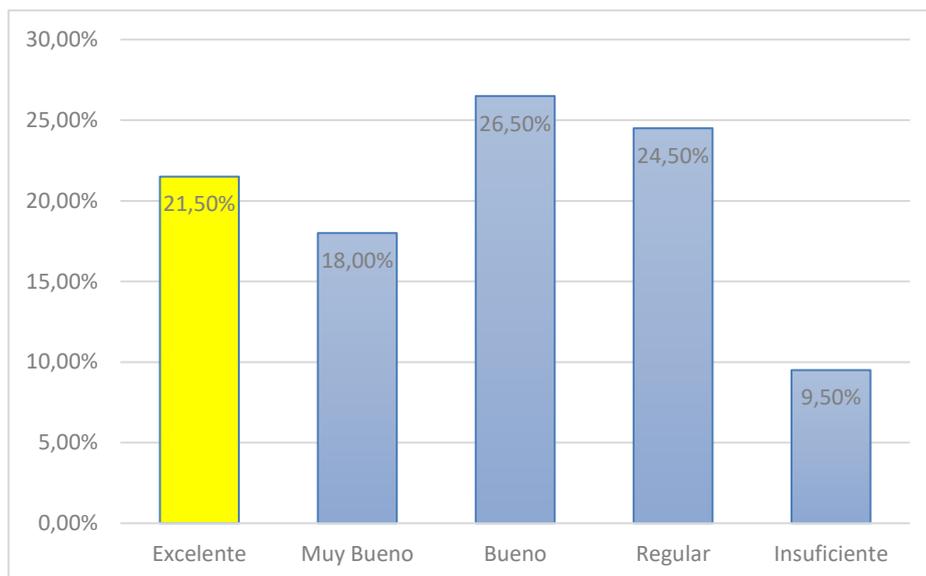


Elaborado por: Autores.

Con respecto a la disponibilidad de los medicamentos, de las personas encuestadas el 39,5% menciona que es bueno, el 24,5% que es regular, el 17% que es muy bueno, el 10,5% que es excelente y hay un 8,5% que considera que es insuficiente. El 27,5% considera que está entre muy bueno y excelente. En general consideran que las medicinas más costosas e importantes por lo general no se encuentran disponibles y que esto debería mejorar.

3. Disponibilidad de citas médicas.

Excelente	21,50%
Muy Bueno	18,00%
Bueno	26,50%
Regular	24,50%
Insuficiente	9,50%

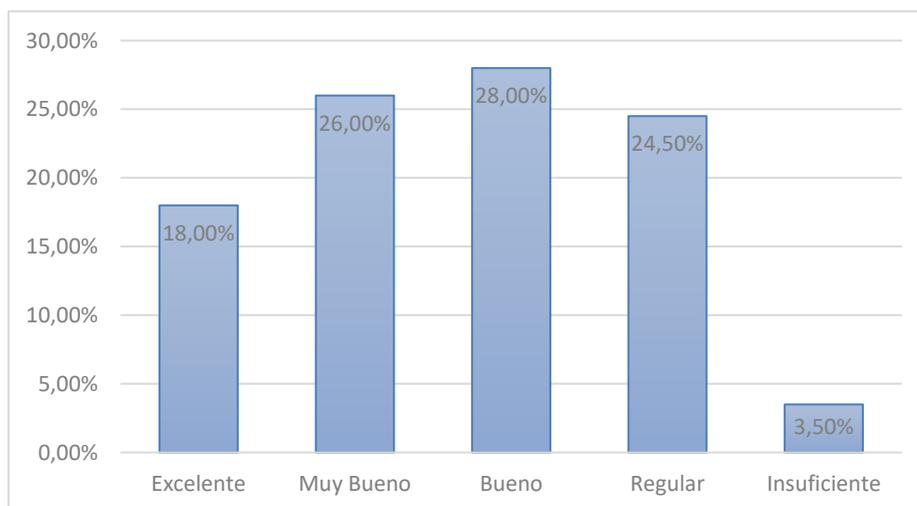


Elaborado por: la autora

Con respecto a las citas médicas, del total de encuestados, el 34% considera entre insuficiente e irregular la disponibilidad de citas médicas, mientras que otro 26,5% considera que es bueno, un 18% que muy bueno y un 21,5% que es excelente. Este último grupo menciona que ha mejorado mucho la disponibilidad de citas y que facilita a las personas que pueden conseguir cita un fin de semana.

4. Infraestructura y equipamiento del hospital.

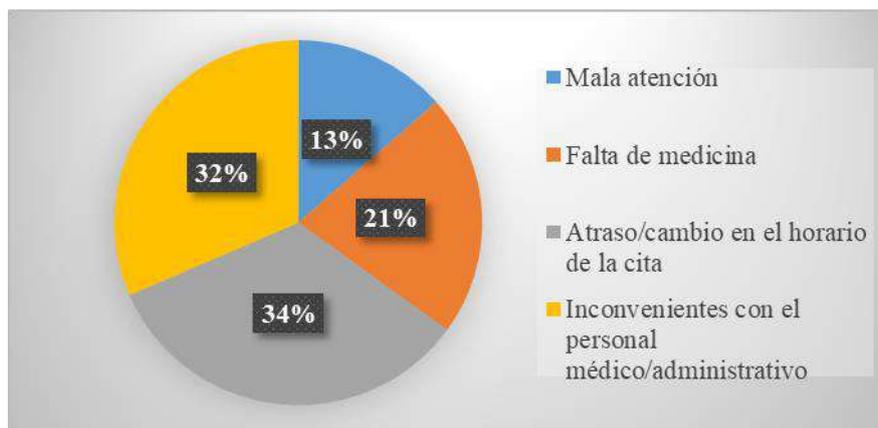
Excelente	18,00%
Muy Bueno	26,00%
Bueno	28,00%
Regular	24,50%
Insuficiente	3,50%



Elaborado por: la autora

De acuerdo a los resultados arrojados de las encuestas, se muestran los siguientes resultados con respecto a lo que los afiliados perciben de la infraestructura y equipamiento del hospital, el 28% considera que está entre regular e insuficiente, el 28% considera que es bueno y el 44% considera que es entre muy bueno y excelente, este grupo considera que con el tiempo se han implementado nuevas áreas y máquinas para exámenes médicos y que eso es un plus para sentir la calidad en el hospital.

1. ¿Ha tenido algún inconveniente no resuelto con el Hospital general de Milagro, sus colaboradores o la atención que se ofrece?



Elaborado por: La autora.

Los resultados arrojados por las encuestas realizadas mencionan que entre los inconvenientes que han tenido los afiliados y que han percibido los funcionarios y personal médico están los siguientes: 34% en atrasos o cambios en el horario de las citas perjudicando el tiempo invertido para asistir a la misma, el 32% ha tenido inconvenientes con el personal médico o administrativo por temas de la consulta, el 21% por falta de medicina y refutando que les descuentan un valor justamente para que esté abastecido el Hospital de insumos y medicinas necesarias y finalmente el 13% menciona una mala atención recibida por cualquier persona que forme parte del Hospital IESS del cantón Milagro.

El cuarto objetivo que es el de proponer mejoras en el servicio de las trabajadoras del hogar afiliadas al IESS en el Cantón Milagro, que permitan optimizar sus coberturas en la mejora de la calidad del Servicio del Afiliado en el periodo mencionado al inicio de este trabajo de investigación.

Discusión.

En la época actual al estimar que la población ecuatoriana sostiene un ritmo de crecimiento acelerado, que demanda la existencia de un sistema de salud universal y eficiente, que permita la cobertura del total de los habitantes, y especialmente de los grupos etarios y sociales más vulnerables.

El constante aumento del número de trabajadores informales, el alto índice de nacimientos y la disminución de los fallecimientos hace que sea mayor el número de personas no afiliadas que el de afiliados al IESS. Y al tomarse en cuenta, la carencia de un análisis de la atención que reciben las trabajadoras del Hogar en el área de emergencia y consulta externa tiene cegada la toma de decisiones para estar al corriente del tipo de cobertura que más utilizan o como se puede mejorar. Finalmente, la falta de estos análisis ha creado un espacio significativo que hace desconocer a la alta gerencia el incremento o que tan favorable fue la nueva ley en el sector de la salud. La desventaja principal que existe hoy en día es la falta de información acerca de satisfacción y servicios que reciben estas trabajadoras del hogar. Además de esto, se desconoce si los empleadores están cumpliendo o no con lo dispuesto o si han tomado otras medidas para no cumplir con esta disposición.

Se busca analizar la ampliación de la cobertura a la categoría de trabajadoras del hogar, este análisis servirá para medir la afiliación en tiempo parcial y completo de las trabajadoras del hogar. Asimismo, se evaluará el impacto que generó en cantidad de personas atendidas y los recursos utilizados con la finalidad de obtener propuestas para las mejoras en servicio.

¿Qué se entiende por trabajadoras del hogar?

¿Existe un compromiso del IESS con la mejora y ampliación del servicio a sus afiliados del cantón Milagro del periodo 2015-2017?

¿Existe una relación entre la ampliación de cobertura a la categoría de trabajadoras del hogar en la mejora de la calidad de servicio del afiliado al IESS del cantón Milagro del periodo 2015-2017?

¿Es factible la mejora de la calidad de servicio del afiliado al IESS del cantón Milagro del periodo 2015-2017, a partir del aumento de la afiliación de las trabajadoras del hogar?

En la presente investigación se deberá conocer a cabalidad la fundamentación teórica en referencia a:

Conveniencia: Es necesaria la investigación ya que nos permitirá evaluar adecuadamente los índices de afiliación y calidad del servicio brindado a los trabajadores no remunerados del hogar a partir de la puesta en vigor de la Ley.

Relevancia social: Nuestra investigación intenta demostrar si se capacita adecuadamente al personal de servicios hospitalarios, se informa a la población y se aplican los instrumentos de medición correctos, se logrará una mayor incorporación de los trabajadores no remunerados del hogar a los servicios del IESS. De esta manera se beneficiará un sector importante de la población que constituye un alto por ciento de los ecuatorianos de bajos ingresos.

Implicaciones prácticas: La puesta en práctica del sistema permitirá medir el índice de incorporación y los estándares de calidad del servicio del IESS en el cantón Milagro de

la provincia de Guayas, lo que se podrá hacer extensivo al resto del país, de demostrarse su viabilidad.

Valor teórico: Con la investigación se logrará llenar un vacío en el mecanismo de evaluación de indicadores importantes y se podrán generalizar estos instrumentos a otras regiones del país.

Utilidad metodológica: La investigación permitirá crear un nuevo instrumento para recolectar y analizar los datos.

Así como también la conceptualización de lo que la calidad del servicio que tipos de modelos se encuentran para poder determinar la misma en las actividades de un centro de salud.

Para Grönroos (1990) afirma que cualquier producto físico puede convertirse en un servicio para un cliente si la única persona que vende el servicio proporcionado el servicio se convierte en una solución para satisfacer la demanda de un cliente.

Blois (1974) señala que los servicios son actividades ofrecidas en venta que para el comprador presenta beneficios y satisfacción.

Stanton (1974) define los servicios como actividades intangibles, que proporcionan satisfacción cuando se comercializan a consumidores que no están vinculados a la venta de un producto u otro servicio.

Como hay una gran cantidad de definiciones hechas sobre el servicio en toda la literatura, Grönroos (1990) se combinó a partir de varias definiciones que son más identificables: “Un servicio es una actividad o serie de actividades de naturaleza más o menos intangible que normalmente, pero no necesariamente, tiene lugar en las interacciones entre el cliente y los empleados del servicio y / o física recursos o bienes y / o sistemas del proveedor de servicios, que se proporcionan como soluciones para el cliente.

La calidad también se ha definido de muchas maneras diferentes en muchas literaturas diferentes.

De acuerdo a Juran (1988) identificó la calidad como un atributo que se relaciona con el cliente. Más interesante es en qué perspectiva se define la calidad. Por ejemplo, Grönroos (1990). define la calidad como lo que el cliente percibe que es donde Juran (1988) define la calidad como las características de los productos o servicios que satisfacen las expectativas de clientes y llevan a la satisfacción del cliente.

La naturaleza del servicio se define como una actividad que involucra un producto y se proporciona como una solución para satisfacer la demanda de un cliente y esa calidad es el resultado de estar satisfecho o no después de haber evaluado si un servicio, así como la prestación del servicio cumplió con las expectativas de un cliente.

Sin embargo, esto se considera una percepción de la persona que recibe el servicio y la calidad depende entonces de si el servicio satisface las necesidades, deseos y expectativas de ese servicio con clientes específicos. Dentro de esta historia, la calidad del servicio es vista como la evaluación total de qué tan bien un servicio prestado cumple con las

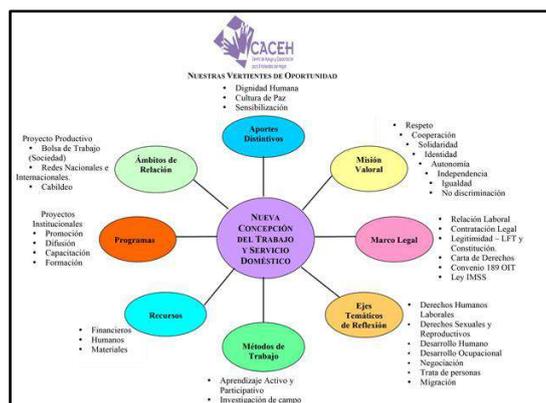
expectativas del cliente. (Zeithaml, Berry & Parasuraman 1988) & (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988).

Esto a su vez da como resultado la satisfacción del cliente o no, y es esta satisfacción o no lo que determina la calidad del servicio para el negocio según lo percibido por el cliente.

El hecho de que los clientes estén satisfechos o no por los servicios prestados determina cómo el negocio funciona bien según lo percibe el cliente y esta información se utiliza para mejorar los servicios, identificar problemas y evaluar mejor la satisfacción del cliente.

A la luz de las numerosas declaraciones sobre el tema, una definición propia de la calidad del servicio es propuesto, a saber; La calidad del servicio es el resultado de la relación entre el cliente expectativas que se derivan antes de la entrega del servicio frente a la experiencia del cliente que se produce la prestación de servicios que es altamente dependiente del rendimiento, la actitud y el comportamiento de un empleado de contacto guiado por la participación de la gerencia en términos de formación, motivaciones, liderazgo y compromiso.

Concepción actual del trabajo no remunerado del hogar y el servicio doméstico.



Fuente: www.caceh.org.mx/

Evaluación unidimensional de la calidad del servicio

En referencia a la calidad que se recibe en el servicio permite la evaluación de manera global, en base a la excelencia que se observa en la misma, en el desempeño laboral del personal a cargo, sin tomar en cuenta los atributos específicos en el servicio.

Al desarrollar una evaluación global, esta da facilidad a que se tenga que implementar varios modelos causales lo que da como resultado que se tenga una caracterización en la calidad que es recibida, se puede además analizar tanto la fiabilidad y validez, pero no es recomendable para analizar los atributos específicos del servicio, es por ello que se indica desde una perspectiva directiva que esta puede resultar no tan agradable su utilización.

De acuerdo a lo que se indica por parte de Martínez y Martínez (2007), afirman que la medida de un ítem se comporta de forma prácticamente idéntica que la escala multidimensional en relación a los intervalos de confianza de los parámetros.

Se han encontrado interesantes resultados comparados con las realizadas con múltiples indicadores (Bergkvist y Rossiter, 2007; Martínez y Martínez, 2010).

Este tipo de evaluación global y unidimensional de la calidad percibida del servicio resulta económico y fácil para la aplicación de encuestas y es también útil para correlacionar este indicador con otros asociados al servicio, o con otros resultados de la organización, como por ejemplo: correlacionar calidad global percibida del servicio y la eficiencia del mismo (Torres y Vásquez, 2011).

Cronología sobre las principales propuestas teóricas sobre calidad del servicio, su evaluación y hechos internacionales relevantes



Fuente: Elaboración Propia

Modelo de calidad de la atención médica de Donabedian



Elaboración propia.

Fuente: Donabedian (1966)

Dimensiones y atributos del SERVQUAL

VARIABLE	DIMENSIONES (5)	ATRIBUTOS (22)
Calidad del Servicio Vs Expectativas Percepción	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplen lo prometido • Sincero interés por resolver problemas • Realizan bien el servicio la primera vez • Concluyen el servicio en el tiempo prometido • No cometen errores
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento confiable de los empleados • Los clientes se sienten seguros • Los empleados son amables • Los empleados tienen conocimientos suficientes
	Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de apariencia moderna • Instalaciones visualmente atractivas • Empleados con apariencia pulcra • Elementos materiales atractivos
	Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Comunican cuando concluirán el servicio • Los empleados ofrecen un servicio rápido • Los empleados siempre están dispuestos a ayudar • Los empleados nunca están demasiado ocupados
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecen atención individualizada • Horarios de trabajo convenientes para los clientes • Tienen empleados que ofrecen atención personalizada • Se preocupan por los clientes • Comprenden las necesidades de los clientes

Elaboración propia.

Fuente: Parasuraman y otros (1988).

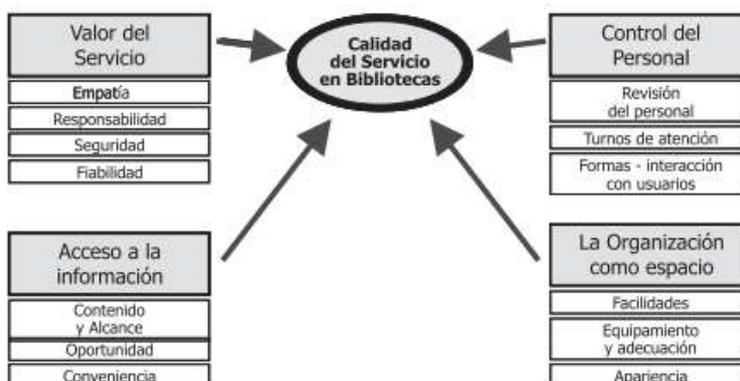
Modelo Jerárquico Multidimensional de Brady y Cronin



Elaboración propia.

Fuente: Brady y Cronin (2001).

Modelo de calidad del servicio en bibliotecas LibQUAL



Elaboración propia.

Fuente: Játiva y Gallo (2006).

Conclusión.

- En primer lugar, se concluyó que la calidad del servicio, tal como la perciben los clientes, es el resultado de lo bien que el servicio coincide con las expectativas. En segundo lugar, que la calidad del servicio era determinado por dos dimensiones, a saber; Expectativas y experiencia y cada uno de estos.
- Las dimensiones tenían factores subyacentes. En tercer lugar, 5 factores determinaron el resultado de Calidad del servicio que utilizan los clientes para completar el juicio durante el servicio. entrega, a saber; Tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.
- Como conclusión se puede mencionar además que El producto es lo que es, en nuestro caso muy excelente. Y el cliente obtiene lo que espera como el producto es lo que es, pero la variable principal es el personal y cómo el cliente recibe el Servicio.
- En referencia a los modelos y su aplicación en lo que concierne a la atención del servicio se evidencia la preponderancia del modelo SERVQUAL para medir la calidad, para lo cual se realizar en base a las diversas técnicas que ofrece dicho modelo con ello se establecerá la calidad que existe en un servicio.

Referencia Bibliográfica.

- AJAM, MEHDI; JAMIL SADEGHIFAR, MINA ANJOMSHOA, SAEID MAHMOUDI, HASAN HONARVAR and SEYYED MOUSAVI (2014). Assessing Quality of Healthcare Service by the SERVQUAL Model: A Case Study of a Field Hospital. *Journal of Military Medicine*. Vol. 15. No 4. pp. 273-279. ALNSOUR, MUHAMMED; BANDAR ABU TAYEH and MOHAMMED AWWAD ALZYADAT (2014). Using SERVQUAL to assess the quality of service provided by Jordanian telecommunications Sector. *International Journal of Commerce and Management*. Vol. 24. No. 3. pp. 209 - 218.
- Alcalá, G. (2007). *El clima de una organización*. Santa fé.
- Asamblea Nacional. (13 de julio de 2011). *Constitución de la República 2008*. Obtenido de Asamblea Nacional: www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional. (13 de junio de 2011). www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_const.pdf. Obtenido de Constitución 2008: www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_const.pdf
- BERGKVIST, LARS and JOHN ROSSITER (2007). The predictive validity of multiple-item versus single-item measures of the same construct. *Journal of Marketing Research*. No 44. pp. 175-184.
- BRADY, MICHAEL and CRONIN JOSEPH (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*. Vol. 65. No 3. pp. 34-49.
- Bonta, P. (s.f.). En M. Farber, 199 preguntas sobre Marketing y Publicidad.
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008. (s.f.).

- COOK, COLLEEN; HEATH FRED and BRUCE THOMPSON (2001). The search for the new measures: the ARL Lib-QUAL + Project—A Preliminary Report. Libraries and the Academy. pp. 103-112.
- CRONIN, JOSEPH and STEVEN TAYLOR (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. Journal of Marketing. No. 56. pp. 55-68.
- DONABEDIAN, AVEDIS (1984). La calidad de la atención médica. Definición y métodos de evaluación. La Prensa Médica Mexicana. México.
- DUQUE, EDISON (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Innovar Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Vol. 15. No 25. pp. 64-80. Fuente: www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf (Consultado 14-11-14).
- Donabedian, A. (s.f.). Universidad de Michigan. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/los-diferentes-conceptos-de-calidad-en-salud/>
- El Comercio. (29 de septiembre de 2015). adipiscor.com. Obtenido de adipiscor.com: <https://www.adipiscor.com/como/807/Afiliacion-al-IESS-de-las-Trabajadoras-no-Remun>
- El Comercio. (26 de enero de 2016). <https://www.adipiscor.com/como/807/Afiliacion-al-IESS-de-las-Trabajadoras-no-Remun>. Obtenido de adipiscor.com: <https://www.adipiscor.com/como/807/Afiliacion-al-IESS-de-las-Trabajadoras-no-Remun>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2005). Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/inst-quienes-somos>
- Kotler, J. (2001).
- Nacional, A. (5 de octubre de 2015). <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/afiliacion-de-las-trabajadoras-no-remuneradas-del-hogar>. Obtenido de [asambleanacional.gob.ec](http://www.asambleanacional.gob.ec): <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/afiliacion-de-las-trabajadoras-no-remuneradas-del-hogar>
- Peralba, J. L. (2016). El es tu cliente o el mío. Argentina.
- Piedra, J. (s.f.). Obtenido de [encolombia](http://encolombia.com): <https://encolombia.com/economia/empresas/marcas/quesunproducto/>
- valverde, J. V. (11 de Mayo de 2016). Los diferentes conceptos de Calidad en la Salud. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/los-diferentes-conceptos-de-calidad-en-salud/>

Para citar el artículo indexado.

Mayorga M., & Gamboa J. (2019). Análisis de la ampliación de cobertura a la categoría de trabajadoras del hogar en la mejora de la calidad de servicio del afiliado al IESS del cantón Milagro del periodo 2015-17. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 126-142. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/399/893>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Oferta y Demanda en Mercados Competitivos: Enfoque al Sector de la Construcción en el Ecuador.

Supply and Demand in Competitive Markets: Focus on the Construction Sector in Ecuador.

Omar Gabriel Mejía Flores¹, Nubia Elizabeth Casquete Baidal², Pedro Alexander Avilés Almeida³ & Carlos Gabriel Parrales Choez.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.396>

Resumen.

El mercado de la construcción en algunas oportunidades se percibe una clara distinción o diferenciación entre las empresas y del producto que nos pueden entregar, lo indicado que es producido por la empresa, Ecuador es un país altamente vulnerable ante las crisis, varios factores son los que pesan en la economía ecuatoriana, como la excesiva dependencia de los ingresos petroleros, la dolarización. estos generan inestabilidad. El sector de la construcción crece en consonancia con el PIB, siendo un actor importante dentro de la Economía ecuatoriana. Los altos precios del petróleo le han permitido al Gobierno actual incrementar considerablemente los montos de la inversión pública (construcción de hidroeléctricas, carreteras, centros médicos, centros del buen vivir, unidades educativas del milenio, etc.) y el gasto público, especialmente el corriente. Pero lamentablemente, la bonanza petrolera llegó a su fin, pues los precios de su principal producto de exportación, logran cubrir tan solo los costos de producción.

De acuerdo al Banco Central, mantendrá una leve recuperación en los próximos años, lo cual tuvo mucho que ver la derogatoria de la Ley de Plusvalía, la promulgación de la Ley de Fomento Productivo, que crearon las condiciones de inversión y financiamiento de la economía., la promulgación de la Ley de Fomento Productivo, que crearon las condiciones de inversión y financiamiento para este sector tan importante de la economía.

Palabras claves: Oferta, Demanda, Mercado competitivos, Construcción

¹ Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, omar.mejiaf@ug.edu.ec

² Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, nubia.casqueteb@ug.edu.ec

³ Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, pedro.avilesa@ug.edu.ec

⁴ Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, carlos.parralesch@ug.edu.ec

Abstract.

The construction market sometimes perceives a clear distinction or differentiation between the companies and the product that can be delivered to us, as indicated by the company, Ecuador is a country highly vulnerable to crises, several factors are those that they weigh in the Ecuadorian economy, such as excessive dependence on oil revenues, dollarization. These generate instability. The construction sector grows in line with GDP, being an important player in the Ecuadorian economy. The high oil prices have allowed the current government to increase considerably the amounts of public investment (construction of hydroelectric plants, roads, medical centers, centers of good living, educational units of the millennium, etc.) and public spending, especially the current. But unfortunately, the oil bonanza came to an end, because the prices of its main export product, manage to cover only the production costs.

According to the Central Bank, it will maintain a slight recovery in the coming years, which had a lot to do with the repeal of the Goodwill Law, the enactment of the Law of Productive Development, which created the conditions for investment and financing of the economy. , the enactment of the Law of Productive Development, which created the conditions of investment and financing for this important sector of the economy.

Keywords: Supply, Demand, Competitive market, Construction.

Introducción.

Acorde a lo que establece la OMC, los países miembros tienen 3 tipos de medidas para la protección del comercio: medidas antidumping, compensatorias y salvaguardias. El gobierno ecuatoriano en marzo del 2015, decidió acogerse a las salvaguardias las cuales se definen como “medidas de urgencia con respecto al aumento de las importaciones de determinados productos cuando esas importaciones hayan causado o amenacen causar un daño grave a la rama de producción nacional del Miembro importador” (Organización Mundial de Comercio).

“Los principios rectores del Acuerdo con respecto a las medidas de salvaguardia son los siguientes: deberán ser temporales; sólo podrán imponerse cuando se determine que las importaciones causan o amenazan causar un daño grave a una rama de producción nacional competidora; se aplicarán (generalmente) de manera no selectiva (es decir, en régimen NMF o de la nación más favorecida); se liberalizarán progresivamente mientras estén en vigor; el Miembro que las imponga deberá (en general) dar una compensación a los Miembros cuyo comercio se vea afectado”. (Organización Mundial de Comercio).

Acorde a la explicación del gobierno ecuatoriano, la medida busca equilibrar la balanza de comercial del país, afectada por la caída de los precios del petróleo y la apreciación del dólar con respecto a las monedas de los países vecinos, y de esta manera proteger a la industria nacional e impulsar el crecimiento de la matriz productiva.

En nuestro país las salvaguardias inicialmente fueron previstas por 15 meses que regían desde marzo 2015 hasta junio de 2016 a un conjunto de 2955 subpartidas arancelarias con

sobretasas con 4 niveles: 5%, 15%, 25% y 45%. En junio del 2016 fueron extendidas por un año más hasta junio de 2017, estas se aplican a 2200 partidas arancelarias con sobretasas de 3 niveles: 15%, 25% y 40%.

La construcción es el único sector que no se recupera económicamente. Al menos es el que por 11 trimestres consecutivos ha decrecido. En el tercer trimestre del 2017 la caída fue del 8,5 %, según cifras del Banco Central del Ecuador. Aunque el sector de petróleo y minas en los tres primeros trimestres del 2017 también decreció, en el 2016 sí tuvo resultados positivos. Por lo tanto, la construcción es el ‘patito feo’ del Producto Interno Bruto (PIB). Aún no logra desplegar sus alas, para emprender vuelo.

La Cámara de Construcción de Guayaquil, indica que el problema se debe que la economía del país ha crecido sobre la base de la inversión que el Estado ha realizado, con recursos obtenidos con créditos, pero no sobre la base de crear actividades productivas que ayuden realmente al crecimiento económico. “Por lo cual se mantiene un escenario de desconfianza, que en el caso de la construcción es fundamental

En los últimos años podemos notar que algo está pasando con la economía a nivel mundial, pues el año 2015 fue el peor en cuanto a crecimiento económico y comercio internacional. La incertidumbre que se existió en el 2009 (recesión global) o la intranquilidad del 2012 (inestabilidad del euro) vuelve nuevamente a dominar las esferas económicas a nivel mundial.

Las previsiones del Fondo Monetario Internacional, revelan un crecimiento económico mundial cada vez más a la baja, siendo esta una constante, con perspectivas todavía más pesimistas para los años venideros. Solo se espera que surja un Keynes para que estructure una nueva teoría, que propenda a bajar los costos de producción, como un reto que ya lo vivió el capitalismo con la revolución industrial y ahora con la revolución energética norteamericana.

Estados Unidos y China se muestran como un ejemplo de pueblos organizados que tiene una capacidad de innovación, que dejó atrás a muchos países de su altura. Se planteó un reto, tener energía, y ahora tiene energía; dejando impávidos al mundo entero de cómo va ganando competitividad en el mercado, con costos de producción cada vez más a la baja. El estancamiento del comercio internacional ha sido aprovechado por las exportaciones norteamericanas, su expansión, ha puesto en crisis a los países productores de commodities, en especial el petróleo cuyo boom está llegando a su fin.

Ecuador no es la excepción, más bien es un país altamente vulnerable ante las crisis. Varios factores son los que pesan en la economía ecuatoriana, principalmente la excesiva dependencia de los ingresos petroleros y la dolarización. Ambos factores, le están situando en un precipicio, que al menor tambaleo le genera inestabilidad.

Los altos precios del petróleo le han permitido al Gobierno actual incrementar considerablemente los montos de la inversión pública (construcción de hidroeléctricas, carreteras, centros médicos, centros del buen vivir, unidades educativas del milenio, etc.)

y el gasto público, especialmente el corriente. Pero lamentablemente, la bonanza petrolera llegó a su fin, pues los precios de su principal producto de exportación, logran cubrir tan solo los costos de producción.

La balanza de pagos del Ecuador que se mantuvo deficitaria por muchos años, pero se sostuvo por los ingresos petroleros, ahora con una situación contraria, el problema salta a la vista, para lo cual el Gobierno ha implementado medidas económicas que se presentan de manera recurrente. Una de estas medidas aplicadas son las salvaguardias arancelarias, que tienen la finalidad de regular el nivel general de importaciones y, de esta manera equilibrar la deficitaria balanza comercial de bienes.

El mercado de la construcción en algunas oportunidades se percibe como una especie de mercado de “comodities”, es decir, que no hay una clara distinción o diferenciación entre las empresas y del producto que nos pueden entregar, lo que quiere decir: el concreto producido por la empresa A es igual al concreto producido por la empresa B. Esto nos lleva en ocasiones al error de decidir sólo por el precio del producto terminado, sin tomar en consideración la forma en cómo se materializa esa disminución y el proceso o servicio ofrecido en su integridad, lo que puede significar una gran diferencia.

Lo que implica es que si en construcción compramos un producto a un precio menor de lo habitual y no existe un respaldo sustentable para justificar el menor valor, al final siempre vamos a terminar pagando lo que valía originalmente para el mercado en general y en muchas ocasiones inclusive un precio mayor con otras consecuencias asociadas, tales como: incumplimiento de plazos, pérdida de imagen y, algo que se vuelve cada vez más importante, eventual impacto y reacciones de la comunidad en caso que se vea afectada por los incumplimientos.

Esto nos lleva entonces a pensar de qué forma podemos disminuir nuestros precios de manera sustentable de tal forma que efectivamente podamos justificar y respaldar una disminución. A este respecto me gustaría citar dos conceptos básicos planteados y analizados por (Michael Porter , 1998):

a) Dejando de lado las consideraciones de impuestos o financiamiento que pueden afectar la ecuación del margen en una empresa, en términos simples el margen será igual al precio de venta menos los costos.

De esta forma Porter plantea que para aumentar nuestro margen debemos diferenciarnos dentro del mercado de tal forma de poder fijar un precio mayor, o disminuir nuestros costos mediante el aumento de nuestra eficiencia, o la aplicación de ambos. Haciendo un análisis sobre la base de este planteamiento, respecto de la industria de la construcción, podríamos argumentar que si consideramos el precio como una suerte de “comodity”, con poca flexibilidad, y que nuestro primer objetivo será disminuirlo, entonces deberemos enfocarnos en el margen o en los costos. Muchas empresas optan por bajar el margen, sin embargo, esto no aporta valor a la empresa sino que más bien lo destruye; por tanto, sólo nos queda la opción de mejorar nuestra eficiencia para disminuir los costos,

otorgándonos la posibilidad de hacerlo de manera sustentable generando una ventaja competitiva.

b) Porter establece que: la competitividad radica en la posibilidad de crear valor y ser único; y no necesariamente enfocarse en ser el mejor o derrotar a la competencia. Esta idea nos lleva al concepto de colocarnos metas internas que agreguen valor, lograrlas y volver a definir nuevas metas aplicando lo que podríamos entender como el concepto Kaizen (Imai, 1986); este concepto nos introduce a una filosofía de producción que se funda en la dinámica del “Cambio para Mejor” o “Mejora Continua”. Esta filosofía nos conducirá en el mediano o largo plazo a una disminución de los costos y probablemente a algún tipo de diferenciación creando una ventaja competitiva para nuestra organización.

Este es el mejor momento, para cambiar de modelo económico, a uno que propenda al resurgimiento de un nuevo país. Como lo dijo Albert Einstein

“La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque la crisis trae progresos”.

Ecuador debe aprovechar que le sacudieron la confortabilidad exportadora petrolera, para emprender un nuevo camino, la diversidad, que es el motor de la invención pública, puesto que genera creatividad y se convierte en la forma más viable de enriquecer al mundo entero.

El establecimiento de la dolarización como esquema monetario en el país trajo consigo la eliminación de la política monetaria la misma que es uno de los mecanismos más eficientes para afrontar a corto plazo cualquier desequilibrio externo que afecte la economía. Ante la ausencia de política monetaria y la presencia de choques externos, la política comercial se convierte en la única herramienta de respuesta.

La caída de los precios del petróleo y la devaluación de la moneda de los socios comerciales más cercanos del Ecuador generó un fuerte desbalance comercial por lo que se optó por el establecimiento de salvaguardas; medida que permite equilibrar la balanza comercial y mantener masa monetaria en el esquema de dolarización. Si bien las importaciones han registrado un comportamiento errante entre el 2014 y 2015, durante el período abril a mayo de 2015 se registró una disminución de las importaciones por US\$ 950 millones de los cuales US\$ 375 millones son fruto de la aplicación de salvaguardas. La medida en sí tuvo un importante impacto en el equilibrio de las cuentas comerciales de la nación ya que los volúmenes de importación se redujeron en 56% y los montos en 27% dentro de las partidas a las que fueron afectadas por la medida, mientras que en partidas que no entraron en el listado de la política la caída de las importaciones fue de 1.5% en volumen y en 17%. Adicionalmente no se registraron cambios importantes en el comportamiento del mercado laboral en contrapartida de caída en la incidencia de pobreza por ingresos. El Gobierno comenzó a sentir la falta de dólares por la reducción del precio del petróleo, y al evidenciar que nos quedaríamos cortos en liquidez, acertadamente decidió desincentivar las importaciones, así los dólares se quedarían en el país. Muchos pensaron que el incremento en aranceles tenía como objetivo el recaudar más tributos,

pero realmente la intención fue que, con el aumento del precio final del producto importado, la gente optara por alternativas nacionales y no salieran tantos dólares de nuestra economía.

Según Henry Yandún Presidente de la Cámara de la Construcción de Quito 2015 indica que en una construcción para el segmento medio alto y alto se determinó que el promedio del costo de la obra negra es el 35%, y el costo de los acabados es de 45%. Los materiales para la obra negra no se vieron afectados por las salvaguardas, de tal manera que ahí no hay incremento; pero los materiales para acabados sí tuvieron su impacto con aranceles extras de entre el 15% y el 45%, es decir, 30% en promedio. De este análisis se desprende que en proyectos destinados al segmento medio alto y alto, que sí usan productos importados, la afectación en el precio final del inmueble está en el orden del 6,76% de incremento. Si analizamos los proyectos enfocados en el segmento medio y bajo, el impacto sería del 1,58% de incremento en el precio final.

Tabla 1. Indicadores Nacionales del Número de Empresas del Sector de la Construcción.

Tamaño de Empresa	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Microempresa	20.721	24.000	25.473	25.529	25.039	25.386
Pequeña empresa	3.446	3.860	3.893	3.894	3.722	3.604
Mediana empresa A	382	430	403	436	440	408
Mediana empresa B	230	282	286	261	256	267
Grande empresa	157	197	188	178	183	164
Total	24.936	28.769	30.243	30.298	29.640	29.829

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos del INEC

Las empresas dedicadas a la construcción a nivel nacional se redujeron del 2015 al 2017 en 1,55% todo esto debido a la aplicación de las medidas arancelarias aplicadas a algunos productos y materiales de construcción, provocando que disminuya la demanda de estos materiales.

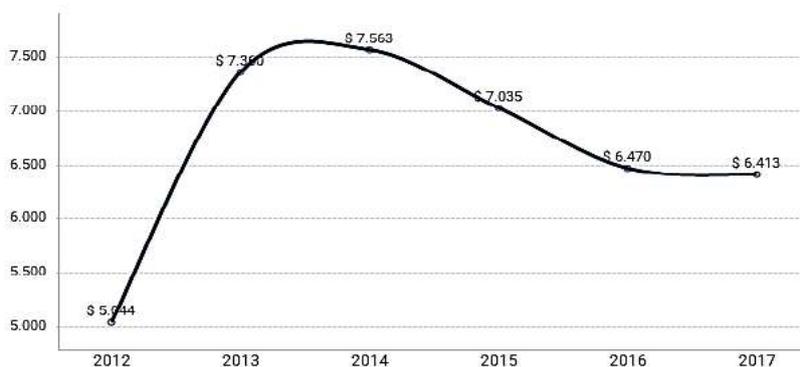
Figura 1. Indicadores Nacionales de las Ventas en el Sector de la Construcción



Tamaño de Empresa	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Grande empresa	\$3.034.262.074,00	\$5.000.446.606	\$5.168.750.645	\$4.676.803.701	\$4.209.561.354	\$4.162.568.613
Pequeña empresa	\$835.405.704,00	\$936.062.338	\$1.013.755.949	\$981.071.778	\$917.266.461	\$893.191.074
Mediana empresa B	\$640.944.552,00	\$793.078.321	\$796.904.801	\$731.505.334	\$699.097.271	\$746.653.823
Mediana empresa A	\$464.800.677,00	\$555.593.760	\$502.252.964	\$564.053.257	\$561.629.279	\$530.654.342
Microempresa	\$68.446.705,00	\$75.186.176	\$81.824.365	\$81.352.956	\$82.829.489	\$80.215.209
	\$5.043.859.712,00	\$7.360.367.201	\$7.563.488.724	\$7.034.787.026	\$6.470.383.854	\$6.413.283.061

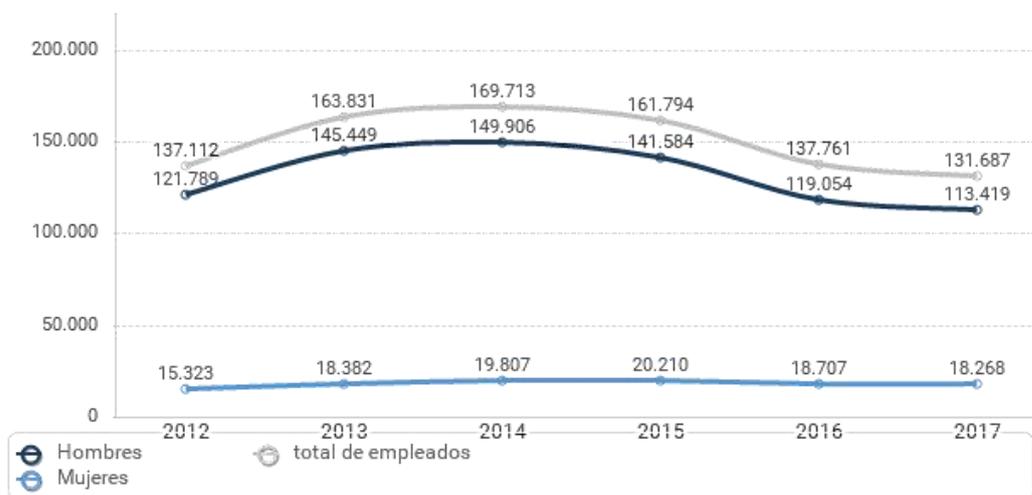
Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos del INEC

Figura 2. Personal que Trabaja en las Empresas del Sector de la Construcción



Año	2012	2012	2012	2013	2013	2013	2014	2014	2014	2015	2015	2015	2016	2016	2016	2017	2017	2017
Tamaño de Empresa	Hombres	Mujeres	Total de empleados															
Grande empresa	42.264	3.613	45.877	58.097	4.899	62.996	62.175	5.304	67.479	56.832	5.239	62.071	38.623	4.782	43.405	36.290	4.345	40.635
Pequeña empresa	33.012	4.849	37.861	35.141	5.312	40.453	36.307	5.737	42.044	34.229	5.650	39.879	31.779	5.114	36.893	30.636	5.050	35.686
Microempresa	23.476	4.340	27.816	25.546	5.017	30.563	26.820	5.641	32.461	27.110	6.067	33.177	26.929	6.012	32.941	27.064	6.071	33.135
Mediana empresa B	11.527	1.102	12.629	13.828	1.345	15.173	13.734	1.548	15.282	10.980	1.501	12.481	11.335	1.234	12.569	10.329	1.440	11.769
Mediana empresa A	11.510	1.419	12.929	12.837	1.809	14.646	10.870	1.577	12.447	12.433	1.753	14.186	10.388	1.565	11.953	9.100	1.362	10.462
Total	121.789	15.323	137.112	145.449	18.382	163.831	149.906	19.807	169.713	141.584	20.210	161.794	119.054	18.707	137.761	113.419	18.268	131.687

Podemos visualizar que en el año 2015 con las medidas arancelarias aplicadas en el país el sector de la construcción se vio obligado a desvincular a personas de las diferentes empresas ya que la demanda de los materiales de construcción disminuyó.



El Ecuador el 30 de marzo de 1983, se publica en el Registro Oficial No. 461, mediante decreto legislativo No. 123, la Ley de Reajuste de Precios, de aplicación en todos los contratos que celebren las entidades del sector público para la construcción de obras. Posteriormente se publica el decreto ejecutivo No. 2059 en el Registro Oficial No. 581 de septiembre 19 de 1983, el cual reglamenta la aplicación de la Ley de Reajuste de precios; y el 16 de Agosto de 1990 la Ley de Contratación Pública y su reglamento el 29 de Abril de 1991 y el 13 de Marzo del 2000, la Ley 2000-4 para la Transformación Económica del Ecuador, leyes que regulan el reajuste de precios de la Obra Pública. decidió a Cabe indicar que el Índice de Precios de la Construcción (IPCO), es un indicador que mide mensualmente la evolución de los precios, a nivel de productor y/o importador, de los Materiales, Equipo y Maquinaria de la Construcción, para ser aplicados en las fórmulas polinómicas de los reajustes de precios de los contratos de la Obra Pública, de acuerdo a lo que dispone el Art. 83 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública vigente a partir del 4 de Agosto del 2008. (el período base es Abril 12/2000 = 100.00)

De la lista de los productos que se analizan para obtener el índice de precio de la construcción rescatamos los que se consideró más relevante.

Índice de materiales, equipo y maquinaria de la construcción

(Base Abril/12 2000 = 100)

DENOMINACIÓN	INDICES			VARIACIONES PORCENTUALES	
	oct-17	sep-18	oct-18	MENSUAL	ANUAL
Aceites, lubricantes, hidrául y afines	340,7	360,42	360,42	0	5,79
Acero en barras	244,29	247,22	248,76	0,62	1,83
Acero estructural para puentes	395,98	386,64	388,75	0,55	-1,83
Acetileno	231,67	227,65	227,65	0	-1,74
Aditivos para hormigones asfálticos 3/	206,43	227,54	229,05	0,66	10,96
Alambres y cables para Inst. eléctricas	181,75	200,97	200,97	0	10,57
Alambres y cables para Inst. telefónicas					
Exteriores (I) 2/	177,98	179,59	182,29	1,5	2,42
Interiores	217,31	259,04	259,04	0	19,2
Alambres de metal	256,51	281,75	281,75	0	9,84
Baldosas de vinil (I) 5/	123,69	123,69	124,42	0,59	0,59
Artículos de soldadura	232,02	224,66	224,66	0	-3,17
Ascensores	126,52	130,1	129,93	-0,13	2,7
Grifería y similares	278,79	278,79	278,79	0	0
Tubos y Acc.de hierro o acero galvanizado para instalaciones eléctricas	234,94	223,15	223,15	0	-5,02

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

¿Estará el mercado siempre en equilibrio? Como hemos visto, Marshall argumentó que no se desviarían tan lejos de los niveles de equilibrio. Con un precio alto, por ejemplo, habría un exceso de oferta y los vendedores podrían beneficiarse de mayores ventas bajando sus precios.

Podemos indicar que por un lado a este sector le afectó la reducción en el precio internacional del petróleo que causó que haya menos recursos disponibles, y eso automáticamente repercutió con una reducción en la demanda. Esta circunstancia, si hubiese sido la única, podía haber servido para que los precios del metro cuadrado se ajusten hacia abajo en una construcción. Pero no fue lo único que afectó al sector de la construcción a esto se le sumó las reformas a las leyes de herencias y plusvalía en el peor momento posible. El efecto de esto fue un frenazo brutal en la demanda de los materiales de construcción y en la demanda de viviendas, ocasionando una disminución en el sector de la construcción y que se vea afectada la balanza comercial del país.

De acuerdo a información obtenida por los entes reguladores gubernamentales indican que hay 540 mil personas registradas en la actividad de la construcción, lo que quiere decir, en empleos directos que ofrece este sector. La industria de la construcción representa el 11% del Producto Interno Bruto (PIB); y si somos 16 millones de ecuatorianos, ese 11% se traduce en algo más de 1.7 millones de personas con empleos relacionados a la construcción. Cabe indicar que la mano de obra que se utiliza en el sector de la construcción es no calificada, ya que no se requiere ni siquiera educación primaria para algunas labores, es decir que la construcción absorbe la responsabilidad de generar ingresos para la gente más vulnerable del país.

 **Variación trimestral porcentual** del PIB general y de la construcción (I Trimestre 2011 - I Trimestre 2018)



De acuerdo a (Ekos, 2018), en la década pasada, hasta el año 2014 hubo un evidente nivel de desarrollo siendo el año 2011 el de mejor rendimiento con un 17.6% del PIB. Como se analizó en párrafos anteriores, los niveles de inversión pública crecieron, pero se vieron afectados por la baja del precio del petróleo, lo cual influyó en el financiamiento de las obras previstas con anterioridad.

Las tasas de inversión fueron negativas durante el periodo 2015-2017, lo que afectó a la actividad con un decrecimiento del -10,51%, generando una depresión en el sector en el periodo 2016-2017, que, de acuerdo al Banco Central, mantendrá una leve recuperación en los próximos años.

Vale recalcar que tuvo mucho que ver la derogatoria de la Ley de Plusvalía, la promulgación de la Ley de Fomento Productivo, que crearon las condiciones de inversión y financiamiento para este sector tan importante de la economía.

Conclusiones.

- El sector de la construcción crece en consonancia con el PIB, siendo un actor importante dentro de la Economía ecuatoriana. Varios factores son los que pesan en la economía ecuatoriana, principalmente la excesiva dependencia de los ingresos petroleros y la dolarización. Ambos factores, le están situando en un precipicio, que al menor tambaleo le genera inestabilidad. Los altos precios del petróleo le han permitido al Gobierno actual incrementar considerablemente los montos de la inversión pública (construcción de hidroeléctricas, carreteras, centros médicos, centros del buen vivir, unidades educativas del milenio, etc.) y el gasto público, especialmente el corriente. Pero lamentablemente, la bonanza petrolera llegó a su fin, pues los precios de su principal producto de exportación, logran cubrir tan solo los costos de producción.
- De acuerdo al Banco Central, mantendrá una leve recuperación en los próximos años, lo cual tuvo mucho que ver la derogatoria de la Ley de Plusvalía, la promulgación de la Ley de Fomento Productivo, que crearon las condiciones de inversión y financiamiento para este sector tan importante de la economía. que tuvo mucho que ver la derogatoria de la Ley de Plusvalía, la promulgación de la Ley de Fomento Productivo, que crearon las condiciones de inversión y financiamiento para este sector tan importante de la economía.
- Todas estas circunstancias han ayudado a mejorar el desempeño del sector de la construcción, pero la recuperación no es inmediata. La lección es evidente: aplicar medidas que generen mayor confianza en los constructores y en los demandantes.
- Es importante señalar que el Gobierno influye mucho en el desarrollo del sector, el cual implica que deberá tomar medidas para que se encuentre la estabilidad del mismo y despunte paulatinamente, ya que con su recuperación se generará mayor cantidad de empleos sea de manera directa e indirecta, aportando al crecimiento económico del país.

Referencias Bibliográficas.

Carl G. Uhr, . W. (1960). Economic Doctrines of Knut Wicksell.

Julián, J. R. (2011). Los errores de la vieja economía. Mexico.

Knight, A. (1971). repensar la revolucion Mexicana. MEXICO.

Mankiw, N. G. (2011). Principios de la Economia. Mexico: Cengage.

Marín, J. (2002). Economia Financiera. Antoni Bosh Editor .

Menger, C. (2007). PRINCIPIOS DE LA ECONOMIA. Unión Editorial.

Mises, L. V. (1995). Liberalismos y Capitalismo . Union Editorial .

Soto, J. H. (2009). Dinero, credito bancario y ciclos economicos . Union Editorial .

Para citar el artículo indexado.

Mejía O., Casquete N., Avilés P.& Parrales C. (2019). Oferta y Demanda en Mercados Competitivos: Enfoque al Sector de la Construcción en el Ecuador. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 143-154. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/396/896>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Gestión administrativa: Estudio desde la administración de los procesos en una empresa de motocicletas y ensamblajes.

Administrative management: Study from the administration of the processes in a motorcycle and assembly company.

Juan Fernando Falconi Piedra ¹, Kléber Antonio Luna Altamirano. ², William Henry Sarmiento Espinoza ³ & Celio Froilán Andrade Cordero.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.406>

Resumen.

El objetivo de la investigación es indagar acerca de la gestión administrativa como herramienta para gerenciar procesos administrativos en una empresa Motocicletas y Ensamblajes, cuyo objetivo central es el ensamble, fabricación, comercialización y distribución de motocicletas. La investigación es descriptiva, con enfoque cualitativo y elementos cuantitativos; usando el método inductivo, analítico sintético, lógico – histórico; se empleó la técnica de la encuesta, entrevista y análisis de documentos, para lograr recabar información, documentar, y corregir los procesos administrativos. Los resultados permiten inferir que se deben mejorar los procesos desarrollados en cada uno de los departamentos que conforman la empresa y orientar sus actividades hacia la optimización, un mejor desenvolvimiento del personal, mejora en tiempos de entrega de información entre departamentos, entre otros. Se concluye que existen debilidades en la administración o gestión de los procesos desarrollados, lo que limita el desarrollo pleno de labores cotidianas y la integración e interconexión de procesos. En función de ello, se encamina una propuesta de organización de procesos administrativos y operativos con el fin de incrementar la eficiencia de las operaciones desarrolladas.

Palabras claves: Administración, gestión administrativa, procesos, empresa de motocicletas y ensamblajes.

¹ Universidad Católica de Cuenca, Maestrante en Administración de Empresas, Cuenca, Ecuador. jffalconip301@psg.ucacue.edu.ec

² Universidad Católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Cuenca, Ecuador. klunaa@ucacue.edu.ec

³ Universidad Católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Cuenca, Ecuador. wsarmiento@ucacue.edu.ec

⁴ Universidad Católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Cuenca, Ecuador. candrade@ucacue.edu.ec

Abstract.

The objective of the research is to investigate administrative management as a tool to manage administrative processes in a company Motorcycles and Assemblies, whose main objective is the assembly, manufacture, marketing and distribution of motorcycles. The research is descriptive, with a qualitative approach and quantitative elements; using the inductive, analytical synthetic, logical - historical method; The technique of the survey, interview and analysis of documents was used to obtain information, document and correct administrative processes. The results allow inferring that the processes developed in each of the departments that make up the company should be improved and their activities oriented towards optimization, better staff development, improvement in information delivery times between departments, among others. It is concluded that there are weaknesses in the administration or management of the processes developed, which limits the full development of daily tasks and the integration and interconnection of processes. Based on this, a proposal for the organization of administrative and operational processes is aimed at increasing the efficiency of the operations carried out.

Keywords: Administration, administrative management, processes, motorcycle company and assemblies.

Introducción.

La gestión administrativa implica un nivel elevado de exigencia tanto en el desarrollo de funciones como planificación, organización, coordinación, dirección y control de la organización, como para una mejor gerencia de los bienes de la empresa, entre ellos materiales, financieros y humanos, orientado a la consecución de metas y objetivos trazados por el área directriz de la empresa.

Gestionar un proceso administrativo bien definido se constituye como principio fundamental de la labor de un gerente, aunque dichas labores se realicen de forma empírica en la mayoría de las veces.

Indistintamente, en las organizaciones, se debe trabajar por mejorar los procesos desarrollados en cada uno de los departamentos que la conforman, con el fin de orientar actividades hacia la optimización, un mejor desenvolvimiento del personal, mejora en tiempos de entrega de información interdepartamental, entre otros.

Bajo estos planteamientos, se considera en esta investigación el estudio de los procesos administrativos, se estudia la situación actual de los procesos y procedimientos esenciales desarrollados en la empresa “Motocicletas y Ensamblajes S.A. MYESA”. En dicha empresa, se examinan los procesos organizacionales, especialmente los de carácter administrativo, con la finalidad de identificar aspectos que pueden ser optimizados, bajo el diseño y desarrollo de un plan de mejora continua que contribuya a elevar la eficiencia de los procesos organizacionales.

Revisar procesos y procedimientos desarrollados de manera asertiva para el personal de las diferentes áreas que conforman la organización; se constituye en una herramienta fundamental con fines precisos para dichas áreas. Teniendo como valor principal en las empresas, lograr gestionar un proceso administrativo de manera eficiente y con valor.

Desde el punto de vista metodológico, se asume un enfoque cualitativo que se combina con herramientas estadísticas para cuantificar la realidad estudiada. La investigación es de carácter descriptivo, en el sentido que describe hechos que suceden en la empresa, se utiliza el método inductivo, pues se inicia de premisas generales para llegar a conclusiones particulares. Como técnica se utiliza la encuesta apoyada en un instrumento tipo cuestionario, la delimitación de la población objeto de estudio es de 103 personas, con los resultados obtenidos se procede al procesamiento y análisis de la información y conclusiones de las mismas.

Se aborda desde una perspectiva teórica la gestión administrativa de la empresa y sus diferentes procesos en una fase cualitativa – documental, para posteriormente explorar procesos administrativos relacionados con la gestión administrativa de la empresa Motocicletas y Ensamblajes S.A. MYESA, unidad de análisis ubicado en la provincia del Azuay, Cantón Cuenca, siendo la población objeto de estudio el gerente general, empleados de la empresa, clientes fijos más representativos de la empresa en los últimos 2 años. Se considera el total del universo poblacional siendo 103 individuos, según tabla adjunta.

Tabla 1. Población Objeto de Estudio.

Personal	Población
Gerente General	1
Jefes departamentales	3
Empleados	22
Clientes	77
Total	103

Fuente: Elaboración propia

Gestión administrativa: concepciones básicas

Las organizaciones desde épocas remotas han tenido la obligación de regular actividades, tomar decisiones y direccionar y ejecutar proyectos y acciones, centrados en fundamentos administrativos indicados dentro del código de Hammurabi, siendo la administración la ciencia que permite concretar la ejecución de estas funciones esenciales con efectividad y eficiencia.

Como área de conocimiento, la administración ha surgido de la mano del desarrollo de las civilizaciones egipcia, romana, griega y china, contribuyendo con la creación de los cimientos administrativos; ayudando a perfeccionar técnicas y procedimientos en el área.

Se convierte en el timón del barco empresarial que dirige de manera equilibrada todas las acciones dentro de la empresa para llegar a su destino.

Córdova (2013) citando a Henry Fayol, define la administración como el un conjunto de procesos orientados a planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar los recursos de la organización para el logro de objetivos de manera eficiente y eficaz. Si se estudia de manera concreta la administración, de acuerdo con Marín (2011), en la edad media, se caracterizó por tener una política original que era el feudalismo; precisa la evolución de ideas administrativas de manera notable, considerando instituciones como la iglesia, en la cual se desarrollaban labores administrativas concretas.

Indica Marín (2011), que en Prusia y Austria surge un movimiento de carácter administrativo conocido como cameralistas quienes enfatizaron varios principios de la administración (seleccionar y adiestrar al personal, especialización de funciones y de control administrativo), siendo para el autor en esta etapa, donde se sientan las bases del desarrollo administrativo. Se comienza a asumir como una ciencia, de la cual surgen teorías, principios y funciones esenciales de la praxis administrativa. En este sentido, la administración se convierte en un fenómeno en el mundo moderno, al surgir la necesidad dentro de la empresa de tomar decisiones, coordinar actividades, direccionar al personal, evaluar el desempeño, tomando como medida la obtención de objetivos previamente establecidos.

Todos estos inicios fueron afinándose, agregando componentes que hacen de la administración lo que hoy en día representa en las organizaciones. Ahora bien, conectando los planteamientos anteriores con lo que implica llevar una gestión o administración en una organización, se puede precisar que ésta representa un factor importante al momento de crear un negocio. Una buena o mala administración determinará el éxito o fracaso de una organización.

Para Terry (1986), la administración instala órdenes en cada esfuerzo, donde se necesita una recolección de recursos tales como material y humano; generalmente se observa en la administración pública, dada por la importancia dentro del desarrollo económico, social de un país; tomando en consideración la mayor absorción de las actividades que eran direccionadas anteriormente al sector privado.

En este sentido y derivado de los planteamientos anteriores, desde los años 1800, se ha hecho costumbre el hecho de definir a la gestión administrativa en base a cuatro pilares, reforzados por Ramírez y Ramírez (2016), quienes señalan como procesos administrativos: planeación, organización, dirección, coordinación y control. De manera resumida, estos procesos se definen de la siguiente forma: (Chiavenato, 2003).

1. Planeación: necesaria para la obtención de los objetivos y metas propuestas utilizando varios cursos de acción de manera eficiente, se caracteriza por ser el primer paso para seguir dentro de una empresa, la misma que responde a varias interrogantes para su creación.

2. Organización: se emplea para la distribución de responsabilidad otorgada a los empleados con la cual se genera vínculos entre los ellos. Requiere que todas las ideas sean colocadas de manera ordenada para ser ejecutadas de manera sistemática.
3. Dirección: dirigir al equipo que trabajara en la organización con el fin de alcanzar los objetivos y metas señaladas. Obedece al mando que se le da para alcanzar una meta, si esta está bien encaminada los trabajadores y ejecutivos de la misma alcanzan el objetivo planteado inicialmente.
4. Control: controlar que todas las actividades se encuentren alineadas a lo establecido y planificado por la empresa. Esta función es la encargada de llevar a cabo y conseguir a través de una correcta y ordenada ejecución los objetivos trazados por el directorio.

Estos procesos responden a un ciclo de operaciones que se retroalimenta de manera directa, conduciendo los esfuerzos hacia el logro de los objetivos organizacionales declarados en la empresa.

Al respecto, plantea Bernal (2007) una empresa u organización siembra esfuerzos para determinar y cumplir metas específicas por medio de la fuerza humana y otros recursos donde explica un proceso para el mejor entendimiento de una correcta gestión administrativa involucrando eficiencia, eficacia, competitividad, productividad, ventajas estratégicas, formando un conjunto de herramientas útiles para la obtención de los objetivos trazados

Estos procesos administrativos y su concatenación e interacción, hacen la gestión administrativa, cuyo reto obedece a las normas de construir una sociedad mejor en materia económica y social. El control de las organizaciones se basa en la administración efectiva; la gran parte de la satisfacción de objetivos tanto económico, político y social dependen de la habilidad del administrador.

La gestión administrativa, es considerada una de las actividades más significativas y relevante en las organizaciones. Se lleva a cabo con la finalidad de organizar el esfuerzo de un grupo social, es la forma por la cual se trata de obtener metas y objetivos trazados, utilizando al personal y herramientas mediante el ejercicio de labores fundamentales que implican el desarrollo de procesos clave como planificar, organizar, dirigir y controlar (Anzola, 2002). Según Amador (2003), la gestión administrativa implica el desarrollo del proceso administrativo, desde las funciones esenciales que involucra: planificar y organizar la estructura organizacional, así como definir cargos que conforman la empresa, además la dirección y control de cada actividad.

Acerca de la gestión administrativa, Bowen y Vaca (2015) indican que esta se fundamenta al ser un soporte administrativo para distintos procesos de la empresa, de todas las áreas de la empresa, con el objeto de obtener un resultado efectivo teniendo mayores ventajas competitivas que se verán reflejadas en los estados financieros.

Administración de procesos como herramienta de gestión

En esta sección se asume un enfoque de procesos con el fin de estudiar la organización como un conjunto de procesos administrativos, operativos y de soporte que se desarrollan a la par de los objetivos declarados y del direccionamiento establecido por los niveles superiores de la estructura organizativa de la empresa.

En primera instancia, es necesario definir un proceso, para ello, se cita a Franklin (2014), quien lo asume como un acumulado de pasos que ordenan y organizan las transformaciones a nivel servicios y productos, apostando por la calidad y la generación de valor. De igual forma, Elizondo (2006) indica que un proceso se constituye como un conjunto de etapas encadenadas e independientes que manejan una conclusión determinada. En todo caso, se considera como la suma de actividades que se encuentran relacionadas y trabajando de una manera unificada para la obtención de resultados particulares, resaltando que un proceso puede tener uno o varios procedimientos.

De acuerdo con Zarategüi (1999), los procesos, son secuencias ordenadas y lógicas de actividades de transformación, siendo la gestión por procesos la forma más eficaz para desarrollar acciones que satisfagan las necesidades de los usuarios internos y externos a las organizaciones. Delgado (2007), para ello debe de disponer de información relevante, oportuna y precisa que facilite la toma de decisiones estratégicas y operativas en la empresa. Para la autora, mediante el enfoque basado en procesos, se puede identificar y gestionar numerosos procesos interrelacionados, hacer un análisis y seguimiento coherente del desarrollo de los procesos en su conjunto y obtener la mejora continua de los resultados por medio de la erradicación de errores y procesos redundantes en las diferentes funciones de la organización.

En lo que respecta a la gestión por procesos, esta significó un cambio paradigmático, que, aunque se comprenda su utilidad, no se interioriza fácilmente por los miembros de la organización (Delgado, 2007). En este sentido, todas las organizaciones, independientemente de su naturaleza, se presentan como un conjunto de procesos interrelacionados y anidados entre sí para el logro de los objetivos organizacionales.

Los procesos se documentan en manuales de diversas naturalezas, algunos establecen los procesos y procedimientos desarrollados, sean a nivel administrativo y operativo, apostando por la eficiencia plena de las actividades administrativas y operativas de la empresa.

En este sentido, en esta sección se precisa la definición de la administración a través de procesos y procedimientos como herramienta de gestión, con el fin de comprender su funcionamiento. La idea es ofrecer explicaciones detalladas de los elementos que comprenden estos documentos informativos que precisan el detalle de la gestión administrativa desarrollada en las organizaciones, con la finalidad de comprender la

forma en la que pueden emprenderse análisis sobre eficiencias en las labores desarrolladas,

Alrededor del mundo existen millones de compañías que compiten por ser más exitosas que otras, las cuales son manejadas bajo un orden que se adapta a las circunstancias del medio interno y externo. Así pues, la administración es considerada una herramienta de gestión por medio de la cual cada una de las actividades de la empresa son supervisadas y controladas, a fin de mantener la organización de la misma.

Sobre este particular, se precisa, que la organización administrativa en una empresa, comprende la división de la empresa en departamentos los cuales mantienen una relación jerárquica entre sí y se manejan bajo el mando de una dirección general. Es decir, debido al aumento de las labores que son realizadas dentro de la empresa y/o compañía y lo complicado que puede ser llegar a conseguir los objetivos, es indispensable la división de funciones o tareas encomendadas.

Para ello, los gerentes, se valen de la organización administrativa de la empresa, como técnica fundamental para el funcionamiento de la misma. Las funciones de los empleados estarán estipuladas por un mando superior y no se creará un caos al tratar de adivinar las actividades correspondientes a cada área o departamento. Por consiguiente, la especificación de labores hace más sencillo el manejo y control de las mismas, los cuales van de la mano con las leyes del país en el que se realicen las actividades, evitando así el desperdicio de tiempo.

Ante los planteamientos anteriores, en esta investigación se estudia desde el enfoque cualitativo (investigación documental), de carácter descriptivo los procesos y procedimientos desarrollados en la empresa de Motocicletas y Ensamblajes S.A. MYESA. Para ello, se asume el método deductivo, pues se inicia de premisas generales para llegar a conclusiones particulares.

Empresa Motocicletas y Ensamblajes S.A. MYESA: Revisión de procesos, procedimientos y propuesta para su optimización.

La empresa Motocicletas y Ensamblajes S.A. MYESA es constituida el 04 de mayo del 2009 en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, República del Ecuador; es creada como una compañía anónima ante la Superintendencia de Compañías. Su actividad principal es el ensamblaje, fabricación, comercialización y distribución de motocicletas, de sus partes y piezas las mismas que son importadas ya sea en productos elaborados o semielaborados.

A nivel administrativo, de acuerdo a las entrevistas realizadas, se maneja de manera informal, pues a pesar de disponer de un plan estratégico, lo emplea de manera inapropiado, afectando a la empresa en el sentido, que desconoce la problemática externa e interna de la organización. Asimismo, carece de objetivos claros sobre la dirección de la empresa. Con respecto a la documentación de sus procesos de trabajo, tanto

administrativos, como operativos, disponen de manuales de procesos y procedimientos antiguos y en algunos casos inexistentes para todas las áreas, lo que genera confusiones y demoras en el desarrollo de las funciones de los empleados (Encuestas, 2018).

En relación al desempeño de las funciones administrativas y actividades operativas desarrolladas por el personal, estas se llevan de forma empírica y por rutina, se evidencia demora en entrega de resultados a tiempo por parte del área contable, financiera y administrativa; en consecuencia, sus procesos no se encuentran documentados restando eficiencia a las operaciones ejecutadas.

Al realizar un diagnóstico administrativo, y procesar los resultados de encuestas y entrevistas realizadas, se presentan resultados que se constituyen el pilar fundamental en la mejora de la gestión administrativa en la empresa MYESA. Se indagó sobre los procesos y procedimientos administrativos de selección, personal (contratación, capacitación y desempeño) y otros administrativos (relativos al otorgamiento de créditos y cuentas por cobrar) los resultados demuestran que:

Tabla 2. Gestión administrativa en la empresa MYESA.

Gestión administrativa			
Procesos y procedimientos			
Aspecto evaluado:	Si (%)	No (%)	Resultados
1. Considera una ventaja el uso de manuales de <i>procesos</i> y <i>procedimientos</i> en el logro de objetivos	90,9	9,1%	No se cuenta con una correcta gestión administrativa, en el sentido que los procedimientos no se encuentran documentados en manuales u otros instrumentos de organización del trabajo. Existe una falta de documentación de procesos y procedimientos en todas las áreas de la empresa, lo que genera que los empleados desconozcan los pasos a seguir, desconocimiento de las responsabilidades, deberes, jerarquías, misión, visión, objetivos; por consiguiente, la planificación, dirección, control y la organización de la empresa se ven afectados, lo cual se hace visible en los resultados obtenidos frente a los objetivos planteados.
2. Existe un control de <i>procesos</i> y <i>procedimientos</i> en la gestión administrativa		100%;	
3. La administración es llevada a través de <i>procesos</i> y <i>procedimientos</i>	50%	50%	
4. Dispone de <i>procesos</i> y <i>procedimientos</i> para determinar las funciones que realiza el personal	81,8 %	18,2 %	
5. Los procesos y procedimientos actuales son claros y precisos	68,2	31,8%	
Manuales de procesos y procedimientos			
6. Existe un <i>manual</i> de procesos y procedimientos	86,4%	13,6%	Los manuales de procesos y procedimientos son desactualizados,

para entregar al personal una vez contratado			desconocidos para la mayoría de empleados, los mismos que consideran una herramienta administrativa importante para el mejoramiento de las funciones y/o tareas que les fueron encomendadas dando como resultado el mejoramiento de la función administrativa.
7. El <i>manual</i> de procesos y procedimientos a Ud. entregado es actualizado de acorde a funciones del puesto de trabajo		100%	
8. Los procesos y procedimientos actual de la empresa puntualiza claramente su responsabilidad, deberes, y jerarquía específica de cada departamento y/o área de la empresa?		100%	
Personal: selección, contratación, evaluación del desempeño			
¿La selección de personal es realizado bajo procesos y procedimientos?	27,3%	72,7%	Es evidente que no se realiza la selección de personal, ni su contratación, utilizando procesos y procedimientos para futuros candidatos a ocupar una plaza laboral en la empresa. Los empleados son evaluados y medidos en base de resultados; se identifica que los procesos y procedimientos no son claros para los colaboradores, lo que genera demoras innecesarias en las labores cotidianas, información retrasada en diferentes áreas, duplicidad de tareas, exceso de información que no aporta al giro del negocio ni a una efectiva gestión administrativa; dando como resultado que la información final como estados financieros lleguen al directorio fuera de fechas establecidas, siendo el principal motivo para que la toma de decisiones no sea efectiva y a tiempo.
¿La contratación de personal es realizado bajo procesos y procedimientos?	27,3%	72,7%	
9. El desempeño del personal es medido en base de resultados	90,9%	9,1%	
Gestión administrativa: procesos administrativos			
10. Los <i>manuals de procesos y procedimientos</i> ayudan a la organización a mejorar la gestión administrativa		100%	La falta de un proceso claro en el departamento de crédito y cobranza acorde a las necesidades de la empresa considerando que los clientes en su mayoría son habituales y disponen de

<p>11. Según su experiencia los procedimientos y procesos llegan hacer burocráticos si no son llevados de una forma adecuada</p>	<p>100%</p>		<p>créditos otorgados por la empresa, se evidencia que el personal que le otorga dichos créditos no sigue procesos ni procedimientos para la otorgación de los mismos; los clientes no tienen claras las políticas crediticias a pesar de que llenan formularios para la concesión de montos y plazos para el crédito. El recordatorio a clientes de sus obligaciones de pago es de las cuotas vencidas generando que el cliente entre a un periodo de morosidad afectando el flujo de efectivo de la empresa al no cobrar las cuotas a tiempo, tampoco es de un conocimiento general los valores por vencer y el total de la deuda.</p>
<p>12. ¿Para otorgarle su crédito, considera usted que el personal seguía un procedimiento previamente establecido?</p>	<p>42,9%</p>	<p>57,1%</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Resultados.

Con los resultados obtenidos es evidente como en la empresa estudiada, no se lleva a cabo una gestión administrativa de manera formal, sus procesos son desarrollados desde la experiencia de quienes ocupan los cargos. Sus procesos administrativos desde una perspectiva genérica son desarrollados apoyados a una praxis que deriva de la experiencia de quien ejecuta tales procesos, sin respaldo de estos en documentos formalmente establecidos que permitan una secuencia de operaciones orientadas a la eficiencia administrativa.

Según plantea Suzette, Morgan y Socorro (2015) las propuestas para el mejoramiento y optimización de procesos dentro de las empresas deben genera un valor agregado para mejorar la competitividad tanto interna como externa; los procesos deben ser más rápidos, con mejor calidad, más entendibles y que sea una herramienta útil para el directorio, gerencias, para evaluaciones a futuro del desenvolvimiento laboral y poder realizar tomas de decisiones.

Lo anterior se complementa con lo planteado por Villegas, Reyes, Pérez y Maldonado (2016) al señalar que mientras las empresas estén en constante crecimiento e innovación de su estructura se tiene que divisar problemas en la administración teniendo que implementar estrategias administrativas que admitan trabajos de manera óptima.

Con respecto al uso de manuales, estos resultaron ser obsoletos y con un grado de antigüedad que habla de su desactualización. En este caso, se plantea que el empleo de este tipo de documentos de organización del trabajo, puede ayudar a organizar y sistematizar operaciones en la empresa; pues tanto la gerencia general, como las jefaturas,

las entrevistas realizadas, coinciden en la necesidad de contar con procesos y procedimientos adecuados y documentados, para todas las áreas de la empresa, de tal forma que sea una herramienta de ayuda y no un obstáculo adicional. Cuando no existen estos documentos administrativos históricos, el personal desconoce la existencia de procesos y procedimientos administrativos, lo que genera retrasos en la entrega de información, careciendo de oportunidad y afectando el correcto desenvolvimiento del personal y la administración eficiente de la empresa (resultados y objetivos).

En lo que respecta al personal, a pesar de ser un capital valioso importante dentro de la organización y a la vez el recurso más difícil de manejar; la falta de procesos y procedimientos formalmente establecidos que guíen las operaciones a desempeñar para un correcto reclutamiento, selección, y contratación del personal hace que los trabajadores contratados, no rindan de manera acorde a las necesidades por las cuales fueron requeridos laboralmente y por ende desarrollen sus operaciones administrativas desde la experiencia de quienes lo antecedieron.

La falta de un correcto proceso de inducción del cargo conlleva a que las tareas sean realizadas de forma empírica y/o de manera en que fueron llevadas a cabo por el empleado anterior, por lo que sus conocimientos y destrezas labores no serán desempeñadas con el éxito esperado.

Finalmente, los procesos administrativos estudiados desde su desempeño no disponen de un correcto proceso para la ejecución de las funciones asignadas, no existe un cronograma de entrega de información, lo que genera retrasos en la entrega de los estados financieros por parte del departamento contable ocasionando que los accionistas, directorio y gerencias no tomen a tiempo decisiones adecuadas para el normal desenvolvimiento del negocio.

En síntesis, en la empresa estudiada, no se lleva según plantea Chevez (2015) una correcta gestión administrativa, utilizada para construir, crear y destinar de mejor forma los recursos de la empresa, encaminando a la obtención de objetivos en donde las funciones de los empleados sean de manera eficiente y eficaz. Implementar procesos y procedimientos favorece a la organización teniendo lineamientos para el personal siendo reflejados en los resultados. La inexistencia o deficiente gestión administrativa conlleva a una falta de eficiencia y eficacia en las actividades dentro del normal giro de negocio al no existir una clara delimitación de funciones de los colaboradores.

En este tipo de empresa, es importante el control interno que interviene en la gestión empresarial, pues según plantea Fernández y Vásquez (2013), los controles son un apoyo fundamental dentro de la empresa, estos son elaborados e instituidos por juntas directivas quienes definen políticas y procedimientos de control en cada área de la organización, con el objetivo de alcanzar las metas deseadas. Un incorrecto control interno es el resultado del desarrollo eficiente y preciso de procesos y procedimientos donde se encuentra especificado cada función, responsabilidad a seguir para el logro de objetivos.

Para finalizar, es evidente que la empresa estudiada, lleva a cabo una gestión administrativa inadecuada e ineficiente, no disponer de herramientas que facilite las labores cotidianas e involucre a cada uno de los departamentos que componen la organización, razón por la cual debe trabajar por una mejor gestión apoyada en procesos y procedimientos formalizados que redunden en la eficiencia y optimización de sus operaciones administrativas.

Siendo para Vergara (2007); Radi (2008); Marín (2008) y Rincón y Hernández (2012), una solución para contrarrestar los resultados obtenidos, el diseño e implementación de manuales de procedimientos administrativos con la finalidad de sistematizar entradas, actividades y salidas requeridas en el manejo de documentos administrativos; asimismo, indican los autores que los manuales se constituyen en herramienta eficaz en la que todas las áreas de la empresa deben estar participativas y conectadas, en aras de potenciar su optimización y eficiencia operativa y administrativa

Conclusiones.

- En las diferentes épocas de la historia los autores señalan la evolución de la administración para la prosperidad no únicamente de la empresa sino de la comunidad. Los estudiosos de la administración concuerdan sobre el valor de un correcto proceso administrativo para llevar de una manera óptima la organización; así como las políticas y normas establecidas.
- Con respecto a la gestión administrativa llevada a cabo en la empresa MYESA no es la correcta, por cuanto no dispone de procesos y procedimientos administrativos de manera formal que orienten cada uno de los departamentos o áreas de esta.
- No dispone de procesos y procedimientos documentados de manera formal, lo que resta eficiencia en sus operaciones administrativas, vinculadas con procedimientos administrativos, así como en el personal, quien al no estar claro en lo que debe realizar y sus actuaciones resta eficiencia al desarrollo de funciones y actividades, teniendo un desempeño poco óptimo
- Con respecto a los procesos de evaluación del desempeño, no existe en la empresa una ruta para la ejecución de estos procesos, no se dispone de procedimientos formales para el reclutamiento, selección y contratación de personal, así como para la debida inducción; por lo que el personal que ingresa a la empresa no cumple con las expectativas para los cuales fueron contratados.
- Para llegar a los objetivos propuestos por el directorio de la empresa es indispensable contar con las herramientas administrativas necesarias para el logro de mismos, disponer de una correcta y eficiente gestión administrativa dentro de la empresa MYESA como herramienta de gestión organizacional que le permitirá generar la optimización de sus operaciones administrativas.

Referencias Bibliográficas.

- Amador, J. (2003). Proceso Administrativo. Recuperado de [http://www.elprisma.com/apuntes/administración de empresas proceso administrativo](http://www.elprisma.com/apuntes/administración%20de%20empresas/proceso%20administrativo).
- Anzola, S. (2002). *Administración de pequeñas empresas*. México: Editorial McGrawhill.
- Bernal Torres, C. A. (2007). *Introducción a la administración de las organizaciones. Enfoque global e integral*. México: Pearson Educación de México.
- Bowen, C. y Vaca, T. (2015). *Diseño de un plan de gestión administrativa y financiera para la empresa de libro pernos de la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: S.ed. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream>.
- Chevez, J. (2015). Gestión Administrativa y su Incidencia en la Operatividad de la empresa Sumbawa S.A. Quevedo.
- Chiavenato, I. (2003). *Gestión del Talento Humano*. Colombia: McGrawhill.
- Córdoba, M. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (2da ed.). Bogotá: ECOE.
- Elizondo, L. (2006). *Proceso Contable 4*. (5ª. ed.). México: Thomson Learning.
- Fernández, Y.; y, Vásquez, F. (2013). El Control Interno y su Influencia en la Gestión de las Empresas Privadas de Latinoamérica Perú. IN CRESCENDO - *Ciencias Contables Financieras y Administrativas*, 1 (1), 89 -98.
- Marín, N. (2008). *Propuesta de un manual de reclutamiento y selección de personal para Nylontex Internacional S.A.* Guatemala: Universidad Rafael.
- Marín, Y. (2011). *Evolución y precursores de la gestión administrativa*. Recuperado de [https://es.slideshare.net/luis/origen.evolución y precursores de la gestión administrativa](https://es.slideshare.net/luis/origen.evolucion%20y%20precursores%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20administrativa).
- Moreira Delgado, Mercedes de la C. (2007). Gestión por procesos y su aplicación en la organización de información de Empresa de Telecomunicaciones de Cuba, S.A. *Ciencias de la Información*. 38, (3), 13-24.
- Radi, M. (2008). *Diagnóstico de necesidades de implementación de los procesos de los Recursos Humanos en una empresa familiar dedicada a la industria del pan*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Ramírez, C.; y, Ramírez, M. (2016). *Fundamentos de Administración* (Cuarta ed.). Bogotá: ECOE.
- Rincón, K.; y, Hernández, W. (2012). Manual de procedimientos Honda Motors. Recuperado de <https://issuu.com>

- Suzette, L.; Morgan, J.; y, Socorro, E. (2015). *Gestión de Procesos como Factor de Competitividad de PYMES del Sector Industrial en el Estado de Querétaro*. Red Internacional de Investigadores en Competitividad.
- Terry, G. (1986). *Principios de administración*. México: Continental.
- Vergara, M. (2007). *Diseño del manual de procesos y procedimientos del área de recursos humanos del ISS, por tipo de seccional de acuerdo a complejidad y tamaño*. Colombia: Universidad de la Salle.
- Villegas, B., Reyes, Y.; Pérez, J., y, Maldonado, J. (2016). Estrategias de Organización para la Mejora de la Gestión Administrativa en las Empresas. *Pistas Educativas* 121.
- Zarategui, J. R. (1999). La gestión por procesos: Su papel e importancia en la empresa. *Economía industrial*, 330.

Para citar el artículo indexado.

Falconi J, Luna K., Sarmiento W. & Andrade C. (2019). Gestión administrativa: Estudio desde la administración de los procesos en una empresa de motocicletas y ensamblajes. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 155-169. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/406/922>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.



Recibido: 25-02-2019 / Revisado: 27-02-2019/Aceptado: 26-03-2019/ Publicado: 05-04-2019



Gestión de la calidad en el sector de telecomunicaciones. Orientaciones hacia la mejora continua en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Azogues – Ecuador.

Quality Management in the telecommunications sector. Orientations towards continuous improvement in the National Telecommunications Corporation, Azogues - Ecuador.

Alicia Mariela Torres Beltrán¹, Kléber Antonio Luna Altamirano.², Jorge Edwin Ormaza Andrade³ & Marcos Eduardo Cantos Ochoa.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.407>

Resumen.

La investigación se plantea como objetivo analizar la gestión de la calidad del servicio en el sector de comunicaciones, estudiando específicamente el caso de la Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP), ubicada en la Ciudad de Azogues, Ecuador. La idea es a partir de los resultados obtenidos direccionar acciones para la mejora continua en la unidad estudiada. La investigación es de tipo descriptiva con un enfoque netamente cualitativo; es no experimental y de campo, se utiliza como técnica de recolección de información empírica la encuesta y entrevista a clientes y funcionarios de la corporación. Los resultados indican fallas por la obsolescencia y saturación de la red, ocasionando baja velocidad en el servicio y obstáculos para la empresa; incidentes que no fueron atendidos de forma apropiada y eficiente por Unidad Técnica, encargada de la atención de daños, esto reduce la calidad del servicio prestado y conlleva a proponer un modelo de mejora continua para el servicio de internet de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP; esto a partir de la migración del servicio de internet fijo por cobre a la red de fibra óptica. Con esto se presume se reduzca el número de reclamos, y se incremente el nivel de satisfacción de los usuarios. Lo

¹ Universidad Católica de Cuenca, Maestrante en Administración de Empresas, Cuenca, Ecuador. amtorresb420@psg.ucacue.edu.ec

² Universidad Católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Cuenca, Ecuador. klunaa@ucacue.edu.ec

³ Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues, Unidad Académica de Administración, Azogues, Ecuador. jormaza@ucacue.edu.ec

⁴ Universidad Católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Cuenca, Ecuador. mecantoso@ucacue.edu.ec

anterior de la mano de un proceso de contratación de personal eficiente y un programa de capacitación que permita brindar soporte técnico a los usuarios.

Palabras clave: Gestión de calidad, calidad de servicio, Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

Abstract.

The research aims to analyze the management of service quality in the communications sector, specifically studying the case of the Commercial Unit of the National Telecommunications Corporation (CNT EP), located in the city of Azogues, Ecuador. The idea is from the results obtained to direct actions for continuous improvement in the unit studied. The research is of a descriptive type with a clearly qualitative focus; it is non-experimental and field-based; the survey and interview of clients and corporate officials is used as a technique for collecting empirical information. The results indicate failures due to the obsolescence and saturation of the network, causing low speed in the service and obstacles for the company; incidents that were not attended in an appropriate and efficient way by the Technical Unit, in charge of the attention of damages, this reduces the quality of the service provided and leads to propose a model of continuous improvement for the internet service of the National Telecommunications Corporation CNT EP; this from the migration of the fixed internet service by copper to the fiber optic network. This is presumed to reduce the number of complaints, and increase the level of user satisfaction. This is accompanied by an efficient recruitment process and a training program to provide technical support to users.

Keywords: Quality management, quality of service, National Telecommunications Corporation.

Introducción.

A nivel mundial, el sector de las telecomunicaciones ha avanzado de forma vertiginosa y sorprendente, como consecuencia de la diversificación de productos y servicios que se ofrecen y se orientan a satisfacer las necesidades de comunicación de la población. Los constantes cambios a los que ha sido expuesto han exigido respuestas ágiles para hacer frente a circunstancias que se han presentado a lo largo del tiempo; por ello, resulta de gran importancia, disponer de herramientas útiles, de fácil aplicación, que permitan estar a la vanguardia de la tecnología y la innovación.

En el entorno latinoamericano, el sector de telecomunicaciones ha sufrido grandes transformaciones durante las últimas décadas, cambios tecnológicos y requerimientos por parte de clientes han sido cada vez más exigentes, requiriendo contar con servicios y productos de calidad que permitan alcanzar un posicionamiento en el mercado, y por ende poder lograr un desenvolvimiento dentro de la industria, que apuesta a la concreción de los mejores resultados posibles.

La aparición de nuevas tecnologías ha provocado que se incremente la competencia entre oferentes de los servicios de telecomunicaciones, surgiendo nuevas formas de comunicación entre personas, organizaciones, y organismos y sistemas diversos, convirtiéndose la comunicación en eje fundamental para la correcta marcha y funcionamiento de las organizaciones, sean estas públicas, privadas o cuya naturaleza represente la combinación de otras modalidades.

En todo caso, la comunicación en tiempo real, se constituye en elemento esencial para permanecer en mercados altamente globalizados y con grandes exigencias; ejemplo de ello, lo representa la empresa Mexicana Telmex quien producto de sus avances ha logrado sacar del mercado a sus competidores principales. Según plantea Huerta y Gómez (2013): “la ley de la oferta y la demanda, así como la experiencia de los dueños deben determinar el rumbo de las industrias de los medios de comunicación y las telecomunicaciones, así como sus mercados” (p.114).

Hoy en día las comunicaciones se encuentran dentro de un mercado globalizado, y al liberalizar la prestación que ofrece este mercado, no es solo prioridad del Estado “(...) han pasado de ser un deber de suministro estatal, a convertirse en una mercancía, sin embargo, no se trata de una mercancía cualquiera, debido a que los servicios de telecomunicación se encuentran en la base de nuestra moderna sociedad de la información” (Schneider, 2016, p.215).

Por lo expuesto, la creación de empresas requeridas para la prestación de estos servicios, sean de orden público o privado, deben garantizar el acceso a estos servicios incluyendo las localidades donde no se obtiene una rentabilidad económica sino más bien una rentabilidad social.

En lo que respecta a esta temática en la sociedad ecuatoriana, en los últimos años, se han suscitado cambios profundos, pasando de tener una tecnología obsoleta, a contar con tecnología de punta, que permite competir no solo a nivel nacional, sino internacional con cualquier compañía que oferte servicios de telecomunicaciones. Se ha adaptado infraestructura tecnológica para cubrir requerimientos por distancias y capacidad, que hasta hace poco tiempo, hubiera resultado imposible otorgar.

En este caso, el Estado ecuatoriano, encargado de prestar este tipo de servicios de telecomunicaciones a los habitantes del país de manera directa, ha trabajado en aras de ofrecer calidad, mediante el uso de tecnologías modernas que permitan alcanzar la satisfacción de los usuarios con tarifas accesibles. Sin embargo, en la sociedad ecuatoriana, la gestión pública carece de una administración eficiente y eficaz que conlleve a complacer las necesidades reales de los ciudadanos, a la optimización de recursos, y hacia la obtención de niveles adecuados de productividad, restando con ello eficiencia y eficacia en la creación de servicios de mayor calidad y con el menor costo posible.

Este hecho, impone a la institución pública que actualmente ofrece estos servicios, a contar con tecnologías de punta, innovación constante en los procesos, brindar el servicio con calidad, siendo mejor que el otro, ser competitivos, ser reconocido, y permanecer posicionado en la mente del consumidor, a fin de incrementar el número de usuarios dentro de esta economía.

El acceso a las telecomunicaciones e información, deben ser igual en calidad y precio para los consumidores de zonas urbanas y rurales; es decir, sin discriminación a la conservación y desarrollo del servicio. Se busca entonces una finalidad social, que evite las clases sociales: ricos y pobres de acuerdo a su poder comunicativo. En cuanto a la noción del servicio universal.

Ante estos planteamientos, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP), debe enfocarse en otorgar un servicio competitivo mediante la aplicación de estrategias comerciales y estrategias de mejora continua que potencien su calidad constantemente, más aún cuando estos servicios móviles están dominados por la empresa privada. La importancia radica en la definición de los servicios de telecomunicaciones a nivel público de manera eficiente y con ventajas competitivas.

Ahora bien, la búsqueda del mejoramiento de la calidad en los servicios públicos que se ofrece a nivel regional, no es reciente, Torres, citado por Bernal, Pedraza, y Sánchez (2015) aseveran: “A partir de la década de los noventa, la calidad de los servicios se ha convertido en un principal elemento para cumplir con los objetivos y regulaciones gubernamentales para satisfacer las expectativas de una ciudadanía cada vez más informada y exigente” (p.12). Por lo que, una correcta gestión de calidad de los productos y de los servicios que ofrezca la Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP) en la ciudad de Azogues, generará ventajas competitivas sobre la misma en doble sentido; por un lado, con un efecto positivo sobre las ventas, y por otro, la posible reducción de los costos a largo plazo.

Un servicio será de calidad, no sólo si se ofrece un buen servicio, sino al satisfacer o exceder las expectativas del cliente; esto incluye buena atención y la buena imagen que se proyecta hacia el consumidor final. Los objetivos de la institución deben estar encaminados la calidad plena y en consecuencia a la satisfacción del cliente a través de la aplicación correcta de los procesos y de su sistema de gestión de calidad. Así se hace necesario la participación, responsabilidad, perfección y el espíritu del servicio como existe diferencias en los gustos y preferencias, será necesario trabajar para obtener un nivel esperado de los bienes que consume el cliente o el consumidor final, a un precio accesible.

Para el caso ecuatoriano, los sectores económicos no se excluyen de la aplicación de modelos de gestión de la calidad recomendados a nivel mundial y de Latinoamérica, es

necesario alinearse a las tendencias que se presentan, y a su vez viabilizar el cumplimiento de objetivos empresariales orientados a la calidad, y por ende a la satisfacción del cliente.

Ahora bien, la necesidad de mantener y actualizar el sistema de gestión de calidad y operar bajo un esquema de mejora continua, para satisfacer las exigencias de los clientes, asegurando un crecimiento y rentabilidad permanente del negocio, así como el desarrollo profesional de los empleados debe ser una exigencia diaria. En este sentido, esta investigación, se plantea como objetivo central analizar la gestión de la calidad del servicio en el sector de comunicaciones, estudiando específicamente el caso de la Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP), ubicada en la Ciudad de Azogues, Ecuador.

Desde la perspectiva metodológica, la investigación es de orden cualitativa, de tipo descriptiva, no experimental y de campo. Se apoya en fuentes primarias, representadas por informantes clave de la empresa en estudio, así como en fuentes secundarias. Para la elaboración del marco teórico se empleó el criterio de varios autores y se efectúa una síntesis de estos criterios, tomando en cuenta los aspectos más relevantes para realizar aportaciones al conocimiento científico derivado, complementando con otras fuentes de carácter secundaria, como lo es la información contenida en reportes e informes de la CNT EP, Constitución del Ecuador, Plan Nacional de Desarrollo para el período 2017-2021, Ley de Comunicación, entre otros documentos.

Se diseñaron cuestionarios y guion de entrevista, aplicándose mediante técnicas como la encuesta y la entrevista estructurada. Esto permitió ahondar el análisis de las variables y agregar validez y fiabilidad a la investigación. La población estuvo conformada la Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP), siendo sus informantes claves directivos, trabajadores y clientes que reciben el servicio de internet fijo residencial por cobre en la parroquia Javier Loyola perteneciente a la Ciudad de Azogues, de la empresa. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP) cuenta con 512 usuarios del servicio de internet fijo residencial por cobre, quienes constituyen la población de la presente investigación, a partir de esta información obtenida en la empresa, se halla la muestra estadística para la aplicación de la encuesta a los clientes.

La información recolectada de fuentes primarias, es decir, del lugar objeto de investigación en la Parroquia Javier Loyola de la ciudad de Azogues; por un lado, personal de los departamentos de la CNT EP, de manera especial y puntual a la Unidad Comercial; y por el otro clientes y usuarios del servicio de internet de la Parroquia Javier Loyola.

Con respecto a la técnica de la entrevista, la misma que para Taylor y Bogdan (como se citó en Quecedo y Castaño, 2002) se realizaron reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos a la comprensión de las perspectivas

que tienen los informantes de sus experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras”. El beneficio de esta técnica para la formulación de la propuesta radica por la forma espontánea y flexible para obtener información. Las entrevistas estuvieron dirigidas hacia los directivos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP en la Ciudad de Azogues, así como a los funcionarios que pertenecen a la Unidad Comercial, asimismo, se realizaron entrevistas clínicas a varios colaboradores de diferentes departamentos de la empresa.

Gestión de la calidad: Reflexiones teóricas

Desde la antigüedad, la calidad ha sido considerada muy importante en todos los aspectos del diario vivir; es así como, constantemente se pretendía que los objetos utilizados para la caza, la pesca, la agricultura, entre otros, ofrezcan mayor durabilidad y satisfagan de mejor manera las necesidades de quien los utilizaba. En el mismo sentido, en el sector de la construcción buscaban que las edificaciones proporcionen seguridad a quienes habitaban en la misma, que su estructura fuera de calidad, es decir, resista las inclemencias del tiempo. Por otro lado, la pretensión de producir u obtener bienes o servicios de calidad no es reciente, ha sido un elemento consustancial con el hombre e inherente a todas las actividades que éste ha realizado desde el momento que ha llegado a la faz de la tierra.

En el ámbito gerencial, la evolución cronológica de la calidad se origina a inicios de administración científica, concretamente con el control de la calidad por inspección de la producción, que da comienzo formal al concepto de calidad. En un segundo momento se tiene el aseguramiento de la calidad a través de la gestión en los procesos, más no a las funciones, desde este momento, cobra importancia la organización horizontal, desechando las jerarquías verticales.

En la lectura revisada, se confirma que autores de diversas regiones del mundo han generado conocimiento y han socializado los resultados alcanzados por la aplicación de modelos, estrategias, metodologías y herramientas sobre la calidad y su gestión dentro de las empresas. Así mismo, los servicios, productos, e iniciativas que han sido propagados tanto al interior de la academia, como en las organizaciones, han servido para profundizar o iniciar estudios, y poner en práctica y propender la calidad como principios rectores de las operaciones de una empresa.

En una inquietante sociedad actual, inminentemente dominada por la presencia vertiginosa de cambios en todos los ámbitos del convivir, nuevos enfoques empresariales son requeridos para enfrentar nuevas realidades y exigencias a nivel de productos y servicios. En el mundo de los servicios, las ideas de la calidad no deben vincularse sólo con la tenencia de recursos tecnológicos, el simple hecho de no recibir servicios ajustados a las necesidades de los clientes conduce a las organizaciones fracaso es seguro (Ajá, 2002).

En este orden de ideas, se resalta que, durante las últimas décadas del siglo XX, surge con fuerza en el mundo empresarial un paradigma que ha tenido como centro el concepto de calidad, cuyo impacto se dio inicialmente dentro de la industria, pero en lo posterior se difundieron y popularizaron en otros sectores como el financiero, salud, social, por nombrar algunos.

La difusión de este paradigma de la calidad, trajo consigo la difusión de una variedad de conceptos, métodos y modelos de gestión de diversa índole entre los que destacan: círculo de calidad, sistemas de aseguramiento de la calidad, gestión de la calidad total, normas ISO 9000, entre otros modelos y metodologías como el six sigma.

La implementación de la calidad en las organizaciones, busca garantizar el producto o servicio a la población a fin que estas satisfagan las necesidades a todo nivel, con un grado predecible de uniformidad, fiabilidad, a un bajo costo que se adecue a las necesidades del mercado. La satisfacción del cliente a través de productos y servicios que cumplan con estándares de calidad aceptados, permitirá a la empresa competir en mercados exigentes, buscando un mejoramiento continuo, de agrado a los clientes, estandarización y control de procesos, con lo que se obtiene herramientas prácticas para una gestión integral, que permitan obtener un mayor rendimiento en cuanto a funcionamiento y durabilidad.

Sin duda, la calidad es una herramienta básica e indispensable que debe estar presente en todos los procesos, productos y servicios de una organización o empresa, que se podrá lograr con la participación de todos quienes conforman la institución o unidad empresarial. Sus resultados repercutirán positivamente tanto a clientes como a la misma empresa o ente institucional, más aún, que, si las motivaciones de las organizaciones por implementar la calidad es mejorar su imagen dentro del mercado y, mejorar la organización y gestión de la empresa que provoque una mayor satisfacción al cliente, demuestra el interés de las empresas por lograr un reconocimiento sobre todo externo.

En este sentido, al conceptualizar la calidad, vienen implícitas características a nivel de los productos o servicios, que deben cumplir con una necesidad o expectativa establecida, que por lo general son implícitas u obligatorias. La calidad se valora como el hecho de satisfacer las expectativas, con sentido de excelencia simultáneos (Parasuraman, Zeithaml, y Berry, 1985). La calidad no es una ventaja competitiva en sí misma, es simplemente un requisito.

Entre tanto, los atributos que se asocian a la calidad como: el precio y plazo de entrega, confiabilidad, durabilidad, mantenimiento, aspectos físicos, etc., son requisitos para sobrevivir y determinar ventajas competitivas. No obstante, la calidad constituye una ventaja significativa, que asegura posicionamiento y permanencia en el mercado, mejora las utilidades y por consiguiente los resultados de la empresa en el mediano y largo plazo, pudiendo convertirse en un estilo de vida. Para Gutiérrez (2004), la calidad existe cuando los miembros de la institución poseen, comparten y ejercen una serie de valores cuyo fin

último es la satisfacción de las necesidades del cliente. El autor destaca el compromiso y responsabilidad de los miembros que conforman una institución, a fin que, con su empeño en el trabajo, se propugne la perfección y se pueda satisfacer las necesidades de todos los clientes.

Así la calidad, puede responder a una dimensión subjetiva y ambigua, que no puede ser fácilmente medible, ni demostrable, más aún a nivel de los servicios, cuyas características denotan intangibilidad, heterogeneidad, carácter perecedero y la simultaneidad entre la producción y consumo simultáneos (Parasuraman, Zeithaml, y Berry, 1985).

En lo que respecta a la calidad en los servicios, los esfuerzos referidos a su consolidación, hacen alusión, por un lado, al talento o recurso humano, enfocando el esfuerzo de las personas que conforman la organización. El personal asume responsabilidades de: ejecutar, monitorear y evaluar el sistema de gestión, convirtiéndose en obligación de los entes empresariales invertir en formación, capacitación y actualización de su personal; y por el otro, a recursos técnicos, herramientas, tecnologías, máquinas, que apoyan al primer esfuerzo (recurso humano) para que de forma eficiente y eficaz se pueda cumplir con las obligaciones encomendadas.

En el caso de los servicios, estos pueden ser manejados desde diferentes puntos de vista; pudiendo afirmar que cada persona tiene su propio concepto, diferentes entre sí, pero seguramente válido. Peña (1992) sostiene: “la gerencia de servicio como (...) una economía donde las relaciones son más importantes que los productos y, para competir a nivel de la calidad, se debe hacer una adecuada fijación de estándares ya que la empresa es un equipo que brinda una garantía de calidad al cliente” (p.65).

Sin duda, en la actualidad la pirámide está invertida, y el cliente es lo primero, por lo tanto, es imprescindible hacer que, desde el último de los trabajadores, sienta que es parte de un compromiso de la institución, por lo tanto, su obligación con el rol que desempeña está dirigida a satisfacer al cliente y por ende a la empresa o ente donde labora.

Por lo tanto, el servicio al cliente constituye el servicio o atención que el personal de la empresa brinda a sus clientes y usuarios, durante las actividades de consultas, reclamos o ventas presentados por los diversos medios destinados para el efecto. El servicio recibido por el cliente, será evaluado de acuerdo a su percepción, ya sea de forma positiva o negativa; y, del resultado de esta apreciación recomendará o no la utilización de productos y servicios que brinda la empresa.

En este orden de ideas, precisando lo que implica la gestión de la calidad en una organización, se alude al desarrollo de una serie de procesos y estrategias que direccionan las organizaciones, sean de servicios públicos o privados para cumplir las expectativas de valor exigidas por los clientes (Parasuraman, Zeithaml, y Berry, 1985). Ajá (2002) afirma: “la calidad es un conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una

organización en materia de calidad. Para el autor, la gestión de la calidad se orienta a coordinar tanto actividades de las personas como de los recursos para mejorar lo que oferta a sus clientes o usuarios” (p.3).

La administración de la calidad, aceptada también como gestión de la calidad está orientada a crear conciencia de la calidad en todos los procesos de una organización y es utilizada por diversos sectores del área pública como privada. Ahora bien, la implementación de un sistema de gestión de calidad, conlleva a la organización a desarrollar procesos conducentes, a identificar las características relevantes del producto o servicio que demandan y exigen los clientes (calidad, el precio, y otras propias del producto o del servicio), el cumplimiento de estas propiedades logrará sin duda, aumentar el porcentaje de ventas estimadas por las empresas o las organizaciones.

Un sistema de Gestión de la Calidad es una directriz, que orienta el cumplimiento de los objetivos y prioriza la mejora continua en el desempeño y la eficacia de los procesos que desarrollan todos los miembros de la organización para ser más competitivos en el mercado, obtener rentabilidad y satisfacción de las necesidades de los clientes. Para un buen desarrollo de gestión de la calidad las empresas deben contar con los siguientes elementos: Una estructura organizacional, una planificación estratégica, recursos tanto materiales como humanos, desarrollo de procesos, y procedimientos.

No obstante, entre los beneficios que la empresa percibirá al contar con un sistema de gestión están la identificación de acciones preventivas y correctivas que permitan desarrollar una administración eficiente, mejorando la motivación y comunicación con sus empleados, mejores resultados, posicionamiento en el mercado, fidelización de clientes satisfechos y ventaja competitiva ya que se logra un posicionamiento en el mercado. Por otra parte, toda ventaja competitiva constituye una estrategia que rivaliza en el mercado internacional; donde, los factores de producción: tierra, trabajo y capital, determinaban el precio de un producto, así como la oferta y la demanda. Actualmente el capital intelectual, las tecnologías de la información y comunicación (TIC) son los factores competitivos que determinan la ventaja competitiva.

James (1997) explica ciertas funciones dentro de la gestión de calidad, entre ellas: planificación, organización, dirección, personal y control. La planificación siempre camina hacia el futuro llegando a cumplir con las metas planteadas por la entidad, al mismo tiempo brinda la capacidad de ser dinámico anticipándose a eventos futuros, determinando las acciones esenciales para desafiar de manera positiva a estos acontecimientos, siendo primordial la eficiencia dentro de un proceso de mejora de la calidad. Los elementos clave que incluye son: análisis del entorno, misión de la calidad, establecimiento de la política de calidad, objetivos estratégicos de calidad, y planes de acción de la calidad, James (1997).

Ante estos planteamientos existen modelos de gestión de calidad que asumen como elementos centrales: el direccionamiento estratégico que implica concebir la calidad desde el nivel estratégico de la organización, es decir definir elementos estratégicos como la misión, visión, valores, políticas, objetivos y elementos de gestión que lleven implícito la calidad como principio rector y conducente de las operaciones desarrolladas en las organizaciones. Todo ello, apostando a la mejora continua de las operaciones de servicios, desde las responsabilidades de la dirección y la gestionan que estos realicen de los recursos disponibles para ofrecer servicios que cubran las necesidades y expectativas de los clientes. Los planteamientos anteriores, establecen orientaciones para el diseño de un modelo de gestión de la calidad en cualquier organización, sea del sector privado o público.

Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP: Un análisis desde la gestión de la calidad del servicio

En el año 1884, el Ecuador inicia sus comunicaciones mediante la transmisión telegráfica alámbrica de mensajes, es así como, luego de varios años se crean empresas que brindan servicios de telefonía para las principales ciudades como lo son Quito y Guayaquil, extendiéndose posteriormente a otras provincias. En el año de 1968, se crea la empresa de Telecomunicaciones, Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de Cuenca, quien inicia con sus servicios de telefonía, agua potable y alcantarillado; en la actualidad, además de los servicios referidos la empresa municipal ha extendido los servicios de internet y televisión.

En 1972 aparece el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL), que hasta 1992 regulaba las redes telefónicas en el Ecuador, el Instituto brindaba los servicios de telefonía fija, y estuvo integrado por las empresas de teléfonos tanto del norte como del sur del país. Para 1992 transformarse en EMETEL, luego en EMETEL S.A. Empresa Autónoma de Telecomunicaciones para en el año 1997, dividirse en dos nuevas empresas estatales: Andinatel S. A. y Pacifictel S. A., estas últimas encargadas de brindar servicios de telefonía e internet.

Cronológicamente, el 30 de octubre de 2008, se crea la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT S. A., producto de la fusión entre las empresas Andinatel S. A. y Pacifictel S. A. la cual para el año 2010 se convierte en empresa pública y en el principal proveedor de servicios de telecomunicaciones de la sociedad ecuatoriana. La CNT EP. La empresa tuvo que afrontar demandas por parte de los empleados de Pacifictel, viéndose la necesidad de crear un departamento jurídico para afrontar esta situación.

Su presencia es nacional, y lo hace a través de oficinas ubicadas de manera estratégica en cada una de las provincias. Su objetivo, satisfacer la demanda nacional de servicios de telecomunicaciones. En la Provincia del Cañar, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP cuenta con un centro integrado de servicios CIS en la

capital provincial Azogues donde se encuentra la administración provincial; y, cuatro puntos de atención en Biblián, Cañar, El Tambo y La Troncal.

Según información de la empresa, ésta cuenta con ejes estratégicos sobre los cuales fundamenta su dirección, integrados por misión, visión, valores estratégicos. La empresa se preocupa por alcanzar sus objetivos en el corto, mediano y largo plazo, y servicio de responsabilidad social. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones se preocupa de la calidad en los procesos y la prestación del servicio, desde hace varios años cuenta con un modelo de gestión de la calidad, mediante la certificación de la Norma ISO, mantiene implementada la versión 9001:2015.

La Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones -CNT EP- de la ciudad de Azogues, provincia del Cañar, creada en el año 2008, se dedica a prestar servicios de telecomunicaciones en Ecuador. Su portafolio de servicios se compone de: telefonía fija, telefonía móvil, internet fijo y móvil; y, televisión satelital.

Al analizar la corporación desde la perspectiva interna, se realizaron una serie de entrevistas a personal clave de la misma, pudiendo detectar debilidades asociadas a la gestión que actualmente desarrolla. En este sentido, se escuchó de los clientes y usuarios que la calidad de servicio ofrecida es deficiente, los empleados o colaboradores no satisfacen necesidades y expectativas, presentando los mismos falta de compromiso y de interés, aunado a ello, los usuarios manifestaban que el precio de los servicios es elevado (Entrevistas realizadas, 2018).

Con la información obtenida, conllevó a analizar elementos internos, con el propósito de verificar a nivel interno elementos estratégicos de la empresa, entre los que destacan: misión, visión, valores, políticas, objetivos, así como otros elementos de gestión entre los que recalcan las responsabilidades de la dirección y la gestión que estos realizan de los recursos utilizables.

Estos aspectos, se analizan en la corporación con la finalidad de precisar la calidad como parte esencial de los elementos estratégicos de la empresa estudiada, buscando estructurar un modelo de gestión de calidad orientado a la mejora continua y la satisfacción de las expectativas y requerimientos de clientes y usuarios.

En este sentido, entre los elementos de gestión a precisar en la CNT EP, la cual declara siete objetivos de calidad que forman parte del proceso de Planificación Estratégica 2014 - 2018 y que corresponden a sus objetivos empresariales y son: (CNT EP, 2017)

- Incrementar ingresos.
- Incrementar cobertura banda ancha en instituciones sociales.
- Incrementar los niveles de fidelización, retención y satisfacción de los clientes.
- Incrementar base de clientes en las líneas de negocio.
- Incrementar la efectividad gestión de reclamos.

- Incrementar la disponibilidad de las redes de telecomunicaciones y plataformas TI.
- Incrementar la efectividad de los procesos de venta, instalación.

Estos objetivos se consideran estratégicos para la Corporación, sin embargo, es evidente que se debe fortalecer lo concerniente a la calidad total en las operaciones emprendidas.

Con respecto a la misión, expresa: “Brindamos a los ecuatorianos la mejor experiencia de servicios convergentes de telecomunicaciones y TICs, para su desarrollo e integración al mundo, impulsando el crecimiento de nuestra gente y creando valor para la sociedad” (CNT EP, 2017). Es evidente la no inclusión de la calidad como parte central de la razón de ser de la corporación, aspecto esencial, que se debe declarar desde este direccionamiento central de la empresa.

A pesar de ello, en algunas áreas estratégicas de la corporación, como son el área de post venta, servicio al cliente y el área de bodegas, se incluye como parte de la misión, la ejecución de procesos de manera eficiente y apegado a las normativas existentes; se resalta la comunicación, el enfoque en los resultados, el trabajo en equipo, la integridad, la orientación al servicio, el pensamiento analítico, disposición a aprender, negociación y manejo de conflictos, reconocimiento de problemas, diligencia y la calidad de trabajo. En estas áreas, se resalta la calidad como parte de las operaciones desarrolladas y como competencia básica que orienta el trabajo desarrollado.

Con respecto a la visión, la corporación declara: “Ser la empresa líder de servicios convergentes de telecomunicaciones y TICs del Ecuador, a través de la excelencia en su gestión, el valor agregado y la experiencia que ofrece a sus clientes; que sea orgullo de los ecuatorianos” (CNT EP, 2017). Es evidente como la calidad no resalta en las afirmaciones establecidas como parte de la visión organizacional.

Asimismo, la corporación declara como valores: compromiso con el cliente, trabajo en equipo, eficiencia, innovación, integridad y la responsabilidad social (CNT EP, 2017), sin precisión de valores asociados con la calidad total de las operaciones, en todo caso, podría asociarse la calidad con el compromiso con el cliente, en cuanto a darle al cliente lo que requiere, satisfaciendo sus expectativas, necesidades y deseos.

La organización declara de igual forma su política, precisando lo importante de la política de la calidad definida, su comunicación, comprensión y aplicación de la misma, orientados a su aplicación a fin de obtener la satisfacción de los clientes; ante esto, en función de la investigación realizada, es evidente que la política de la calidad no es aplicada por todos los colaboradores de la empresa. Ante esta situación, se deben realizar talleres donde se socialice la forma adecuada de aplicación mediante casos prácticos, lo cual resulta mucho más didáctico que la difusión por los medios de comunicación que utiliza la organización.

En función de los resultados anteriores, la corporación debe reorientar sus esfuerzos para disponer de un modelo de gestión abocado a la calidad total de sus operaciones, es decir trabajar por la consolidación de un sistema de gestión que asuma como principio la calidad plena de sus operaciones de servicios.

En este sentido, se precisan como elementos de lo que pudiera ser un modelo de gestión de la calidad para la corporación, elementos asociados con las responsabilidades de la dirección y la gestión que estos realizan de los recursos disponibles.

Al estudiar estos elementos en la corporación, se tiene para la Responsabilidad de la Dirección, que es obligación de la parte directiva de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, la toma de decisiones eficientes, a fin de alcanzarlas políticas y lineamientos internos de la organización. Bajo su responsabilidad se encuentra, el velar por los intereses de la empresa, así como buscar en todo momento, que las actividades que se desarrollan para la prestación de servicios, cumplan los parámetros de calidad contemplados en el Manual de Calidad de la empresa.

Cabe además indicar que su gestión debe estar enfocada en el marco de la responsabilidad, no solo con la empresa sino también con sus grupos de interés como son clientes, proveedores, competencia, medio ambiente, entre otros, con dicha gestión se pretende satisfacer las necesidades y expectativas de estos actores. Deben además garantizar un clima laboral saludable, generando compromiso y empoderamiento con sus colaboradores, lo cual se refleja en el éxito de la organización.

Con respecto a la alta dirección de la corporación, esta juega un papel preponderante al revisar y asegurar la disponibilidad y asignación de recursos necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa, procurando alcanzar la mejora continua de sus procesos, enfocado en satisfacer las necesidades de los clientes mediante la prestación de servicios y productos con altos estándares de calidad. Se encargan de revisar resultados de la empresa para presentarlos al Directorio. Deben cerciorarse sobre el cumplimiento de la Política de la Calidad y sus objetivos a fin de obtener la satisfacción de los clientes.

El compromiso de los líderes estratégicos de esta compañía, debe orientarse al cliente, lo que asegura que tanto los productos como los servicios que brinda la corporación se incluyan en la guía comercial y que sus requisitos de contratación sean respetados y comprendidos por los demandantes del mercado. Debe prestar especial atención a los factores que disminuyen el nivel de satisfacción de los clientes, así como la calidad de los productos y servicios.

Si bien este enfoque de liderazgo contempla lo detallado en párrafos anteriores, se plantea que se descentralice en el sentido de que por su alta carga laboral los directivos no pueden estar completamente inmiscuidos en todos estos aspectos, se debe delegar responsabilidad

a otros niveles jerárquicos como los jefes departamentales de cada provincia a fin de que sean ellos los encargados de monitorear el nivel de satisfacción de los usuarios de la CNT EP.

Con respecto a la Gestión de Recursos, su administración debe enfocarse en gestionar recursos que permitan cumplir la planeación estratégica de manera eficiente y además considerar que se debe gestionar recursos para solventar imprevistos que puedan presentarse por alguna situación. Al contar con los recursos, resulta mucho más fácil emprender actividades y planes de acción enfocados en los procesos de mejora continua que beneficien a la corporación y sus miembros. Al hablar de recursos, no solo se hace referencia a la parte económica, sino también se debe considerar la gestión del recurso humano a fin de que sea suficiente y se encuentre capacitado para el desarrollo de actividades que le han sido encomendadas.

Con respecto a la obtención del servicio, los recursos obtenidos por la Dirección de la empresa, deben estar encaminados a la obtención de servicios, es decir se pasa de planificar a hacer, para lo cual es necesario realizar la inversión de recursos en necesidades propias de la empresa, dando prioridad a las más relevantes. Los productos y servicios que son comercializados por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, deben cumplir estándares de calidad a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes y consumidores.

Lo atinente a la medición, análisis y mejora, todo proceso que se lleve a cabo en la organización, debe ser medible, cuantificable y proyectarse a la mejora. Es decir, los bienes y servicios que brinda la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP a sus clientes y consumidores, deben estar sujetos a medición, se puede medir la calidad del producto, el nivel de satisfacción que brinda a quien lo utiliza, la rentabilidad que genera para la organización y la eficiencia del proceso con la que se lleva a cabo la actividad.

En caso de ser detectado cualquier inconveniente o insatisfacción, se propone realizar identificar la causa del problema, a fin de solventarlo en el menor tiempo posible, es decir sin que produzca mayor afectación ni a la empresa, sus colaboradores y sus clientes. Cuando se tenga identificado el punto débil que está generando el conflicto, se implementa la mejora en caso de tener autonomía o de lo contrario se comunica a la parte directiva que será la encargada de evaluar la propuesta de mejora para su implementación y posterior evaluación a fin de garantizar que se cumpla lo planteado.

Los resultados anteriores permiten direccionar la organización hacia la prestación de un servicio de calidad, en constante revisión y análisis, donde la mejora continua ser el fin último perseguido como parte del cambio gradual que se debe ser asumido por esta importante Corporación de la ciudad de Azogues, Ecuador.

Este modelo de gestión y su implementación, pasa por considerar la calidad como lineamiento central que transverzalice todos los servicios prestados por la Corporación en bienestar tanto de los usuarios, clientes y la comunidad en general.

Modelo de Gestión de la Calidad en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP: hacia la mejor continua.

La propuesta de este trabajo de investigación es un Modelo de gestión de la calidad para la mejora Continua para la calidad del servicio de internet en la Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP en la Ciudad de Azogues. Es necesario conocer la organización, operación de procesos con sus riesgos y planes de contingencia, aspectos técnicos, leyes y reglamentos, requerimientos de clientes y de mercado; y, el direccionamiento estratégico; los cuales se encuentran en documentos de la CNT EP. En caso de requerir conocimientos adicionales se los impartirá mediante capacitaciones específicas.

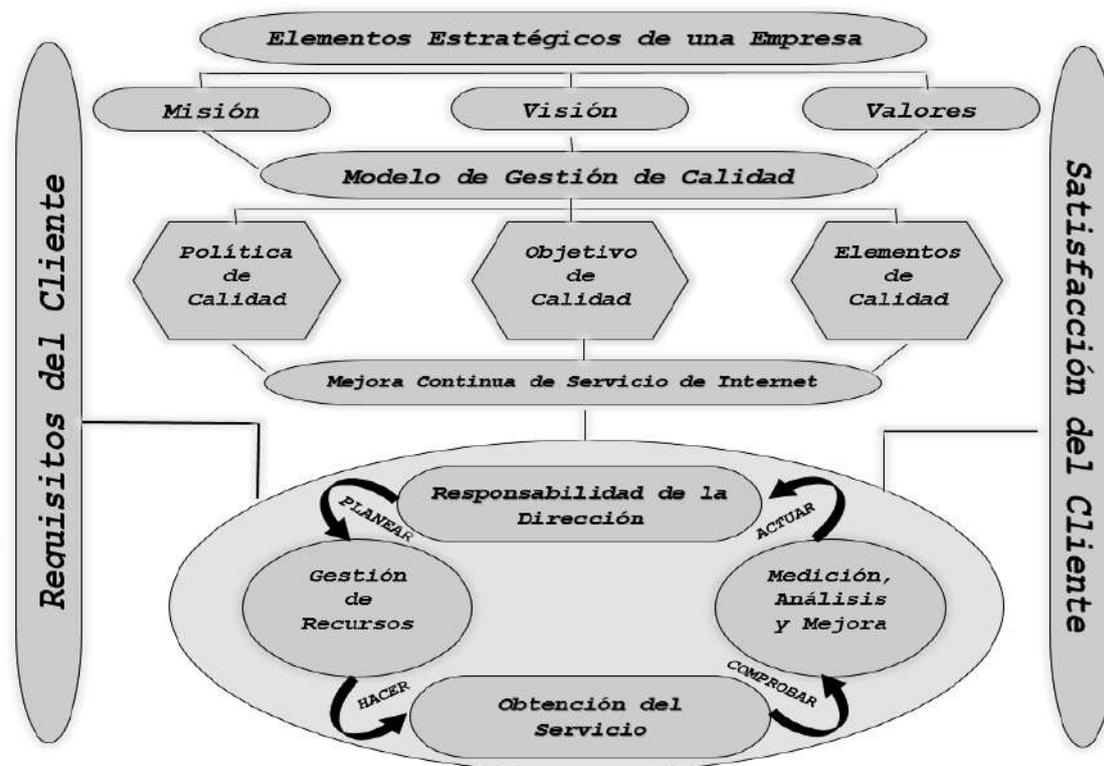
Todos los colaboradores de la CNT EP a nivel nacional deben tener conciencia sobre la importancia de la Política de Gestión de la Calidad y sus objetivos mediante la difusión y sensibilización que implica no cumplir los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad. Se debe comprometer a los miembros de la organización a fin de garantizar su cumplimiento eficiente.

Se debe mantener completamente informado al personal sobre el Sistema de Gestión de la Calidad, cuya información se da a conocer a través del sistema de información documental MAI (manejo automático de la ISO) mediante el cual se sociabiliza sobre los procesos, funciones y responsabilidades.

El conocer la situación actual de la empresa, sirve de base para diseñar el modelo de mejora continua para la calidad del servicio de internet en la Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP en la Ciudad de Azogues, está enfocado en el servicio de internet fijo residencial por cobre que se brinda en la Parroquia Javier Loyola, se fundamenta en las debilidades encontradas en la evaluación de la satisfacción del cliente, necesidades internas del personal, entre otras y en el análisis previo realizado (Entrevistas, 2018); se plantea mejorar el servicio y satisfacer los requerimientos de los consumidores, para lo cual se deberá garantizar un servicio de calidad, que incluya excelente atención al cliente, servicio posventa y atención de reclamos por daños técnicos y de facturación acorde a las expectativas de los clientes.

A continuación, se representa gráficamente el modelo de mejora continua para la calidad del servicio de internet en la Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP en la Ciudad de Azogues.

Figura 2. Propuesta de Modelo de Gestión de la Calidad para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP



Fuente: Elaboración propia

El proceso de mejora continua en los sistemas de gestión de la calidad, se ha convertido en una muy valiosa herramienta aplicada por las organizaciones en busca de la eficiencia y efectividad en su gestión, lo cual conduce al éxito. Tanto la calidad como el servicio y la mejora continua se convierten en un factor de interés público, es decir capta el interés de las empresas y los clientes, donde a más de buscar rentabilidad, sea esta económica o social, se pretende satisfacer las necesidades y requerimientos de los usuarios y consumidores de bienes y servicios.

Conclusiones.

- Las responsabilidades de ejecución de planes y nuevas políticas de mejora a la calidad del portafolio de servicios que posee la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP y de forma particular para el internet, estuvieron designados de acuerdo al Reglamento Orgánico Funcional a altos funcionarios que laboran en la ciudad de Quito, marginando la participación a los jefes departamentales de la CNT EP- Azogues en la ejecución, implementación, evaluación de los planes y, al monitoreo de los mismos a nivel de satisfacción de los usuarios. De la misma forma, la Política de la Calidad no fue cumplida por todos los colaboradores de la empresa.

- La infraestructura del servicio de internet con el sistema por cobre que ofreció la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP en la Parroquia Javier Loyola de la Ciudad de Azogues, presentó fallas por la obsolescencia y saturación de la red, ocasionando baja velocidad en el servicio y obstáculos para la empresa; incidentes que no fueron atendidos de forma apropiada y eficiente por Unidad Técnica, encargada de la atención de daños.
- La formulación y estructura del modelo de mejora continua para la calidad del servicio de internet, fue diseñado a partir de diagnóstico realizado en la corporación, elaborada para el propósito, el cual mantiene su alineamiento con el Modelo de Gestión de la Calidad ISO 9001-2015 y promueve resultados favorables para la empresa en corto, mediano y largo plazo.
- Con la propuesta del modelo de mejora continua para la calidad del servicio de internet en la Unidad Comercial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP en la Ciudad de Azogues, el servicio de internet que brinda la corporación, puede orientarse a cumplir con las exigencias y necesidades de clientes y generar entre los colaboradores la cultura de servicio al cliente, quien debe ser atendido de manera eficiente y oportuna, todos los funcionarios deben aplicar la política de calidad e la empresa.
- Se debe gestionar ante los directivos de la organización, la contratación de personal técnico para que solvente daños en el servicio de internet, que no pueden ser cubiertos en su totalidad por el personal, este retraso en la atención causa malestar entre los clientes y usuarios del servicio, generando insatisfacción.
- Se considera oportuno que ante la saturación de la red de cobre en ciertas localidades y especialmente en la Parroquia Javier Loyola, se gestione el abastecimiento de infraestructura por fibra óptica.
- Se recomienda evaluar los resultados obtenidos con la implementación del modelo y seguir mejorando hasta lograr la mayor satisfacción de los clientes en el menor tiempo posible y cumplimiento del objetivo propuesto.
- Una vez implementada la propuesta, se deben revisar periódicamente no solo los procesos sino también las funciones de cada operador (directivo, funcionario, empleado), ya que si realizan funciones que no le competen y para lo cual no ha sido capacitado, reducirá la producción individual.
- Proporcionar y socializar el modelo a los Directivos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP de Azogues, para de ser el caso, se aplique el mismo a partir del año 2019.

Referencias Bibliográficas.

- Aja, L. (2002). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. *Acimed*, 10(5), 7-8. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352002000500004
- Bernal, I., Pedraza, N., y Sánchez, M. (2015). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 8-19. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21233043002>
- Cortez, S. (2015). *Estrategias de calidad como instrumento para el desarrollo de la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la Ciudad de Trujillo* (tesis doctoral). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Cuesta, M., y Isaac, C. (2008) Metodología para la mejora de los procesos del sistema de gestión de la calidad de la gerencia de proyectos de Etecsa. *Ingeniería Industrial*, 29(3), 1-7. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433567008>
- Feigenbaum, A. (1994). *Control total de la calidad*. México; Compañía Editorial Continental.
- García, M., Quispe, C., y Ráez, L. (2003). Mejora continua de la calidad en los procesos. *Industrial Data*, 6(1), 89-94. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81606112>
- González, A., y Fernández, E. (2000). Diseño de un modelo para desarrollar los proyectos de mejora continua de la calidad. *Ensaio e Ciência: Ciências Biológicas, Agrárias e da Saúde*, 4(3), 55-67. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26040304>
- Gutierrez, A. (2004). La calidad en el servicio. *Revista de Enfermería del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 12(1), 1-2. Recuperado de [ww.medigraphic.com/pdfs/enfermeriaimss/eim-2004/eim041a.pdf](http://www.medigraphic.com/pdfs/enfermeriaimss/eim-2004/eim041a.pdf)
- Huerta, J., y Gómez, R. (2013). Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México. *Comunicación y sociedad*. (19), 113-152. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n19/n19a6.pdf>
- Isaza, A. (2014). *Control interno y sistema de gestión de calidad*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- James, P. T. (1997). *Gestión de la Calidad Total. Un texto Introductorio*. España.
-

Prentice Hall,

- Jiménez, C., Argueta, G., y Espinoza, B. (2014). Revisión de literatura sobre mejora continua en Mipymes iberoamericanas. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 23(46), 140-162. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85930565006>
- León, C., Iturri, L., y León, C. (2007). Mejora continua para el sistema de Comunicaciones. *Polibits*, (36), 25-29. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=402640449005>
- Lizarzaburu, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*, 18(30), 33-54. Recuperado de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/4604>
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Marín, J., Bautista, Y., y García, J. (2014). Etapas en la evolución de la mejora continua: estudio multicaso. *Intangible capital*, 10(3), 584-618. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54932488008>
- Membrado, J., (2002), *Innovación y mejora continua según el Modelo EFQM de excelencia*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=Y40klEWbNwEC&pg=PA269&dq=membrado+2002&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiytO6DjrBfAhVE11kKHZARBR8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=membrado%202002&f=false>
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., y Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. Recuperado de https://www.jstor.org/stable/1251430?seq=1#page_scan_tab_contents
- Peña, N. (1992). Gerencia del servicio. *Innovar*, 2(2), 65-66. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/21631/22627>
- Quecedo, R., y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, (14), 5-39. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402>

Romero, D. (2017). *Gestión de calidad enfocado a procesos para mejorar el nivel de servicio de resolución de reclamos en el área de back office de la empresa bpo consulting S.A.C. Independencia 2016* (Tesis de pregrado). Univesidad César Vallejo, Lima, Perú.

Schneider, G. (2016). El servicio universal: la garantía de un suministro básico de servicios de telecomunicaciones. *Revista Jurídica Universidad Autónoma de Madrid*, (2), 215-236. Recuperado de <https://revistas.uam.es/revistajuridica/article/view/6287/6759>

Soto, A. (2013). *Calidad en la atención al cliente en las pymes del Municipio de Arauca* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Arauca, Colombia.

Vargas, M., y Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio conceptos y herramientas*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Para citar el artículo indexado.

Torres A, Luna K., Ormaza J. & Cantos M. (2019). Gestión de la calidad en el sector de telecomunicaciones. Orientaciones hacia la mejora continua en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Azogues – Ecuador. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 170-190. Recuperado desde:
<http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/407/925>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 26-02-2019 / Aceptado: 28-03-2019 / Publicado: 05-04-2019

Marketing estratégico turístico para la Provincia del Azuay-Ecuador.

Strategic tourism marketing for the Province of Azuay. Ecuador.

Edwin Rene Idrovo Mogrovejo.¹, Kléber Antonio Luna Altamirano.², Janice Licenia Ordoñez Parra.³ & Mónica Alexandra Lituma Yascaribay.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.408>

Resumen.

El sector turístico ha evidenciado un exponencial crecimiento en el Ecuador, específicamente en la provincia del Azuay, por lo que se percibe como una gran oportunidad para lograr un mayor dinamismo económico y social de dicho territorio. En este sentido, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Nabón se ha planteado alternativas para obtener ventajas competitivas que apoyen al turismo con estándares de calidad. Es por ello que, esta investigación tiene como propósito proponer un plan de marketing estratégico para la promoción y difusión del turismo en el Municipio Nabón. Esta investigación es de tipo descriptiva, con un diseño no experimental de campo. Se realizó una revisión documental en cuanto al marketing turístico. La fuente de información estuvo conformada por los registros de datos históricos de visitantes al cantón a través de la Unidad de Turismo del GAD Municipal Nabón y se aplicó un instrumento de recolección de información aplicado a 150 informantes de la zona. Finalmente, los resultados indican que se debe capacitar al talento humano perteneciente al GAD Municipal del cantón Nabón en cuanto a las actividades que se deben realizar para el desarrollo turístico en la zona, así mismo se deben aplicar estrategias desde una perspectiva corporativa, comunicacional, competitiva, funcional y de posicionamiento turístico, las cuales, contribuirán al cumplimiento de las metas estratégicas referentes al desarrollo turístico en el cantón Nabón, por cuanto se propone un plan de marketing que

¹ Universidad Católica de Cuenca, Maestrante en Administración de Empresas, Cuenca, Ecuador. eridrovom478@psg.ucacue.edu.ec

² Universidad Católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Cuenca, Ecuador. klunaa@ucacue.edu.ec

³ Universidad Católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Cuenca, Ecuador. jordonezp@ucacue.edu.ec

⁴ Universidad Católica de Cuenca, Unidad Académica de Administración, Cuenca, Ecuador. mliyumay@ucacue.edu.ec

permita cumplir con las expectativas turísticas. Se concluye que el plan de marketing lograra hacer que la zona de la provincia aumente de la calidad de vida de la comunidad.

Palabras clave: Marketing, turismo, estrategias de marketing, Ecuador.

Abstract

The tourism sector has shown exponential growth in Ecuador, specifically in the province of Azuay, which is perceived as a great opportunity to achieve greater economic and social dynamism of that territory. In this sense, the Municipal Decentralized Autonomous Government of the canton Nabón has raised alternatives to obtain competitive advantages that support tourism with quality standards. Therefore, this research aims to propose a strategic marketing plan for the promotion and dissemination of tourism in the Municipality of Nabón. This research is of a descriptive type, with a non-experimental field design. A documentary review was carried out on tourism marketing. The information source consisted of historical data records of visitors to the canton through the Tourism Unit of the Nabón Municipal GAD and applied a data collection tool applied to 150 informants in the area. Finally, the results indicate that human talent belonging to the Municipal GAD of Nabón canton should be trained in the activities that should be carried out for tourism development in the area, as well as strategies should be applied from a corporate perspective, communicational, competitive, functional and tourist positioning, which will contribute to the achievement of strategic goals relating to tourism development in Nabón canton, as a marketing plan is proposed to meet tourism expectations. It is concluded that the marketing plan will succeed in making the area of the province increase the quality of life of the community.

Abstract: Marketing, tourism, marketing strategies, Ecuador

Introducción.

El cantón Nabón se encuentra en la provincia del Azuay a 73 kilómetros de la ciudad de Cuenca, tiene una extensión de 945,2 km², se encuentra a una altitud de 2680 msnm, tiene una temperatura que oscila entre los 8° y 20° centígrados, tiene una población de 18.000 habitantes de los cuales el 35% es indígena.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Nabón, dentro su organización cuenta con procesos agregados de valor como la Dirección de Gestión de Servicios y Comercialización, cuya misión es “Brindar servicios a la comunidad que apoyen al principio constitucional del buen vivir”. Su directos es el responsable de brindar un beneficio y servicio a la comunidad generan ingresos y atraen turistas.

El principal problema para el cantón Nabón, es atraer a visitantes nacionales e internacionales, a pesar de contar con muchos atractivos tales como: la singularidad de sus paisajes con grandes cañones naturales, lugares arqueológicos, emprendimientos productivos, botánicos y deportivos. Sin embargo, existen otros cantones que compiten,

tales como Guacaleo, Paute, Santa Isabel, que, a más de encontrarse en sectores estratégicos, cuentan con un clima tropical.

En este sentido, el crecimiento en el número de destinos turísticos provoca un importante incremento de la competencia, por lo que se hace necesario profundizar en cuales son los factores que expliquen su competitividad. Por cuanto se puede establecer un Plan de Marketing Estratégico, de forma que ello permita una mejor comprensión para establecer las bases y estrategias encaminadas a alcanzar un desarrollo turístico sostenible y competitivo.

Es importante destacar que la presente investigación se encuentra estrechamente relacionada con los objetivos, políticas y lineamientos estratégicos del Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021 del Gobierno de Ecuador. En este sentido se plantean a continuación los objetivos y políticas a implementar en dicho plan.

Tabla 1. Objetivos y Políticas Toda una vida

Eje	Objetivos	Políticas
1. Derechos para todos durante toda la vida.	Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas	Promover el uso y el disfrute de un hábitat seguro, que permita el acceso equitativo a los espacios públicos con enfoque inclusivo. Promover la protección de los derechos de usuarios y consumidores de bienes y servicios.
2. Economía al servicio de la sociedad.	Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización. Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria	Promover el rescate, reconocimiento y protección del patrimonio cultural tangible e intangible, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales.

Fuente: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Ecuador 2017

En virtud de ello, se planteará una propuesta que se enmarque y este bajo los lineamientos del Gobierno autónomo Descentralizado Municipal Nabón, y de esta forma incrementar el turismo en el cantón, bajo los criterios de beneficio social y dinamismo de la economía local, fortaleciendo a microempresas y emprendimientos locales, fomentando la productividad y el desarrollo de la región.

El marketing como herramienta para la promoción y difusión del turismo.

El enigma del marketing es que es una de las actividades más antiguas del hombre y, sin embargo, es considerada como la más reciente de las disciplinas empresariales.

Para Kotler (1992) el concepto de marketing no es una definición sobre lo que es y hace el marketing. Se trata de una forma de pensar, una filosofía de dirección, sobre cómo debe entenderse la relación de intercambio de los productos/servicios de una organización con el mercado. La forma de concebir la actividad de intercambio ha pasado por orientaciones distintas en su evolución, hasta llegar al concepto actual de marketing, en el que se contemplan no sólo las necesidades del individuo sino también, las de la sociedad en general.

Desafortunadamente, el marketing en el verdadero sentido de la palabra, no se aplica con total efectividad en el mundo de los negocios, sin ser excluyente la industria de viajes y turismo. Por supuesto, existen algunas organizaciones de turismo que han adoptado la filosofía del marketing de manera significativamente positiva, pero aun así se considera que estas también siguen siendo la excepción y no la regla (Pinassi, 2012).

En este momento, el turismo es considerado uno de los negocios de más rápido crecimiento y más competitivo del mundo. Cada país y negocio turístico se esfuerza por conseguir más turistas y concentrarse en sus destinos. De ahí que el sector turístico aún necesita establecer un proceso de marketing más que otras cosas, ya que el cliente de esta industria tiene muchas opciones y diferentes motivaciones para viajar (Martínez, 2011). Análogamente, cada año, el número de turistas a nivel mundial va en aumento, y se anticipa estas cifras crecerán más día a día, por lo que, al parecer, las oportunidades en la industria turística son infinitas. Sin embargo, todavía hay muchas empresas de turismo que no logran aprovechar estas posibilidades, pero es precisamente el marketing la herramienta que haría posible lidiar con este tipo de problemas, usando para ello estrategias de promoción y difusión para lograr captar una mayor cantidad de clientes (Carballo, Moreno, León, y Brent, 2015).

Específicamente en el Ecuador, las funciones de marketing relacionadas con la promoción son determinadas mediante los lineamientos establecidos en el Diseño del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020” (Consultor Tourism y Leisure, 2007), donde se enfatiza que:

A partir del Plan de Competitividad Turística y del Benchmarking del Turismo Ecuatoriano en los que se plantea la necesidad de contar con un mecanismo eficaz de promoción, un plan de mercadeo y con un sistema de inteligencia de mercados; la promoción del Ecuador ha sido un tema considerado clave tanto en planes regionales como sectoriales, los mismos que coinciden en sus estrategias de búsqueda de mercados objetivos, información profesional y un posicionamiento claro del Ecuador. (p. 14)

Además, el PLANDETUR 2020 determina como política para la conservación y aprovechamiento sostenible del turismo en el Ecuador “impulsar la identificación y promoción de las potencialidades turísticas de las áreas protegidas, los bosques

protectores, las playas y bahías, nevados y otros recursos escénicos” (Consultor Tourism y Leisure, 2007, p.25).

Es así como se reconoce que “la promoción del turismo constituye una gran oportunidad no solamente por la posibilidad de conservar los recursos naturales del país, sino también porque la afluencia de turistas quienes cubren el pago por entradas aporta al financiamiento necesario para su gestión” (Consultor Tourism y Leisure, 2007, p.51).

El marketing utilizado como herramienta para la comercialización y satisfacción de los clientes se vuelve eficaz en el ámbito turístico, tal como lo mencionan Muñiz y Martínez (2010) quienes plantean que el marketing surge como un mecanismo de gestión empresarial para la comercialización de bienes y servicios y actualmente es utilizado para entes públicos, así como también para potenciar las ofertas turísticas de países, regiones y ciudades, y de esta manera comercializar sus ofertas y ser mejores competidores en el mercado consumidor, dando como resultado relaciones de intercambio comercial entre oferta y demanda.

Asimismo, para tener éxito en el marketing orientado a la industria turística, las organizaciones deben comprender las características únicas que ofrecen sus experiencias turísticas, las motivaciones y comportamientos de los consumidores que viajan y las diferencias fundamentales entre los bienes y servicios de comercialización (Mendes, Augusto, y Gándara, 2013).

Por consiguiente, diferentes entidades gubernamentales deben incidir de manera directa y significativa al desarrollo turístico en la nación ecuatoriana, ya que, específicamente, se sostiene que “el turismo es la base de la economía nacional, por lo que se deben emprender acciones para fomentarlo. Aquí se insiste en la necesidad de la corresponsabilidad de todos los actores en los diferentes niveles de gobierno, así como en el sector público y privado” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p. 106).

Esto se corresponde con las políticas emitidas al respecto en cuanto a “posicionar y potenciar a Ecuador (...) fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p. 106), lo que generaría a su vez un incremento de la cantidad de empleos relacionados al sector turístico, además del aumento del número de turistas nacionales y extranjeros.

Todo ello hace parte de los ejes estratégicos nacionales en el Ecuador, donde, a través del Plan Nacional Toda una Vida, se establece el planteamiento de propuestas para potenciar “el desarrollo de la oferta turística nacional, el turismo receptivo y comunitario, vinculando los saberes y conocimientos de las comunidades en los procesos turísticos; y

la promoción de industrias turísticas y culturales” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p. 104), mediante la divulgación y promoción de emprendimientos regionales y el turismo comunitario rural, urbano, marino y terrestre, logrando con todo ello la utilización moderada y sostenible de la biodiversidad.

Estrategias de marketing para el desarrollo del turismo

Desde una perspectiva teórica, los esfuerzos de promoción turística (en términos de asistencia en carreteras, espectáculos, marketing, publicidad y marca, entre otros) tienen como objetivo principal la amplia difusión de información crucial sobre un destino y sus atractivos; todo ello es aún más crucial dado el mundo globalizado y competitivo de hoy; aún más para las economías de países que se encuentran en vías de desarrollo, las cuales presentan diversas dificultades para lograr atraer nuevos visitantes a las principales áreas de generación turística (Kotler y Keller, 2012).

En efecto, el principal objetivo de los gobiernos nacionales o autónomos con respecto al sector turístico, precisamente es la promoción de sus aspectos relevantes, y esto se logra principalmente a través del uso de la publicidad en los medios y las relaciones públicas (González, 2011). Este tipo de organizaciones generalmente conceptualizan la campaña de marketing, diseñan estrategias promocionales e implementan el programa. También participan en el diseño del contenido publicitario, folletos y publicidad en los medios de comunicación, así como en el diseño y mantenimiento de sitios web efectivos y otras publicaciones relacionadas que solo pueden servir para mejorar el resultado de su campaña de marketing.

El establecimiento y mantenimiento de un sitio web es aún más crucial, dado que Internet es, con mucho, el medio más utilizado para planificar viajes y vacaciones en países desarrollados. Además, los esfuerzos de promoción de un país también se pueden realizar a través de exposiciones itinerantes en países donde prevalece el potencial de atracción de turistas, cuyo objetivo principal consiste en presentar una imagen positiva concertada del país y centrarse en las bondades ofrecidas por los diferentes mercados turísticos regionales (Castillo y Castaño, 2015).

En general, se puede afirmar que la mayor parte de los esfuerzos de promoción turística generalmente los realiza el gobierno central o local (a través de asignaciones presupuestarias, además de las medidas fiscales relacionadas con el turismo) a través de instituciones especializadas.

Todo ello lleva a considerar que los gastos promocionales, percibidos como un elemento que afecta los flujos de turismo en un país, constituyen un factor determinante para los mismos, según los hallazgos obtenidos en diversos estudios al respecto (Oliveras, 2015; Cardet, Palao, y González, 2017; Cayo y Apaza, 2017); tales hallazgos tienden a sugerir que la inversión en la promoción de los países y sus regiones como destino turístico,

resulta beneficiosa en cierta medida, dependiendo de cuánto represente financieramente el valor de la inversión, así como la efectividad de las estrategias de marketing asociadas a dicha inversión.

Kotler y Keller (2012) Plantean la segmentación del mercado turístico, por lo que es posible dividir la secuencia de la creación y entrega de valor en tres fases: La primera, elegir el valor es la “tarea” que debe llevar a cabo el marketing antes de que exista cualquier producto. Los especialistas en marketing deben segmentar el mercado, dirigirse al mercado meta adecuada, y desarrollar el posicionamiento del valor de la oferta. La fórmula “segmentación, direccionamiento, posicionamiento” es la esencia del marketing estratégico (Kotler y Keller, 2012).

La segunda fase es: proveer el valor. El marketing debe determinar las características específicas del producto, su precio y su distribución. La tarea de la tercera fase es: comunicar el valor por medio de la fuerza de ventas, Internet, publicidad y cualquier otra herramienta de comunicación para anunciar y promover el producto. El proceso de entrega de valor se inicia antes de que exista un producto, y continúa durante el desarrollo del mismo y después de su lanzamiento. Cada fase tiene implicaciones en costos (Kotler y Keller, 2012).

En otro orden de ideas, González (2011), plantea que con las estrategias de marketing se trata de llegar a una mayor comprensión con los grupos de interés, por lo tanto, menciona: que dentro de las estrategias de marketing, cada vez toman un mayor protagonismo los grupos de presión que intentan alcanzar a los distintos stakeholders de las organizaciones o proteger unos intereses delimitados de manera fidedigna, genuina y legal.

Para el caso de los gobiernos autónomos del Ecuador, los stakeholders del sector turístico de las regiones del país presentan una situación privilegiada, ya que estos se encuentran favorecidos por las disposiciones emitidas en el COOTAD, quien establece de forma general “como función del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, el fomento a la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como el turismo, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados” (Gobierno Nacional, 2015, p. 2).

Estos stakeholders, los cuales son fundamentalmente los operadores turísticos, las comunidades regionales, los propios gobiernos autónomos, turistas nacionales, extranjeros y demás integrantes de la cadena de valor del sector del turismo, poseen varios beneficios para aumentar la calidad de su nivel de gestión, basado principalmente en aspectos tales como:

- Recibimiento de asistencia técnica para el caso de los prestadores de servicios turísticos por parte de entidades gubernamentales a nivel nacional, provincial, municipal y cantonal, según corresponda.

- Consolidación de denuncias de turistas expedidas por las diferentes instancias de gobiernos autónomos descentralizados.
- Proporción de información clara y concisa por parte de las autoridades pertinentes a los diferentes grupos de interés.
- Derecho de recibir una promoción precisa y verdadera, sin sobredimensionar el verdadero valor que presentan las ofertas turísticas de las regiones.
- Regulación del desarrollo del sector turístico municipal y cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y de turismo comunitario, conforme la normativa vigente.
- Impulso de campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura sobre la importancia del turismo.
- Fomento de proyectos turísticos regionales impulsado por organizaciones emprendedoras u otras que guarden concordancia con la legislación vigente (Gobierno Nacional, 2015, pp. 6-7).

Tales acciones presuponen un verdadero apoyo a la gestión turística para las regiones menos favorecidas del Ecuador, lo cual debe ser aprovechado por los gobiernos autónomos provinciales, municipales y demás entidades gubernamentales en el marco del desarrollo de las regiones y el país de manera general.

La propuesta de un plan de marketing estratégico

Con el Plan de Marketing que se propone, se encontraran las condiciones idóneas para reformular una gestión económica con base en el desarrollo y fomento del turismo local, colocando así a la región en el centro de las políticas nacionales e implementando estrategias efectivas para crear una visión estandarizada sobre el turismo y la cultura que tienen lugar en el cantón. Asimismo, el Plan de Marketing es útil para guiar una línea de trabajo con las organizaciones responsables del turismo en el cantón Nabón, mejorando así las políticas en términos de demanda y oferta. Su objetivo principal consiste en proporcionar un marco simple y claro para mejorar las decisiones tomadas en el sector turístico y promover la integración regional.

El Plan de Marketing adopta una novedosa e innovadora perspectiva basada en un método abierto y participativo para compartir estrategias y objetivos que presentan los grupos de interés de la región. El plan de marketing para el cantón Nabón, se corresponde con la figura que se muestra a continuación:

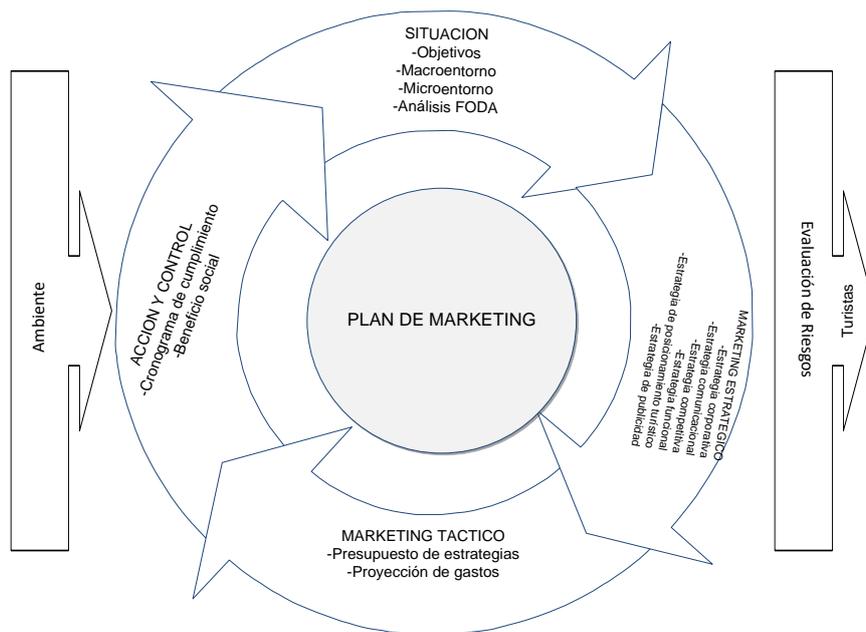


Figura 1. Representación gráfica de la propuesta de Plan de Marketing para cantón Nabón.

Fuente: Elaboración propia

Situación: Análisis del macro y microentorno.

Para determinar el contexto situacional en el cual se enmarca el cantón Nabón, es necesario examinar factores políticos - legales, económicos, sociales y tecnológicos (Economía y Empresa, 2013), tal como se presenta a continuación:

Factores políticos- legales

Uno de los objetivos y deberes fundamentales que tiene el Estado ecuatoriano, está explicitado en el artículo tercero, numeral seis de la Constitución, donde se enfatiza “promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización” (Gobierno Nacional, 2008, p. 17).

Específicamente, el cantón Nabón, atendiendo a lo dispuesto en la Constitución Política de la República del Ecuador y en el Plan Nacional de Desarrollo, ejerce sus funciones como gobierno autónomo descentralizado, determinando para ello “políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos” (Gobierno Nacional, 2008, p. 137; Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017), en coordinación con los dictámenes que le competen solamente al Estado central. En referencia al desarrollo turístico del cantón Nabón y según las disposiciones del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) en su artículo 54, epígrafe g, el GAD Municipal presenta como funciones principales:

Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo. (Gobierno Nacional, 2015, p. 36)

En este sentido, al artículo 135 del mismo documento, en el párrafo sexto indica, que “el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno” (Gobierno Nacional, 2015, p. 77). Por lo tanto, es competencia del GAD Municipal del cantón Nabón acometer las acciones pertinentes para potenciar el desarrollo del turismo en esta región.

Factores económicos

Ecuador, durante varios períodos, ha generado cambios notorios en ciertos aspectos económicos. Hecho significativo ocurrió en el año 2000, donde:

Se decidió optar de manera oficial por la dolarización para sortear la crisis económica que se había gestado. Esta alternativa no sólo implica una modificación del régimen cambiario, sino se sustenta en tres pilares: cambio del sistema monetario; promoción del equilibrio macroeconómico y puesta en práctica reformas estructurales. (BCE, 2011, p. 7)

En otro orden de ideas, la inflación, a raíz de este proceso de dolarización en el país, ha bajado considerablemente a valores de un solo dígito porcentual, alcanzándose hasta el 2018 un nivel de -0.71%. Este nivel de inflación se calcula a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU) y según “la canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares” (Banco Central del Ecuador, 2016). En comparación con períodos precedentes, la inflación sigue disminuyendo ostensiblemente (Banco Central del Ecuador, 2018).

En el caso específico del cantón Nabón, se puede mencionar que la principal actividad económica de su población es la agricultura, destacándose la crianza de animales menores y la ganadería (GAD Municipal Cantón Nabón, 2018). Asimismo, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Nabón, mediante el consejo cantonal, aprobó hace 12 años la ordenanza que regula la marca territorial denominada “Nabón Productos Limpios”, la cual normaliza la no utilización de químicos agropecuarios, de tal manera que la producción se caracteriza como agroecológica (GAD Municipal Cantón Nabón, 2018). Además, en la región también destacan actividades de carácter comercial, artesanal, turística y de servicio.

Las actividades que más inciden en el VAB del cantón Nabón, se corresponden con las primarias tales como la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, para un 32.55%, en

contraposición a las actividades de alojamiento y comida, representando estas solamente un 0.21%, lo cual afecta directamente al sector turístico de la región.

Factores sociales

Específicamente en el cantón Nabón, como se ha mencionado previamente, su población 15892 habitantes (INEC, 2010), con un crecimiento promedio anual del 0.6%, lo cual resulta bajo, en comparación con el crecimiento de la provincial del Azuay, considerándose que esta situación está dada principalmente a la migración de la mayoría de los residentes del cantón que se encuentran en edad productiva a otras regiones (GAD Municipal Cantón Nabón, 2014).

En el cantón Nabón, sucede que el 57.6% de los hogares presentan condiciones inadecuadas, al ser deficiente sus materiales de construcción, mientras que el empleo, en correspondencia con los grupos étnicos, no demuestra diferencias significativas, por lo que los índices de población activa e inactiva, así como las personas con trabajo y aquellas desocupadas, presentan porcentajes semejantes (GAD Municipal Cantón Nabón, 2014).: Se infiere que: El cantón Nabón presenta serias dificultades en cuanto al empleo, a la salud, al alcantarillado, a la vivienda y en menor medida a la educación y a la dependencia económica del hogar. Las diferencias entre la parte urbana y rural son evidentes en cuanto a la dotación de servicios básicos. (GAD Municipal Cantón Nabón, 2014, p. 101)

Factores tecnológicos.

Ecuador fue ubicada en el lugar 108 de una lista de 138 países con respecto a su capacidad demostrada para desarrollar y en cuanto a la capacidad de desarrollar y aprovechar las tecnologías de la información y las comunicaciones, según estudios emitido por el *Global Information Technology Report* (GITR) (El Telégrafo, 2014), evidenciándose ciertas diferencias significativas en relación al uso de las tecnologías en las zonas urbanas con respecto a las rurales.

En cuanto a la telefonía, para el mismo período de cinco años se incrementó el uso de la telefonía celular y fija donde “9 de cada 10 hogares en el país poseen al menos un teléfono celular, 8,4 puntos más que lo registrado en el 201” (INEC, 2016, p. 6).

En cuanto a los factores tecnológicos que apenas el 7,68% de hogares disponen de un computador y solo el 1,3% de internet, así la cobertura de servicio de internet está más bien ligada a la localización de escuelas que imparten educación básica” No se cuenta con una radioemisora local que permita la difusión de lo ocurrido en el territorio. La señal de televisión en todo el cantón es pobre y ocasionalmente inexistente debido a las características del relieve del territorio, que dispersa las ondas de transmisión. (GAD Municipal Cantón Nabón, 2014, p. 103)

Con respecto a la red de telefonía celular, la mayoría de la región posee señal, por lo que el 59% de los hogares tienen acceso a celular; en cambio, el servicio de telefonía fija

presenta mayor cobertura en el área que hace parte de la cabecera cantonal, por lo que las comunidades acceden a estos servicios pero en forma limitada, para solo el 12,29% de los hogares de las mismas (GAD Municipal Cantón Nabón, 2014). El análisis del microentorno del cantón Nabón se realiza a través de la determinación de las fuerzas de Porter, donde se identifican los diferentes factores que pueden afectar la competitividad del cantón Nabón desde diferentes perspectivas.

Rivalidad entre los competidores existentes

La provincia del Azuay está compuesta por 15 cantones, entre los que sobresalen por su actividad en materia de turismo aquellos que se mencionan a continuación: Cuenca, Gualaceo, Paute, Girón.

Estos cantones son reconocidos por el atractivo turístico que presentan, ya que poseen una amplia y hermosa biodiversidad, así como complejos arqueológicos, parques y paisajes naturales, balnearios y otros lugares pertenecientes tanto a las zonas urbanas como a las ciudades, lo que hace que dichos cantones sean preferidos para recibir visitas de turistas nacionales y extranjeros. Por lo tanto, esta fuerza se considera que tiene un alto impacto en el cantón Nabón.

Amenaza de nuevos competidores

A nivel de Provincia, el gobierno del Azuay se encuentra fomentando el desarrollo económico territorial mediante el impulso del turismo, donde los emprendedores que se encuentran en los cantones Paute, Guachapala y Sevilla de Oro, aprovechan los beneficios generados por los proyectos de infraestructura -embalses, Complejo Hidroeléctrico Paute, construcción de vías de acceso, entre otros- para, precisamente así, aprovechar el potencial natural de la zona (Castillo, 2018). Es por ello que la fuerza referente a la amenaza de los nuevos competidores para el cantón Nabón es alta.

Poder de negociación de los clientes y de los proveedores

Los visitantes o clientes del cantón Nabón son turistas nacionales y extranjeros, pero, al existir varias zonas atractivas para la actividad turística en el territorio provincial del Azuay, estos poseen diferentes opciones que pueden ser fuertemente competitivas para la región objeto de estudio, por lo que la fuerza de negociación de los clientes es alta.

Los proveedores en relación a la oferta turística desarrollada en el cantón Nabón, son las entidades gubernamentales, principalmente el Ministerio del Turismo y el Gobierno Provincial del Azuay. En el primer caso, el Ministerio del Turismo se encarga de la actividad de promoción de los principales lugares turísticos del país, dentro de los cuales no está considerado el cantón Nabón, por lo que tal situación afecta el desarrollo turístico regional. No obstante, este hecho lo contrarresta las recientes decisiones en materia de turismo que ha adoptado el Gobierno Provincial del Azuay, donde se promueve la visita de turistas a cantones menos conocidos, lo que beneficia significativamente al cantón Nabón, por lo que, de modo general, el poder de negociación de los proveedores es medio.

Amenazas de sustitutos

Los productos/servicios sustitutivos de la oferta turística del cantón Nabón pueden ser considerados aquellos que se encuentran en zonas aledañas a la región estudiada, ya que los clientes pueden acceder a los servicios ofertados por los cantones Oña, Parte Girón, Santa Isabel o Sígsig, aunque en las regiones antes mencionadas, todavía no existe un desarrollo turístico fuerte, por lo que esta fuerza se considera como débil.

Análisis FODA

Identificación de factores internos y externos

Una vez determinados el macro y micro entorno existente para el GAD Municipal del cantón Nabón, se procede a realizar el análisis FODA, donde se determinan tanto las fortalezas y debilidades como las oportunidades y amenazas. Para así establecer el direccionamiento estratégico necesario para la organización.

A continuación, se expone la matriz estratégica, que es un instrumento de ajuste importante resultado de la combinación de los factores internos y los externos, de manera que se obtienen cuatro estrategias fundamentales, tal como se presenta en la tabla siguiente:

Tabla 2. Matriz estratégica del cantón Nabón.

Fortalezas			Debilidades		
F1	Amplia biodiversidad y recursos naturales	D1	Insuficiente capacidad estructural para el desarrollo turístico en el cantón (hoteles, restaurantes, entre otros)		
F2	Movimientos culturales significativos	D2	Deficiencias en el proceso de comunicación existente entre el gobierno y los habitantes del cantón		
F3	Experiencia en una oferta gastronómica autóctona	D3	Insuficiente preparación de la población cantonal sobre las posibilidades y acciones a acometer para el desarrollo turístico en la región		
F4	Potencialidades de diversos sectores de la población del cantón para desarrollar emprendimientos turísticos	D4	Poca publicidad y promoción sobre los atractivos turísticos que posee el cantón		
F5	Mejoramiento de las condiciones de acceso y señalización de las vías que conducen al cantón	D5	Déficit en la asignación de recursos financieros para el desarrollo del turismo territorial		
F6	Apoyo y apuesta del GAD municipal del cantón por desarrollo turístico del territorio	D6	Falta de un plan de marketing turístico para el cantón		
Oportunidades			Amenazas		
O1	Apoyo del Ministerio del Turismo para desarrollar el turismo en todas las regiones del país	A1	Inestabilidad política que genere desconfianza para lograr fomentar la inversión en las regiones		
O2	Aumento del número de visitantes nacionales y extranjeros a las regiones del país	A2	Insuficiente desarrollo económico que provoque una pérdida de competitividad en los niveles de la industria turística		
O3	Integración de la provincia del Azuay y sus cantones en la ruta de Spondylus	A3	Aumento de las presiones tributarias que pudieran incidir en la disminución de los índices de rentabilidad de los operadores turísticos		
O4	Mayor aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones	A4	Vulnerabilidades para enfrentar eventos naturales de carácter catastrófico		
O5	Preferencia por la práctica de las diferentes modalidades de turismo	A5	Fortalecimiento de la competencia turística en los demás cantones del territorio		
O6	Lograr que el país llegue a convertirse en una potencia de inversión en sector turístico según los parámetros establecidos por la Ley Orgánica de Fomento Productivo	A6	Priorización para el apoyo de otros proyectos de desarrollo regional con exclusión del sector turístico		

Fuente: Elaboración propia.

Matriz de competencia

A continuación, se expone la matriz de competencia, que es un instrumento de ajuste importante resultado de la comparación entre el objeto de estudio y sus competidores directos.

Tabla 3. Matriz de competencia

Matriz del Perfil Competitivo	Cantón Nabón			Competidores									
				Cantón Girón		Cantón Cuenca		Cantón Gualaceo		Cantón Azogues		Cantón Sígsig	
	Ponderado	Valor	Peso	Valor	Peso	Valor	Peso	Valor	Peso	Valor	Peso	Valor	Peso
Cantidad de visitantes nacionales y extranjeros	15%	2	0,30	3	0,45	4	0,60	3	0,45	4	0,60	2	0,30
Ofertas atractivas	14%	3	0,42	3	0,42	4	0,56	4	0,56	4	0,56	3	0,42
Diversificación de la oferta turística	15%	2	0,30	3	0,45	4	0,60	3	0,45	4	0,60	2	0,30
Inversión en el desarrollo turístico	15%	3	0,45	2	0,30	4	0,60	4	0,60	3	0,45	2	0,30
Calidad de la oferta turística	15%	2	0,30	4	0,60	4	0,60	4	0,60	3	0,45	2	0,30
Infraestructura	13%	2	0,26	4	0,52	4	0,52	3	0,39	2	0,26	2	0,26
Acceso vial a la región	13%	3	0,39	3	0,39	4	0,52	4	0,52	4	0,52	2	0,26
TOTAL, PUNTAJE	100%		2,42		3,13		4,00		3,57		3,44		2,14

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar, el cantón Nabón está posicionado por debajo de los demás cantones en cuanto a su competitividad para el desarrollo turístico territorial, superando solamente al cantón Sígsig, por lo que se deben establecer estrategias que permitan revertir esta situación negativa.

Resultados

Marketing Estratégico

Estrategia corporativa

La estrategia corporativa del cantón Nabón consiste en la definición de un plan de desarrollo turístico para el territorio basado en el marco legal y legislaciones vigentes para garantizar las inversiones en el sector (F6-A1-A2-A3), fomentando a su vez la marca “Nabón, Progreso y Pasión” como destino turístico y posicionarse así positivamente en la mente de los potenciales turistas nacionales e internacionales (F1-F2-F3-F6-O1-O2-O5). Análogamente, como método para formalizar esta estrategia, será diseñado un Manual de Identidad Corporativa para el cantón Nabón donde se incluyen los elementos mencionados anteriormente.

Estrategia comunicacional

El objetivo de esta estrategia es definir el concepto de la marca corporativa institucional en base de las bondades y fortalezas de la región (D2-O1-O4-O5), tomando en cuenta su cultura, actividades socio económicas (F2-F3-O1-O2-O6), y haciendo uso efectivo de los

canales digitales de comunicación masiva, redes sociales como Facebook, YouTube y Twitter (F1-F2-F3-O4), dando a conocer la cualidades turísticas del cantón como son: centros de esparcimiento: Jardín Botánico Municipal, Complejo deportivo, Centro Urbano Patrimonial, turismo de aventura: rutas de Down Hill, ruta de avistamiento del Cóndor Andino, senderismo de montaña, turismo productivo, así como vivenciar la producción agrícola, artesanal y microempresarial (F4-F6-O1-O3-O5-O6).

Estrategia competitiva y funcional

En relación a la estrategia competitiva, se define diseñar un plan de desarrollo turístico para el cantón Nabón fundamentado en la promoción de ofertas gastronómicas y culturales reconocidas por su diferenciación (F2-F3-O1-O2-O6) con respecto a las demás propuestas que brindan las demás regiones de la provincia del Azuay (F1-F2-F3-F6-A5-A6). Como estrategia funcional, se define que, para acometer con efectividad el desafío que implica el desarrollo turístico en el cantón Nabón, será conceptualizada e implementada una estructura organizativa que satisfaga los requerimientos de gestión administrativa para el desarrollo turístico en el cantón Nabón (F6-A5-A6), la cual puede seguir el delineamiento siguiente:



Figura 2. Estructura organizacional para el desarrollo turístico del cantón Nabón
Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente, se definen las principales funciones de cada departamento que conforman la Dirección de Desarrollo Turístico para el cantón Nabón:

Dirección de Desarrollo Turístico

Su principal misión consistirá en promover y asegurar el desarrollo turístico del cantón Nabón a través de la implementación de un plan estratégico, estableciendo pautas y el direccionamiento estratégico que posibilitará cumplir con la misión y contribuir al progreso del territorio desde las perspectivas sociales y económicas.

Departamento de Diseño y Desarrollo

Fomentar el turismo como una práctica económica alternativa y sustentable que favorece al mejoramiento de la calidad de vida de la población de la región en el contexto social,

económico y cultural, determinando los requisitos esenciales para promover el fortalecimiento turístico. Entre sus funciones fundamentales se mencionan:

- Impulsar y desarrollar la industria turística en la región en correspondencia con el marco legal y legislaciones vigentes al respecto.
- Optimizar y asignar apropiadamente los recursos para asegurar el correcto proceso inversionista para el desarrollo del turismo en el cantón Nabón.
- Apoyar programas de capacitación entre la población del cantón Nabón en beneficio del desarrollo turístico.
- Desarrollar acciones para lograr el mejoramiento de la infraestructura del cantón Nabón y aumentar así sus niveles de competitividad en la industria turística.
- Colaborar con los operadores turísticos existentes en la región para promover la práctica del turismo con altos estándares de calidad y seguridad.

Departamento de Asistencia Técnica:

Promover entre los distintos grupos de interés que intervienen en el desarrollo turístico de la región la materialización del plan estratégico diseñado en este sentido, a través de la gestión adecuada de los recursos, calidad del servicio, capacitación del talento humano y desarrollo de la infraestructura. Entre sus funciones fundamentales se mencionan:

- Impulsar la creación de emprendimientos en la industria turística caracterizados por su alto nivel de competitividad y organización.
- Instruir a los operadores turísticos para que estos alcancen el financiamiento adecuado y puedan cumplir con sus funciones para el cumplimiento de los requerimientos de los clientes.
- Establecer procesos de capacitación y adiestramiento para los habitantes del territorio en cuestiones de emprendimiento, administración en la rama del turismo, entre otros.
- Apoyar a las empresas turísticas que ofrecen productos y servicios distintivos, de manera que estas generen un mayor valor para los visitantes a la región.

Departamento de Monitoreo y Control:

Impulsar el desarrollo del turismo en el cantón a través del monitoreo y control de las actividades relacionadas, para informar periódicamente a las partes interesadas (instituciones públicas, empresas y población) acerca del cumplimiento de las metas trazadas, además de establecer un proceso de retroalimentación que permita delimitar medidas de ajuste pertinentes en los casos que sea necesario. Para ello:

- Se conformará una Junta de Monitoreo y Control para el Desarrollo Turístico,
- Realizar señalamientos al diseño e implementación de los planes de desarrollo turístico en la región.
- Planear, organizar y desarrollar un seguimiento a la gestión de los planes de desarrollo turístico en el territorio.
- Conformar eventos para discutir sobre los temas que pueden afectar o beneficiar el desarrollo turístico en la región.

Estrategia de posicionamiento turístico

Como estrategia de posicionamiento turístico, se plantea establecer plazas para el fomento del turismo para cantón Nabón, para lograr atraer y asimilar la cantidad de visitantes al mismo (D1-D5-O1-O2), lo que facilita la inversión para el desarrollo del sector turístico la región (F4-F6-O1-O3-O5-O6). Para ello, se propone realizar estudios técnicos para determinar la factibilidad de la modificación y reconstrucción de un recinto que facilite los intercambios culturales entre los pobladores y los visitantes al cantón.

Además, en dicho lugar se colocará un stand para ofrecer información relevante acerca del atractivo turístico que reviste el cantón Nabón, por encontrarse ubicado este local en un lugar sumamente estratégico y accesible (carretera Panamericana), precisamente en la vía de entrada al cantón.

Estrategia de publicidad

Promocionar el desarrollo turístico del cantón Nabón a través de la utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (F1-F2-F3-O4) y demás medios tradicionales, de manera que se logre posicionar la marca “Nabón, Progreso y Pasión” en la mente de los visitantes nacionales y extranjeros para lograr aumentar su preferencia del territorio como destino turístico (F1-F2-F3-F6-O1-O2-O5), optimizando y asignando apropiadamente los recursos necesarios para acometer con efectividad dichas acciones (D4-D5-O1-O4-O6). Son amplias las acciones a desarrollar en cuestiones de publicidad del cantón Nabón, entre las que se encuentran:

- Diseños publicitarios en vallas donde se publicite al cantón Nabón desde tres perspectivas diferentes: el atractivo de los productos naturales que se comercializan en la región, la práctica del turismo de aventura y la gastronomía autóctona del territorio.
- Diseños publicitarios para los buses de transporte público que circulan en el cantón Nabón, como método efectivo de posicionamiento de marca en la mente de los visitantes.
- Diseño y construcción de tres stands publicitarios, los cuales serán ubicados en lugares de alta concurrencia de personas, tales como el aeropuerto de Cuenca, el Mall del Río y el recinto cultural a construir mencionado anteriormente.
- Diseño y construcción de Centro de Información, cuya ubicación será el recinto cultural a construir mencionado anteriormente, donde será proporcionada información relevante sobre las bondades turísticas que ofrece el cantón Nabón.
- Utilizar los medios publicitarios existentes en plataformas virtuales, tales como las redes sociales y el sitio web del cantón Morona, donde se publicarán videos de la región, historias o casos de éxito (donde se exponen experiencias positivas de los visitantes al cantón) para obtener mejores resultados de posicionamiento y ofrecer a los usuarios información concisa acerca de los atractivos turísticos del territorio. El diseño de estos elementos publicitarios fue reflejado en la estrategia corporativa.

Marketing táctico

El marketing táctico se fundamenta en la disgregación de las acciones empleadas para el cumplimiento de las estrategias, Asimismo, la inversión para el desarrollo de las acciones

también es definida, por tanto, se presupuesta el Plan de Marketing para el desarrollo de la provincia del Azuay.

Acción y Control

La acción y control del Plan de Marketing propuesto para el cantón Nabón está fundamentada en el cronograma para la ejecución del mismo.

Conclusiones.

- En virtud que el Plan de Marketing liderado por el GAD Municipal del cantón Nabón. La cual presenta la capacidad financiera para materializar las estrategias y tácticas descritas previamente. No obstante, los beneficios derivados, más que valores de rentabilidad, se encuentra asociados a una perspectiva social, ya que su impacto en la población de la región donde se encuentra comprendido el cantón es altamente significativo, debido a varios factores.
- La implementación del Plan de Marketing estratégico implica la generación de una imagen de marca positiva sobre el cantón Nabón, presentando los atractivos turísticos y las potencialidades del territorio en cuanto a su diversidad cultural y su gastronomía autóctona, derivando una mayor atracción de visitantes nacionales y extranjeros, por lo que resulta imperante la creación de nuevos emprendimientos de servicios e infraestructura que permitan responder a la demanda creciente al respecto.
- Todo ello supondría la necesidad de creación de nuevos empleos, así como se evitaría de forma implícita la migración de la población del cantón Nabón hacia otras regiones de la provincia del Azuay u otros territorios, contribuyendo estos a su desarrollo económico.
- Y finalmente, este nuevo escenario conduce a transformaciones en el ámbito educativo y tecnológico, relacionados con la gestión turística por parte de los diferentes grupos de interés (proveedores del servicio, población cantonal, entre otros) para así lograr cumplir con los objetivos y las metas estratégicas que posibiliten un mayor desarrollo turístico.

Referencias Bibliográficas.

- Armijo, M. (2011). *Planificación Estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Santiago de Chile: Cepal.
- Artesi, L. (2002). Turismo, desarrollo local y redes. Aportes y transferencias, *Universidad Nacional de la Patagonia Austral*, 71-92.

- Banco Central del Ecuador. (2016). Estadística Banco Central del Ecuador. Quito: BCE. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>
- Banco Central del Ecuador. (14 de junio de 2018). Obtenido de Banco Central del Ecuador: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- BCE. (2011). La dolarización en el Ecuador. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Buil, I., Melero, I., y Montaner, T. (2012). La estrategia de marketing con causa: Factores determinantes de su éxito. *Universia Business Review* (36), 90-107.
- Burbano, F. (2013). Antología, democracia, gobernabilidad y cultura política. Quito: FLACSO. Sede Ecuador.
- Bustamante, F. (2016). La cultura política y ciudadanía en el Ecuador. Quito: CORDES-PNUD.
- Cantillo, E. (2013). Factores claves en la gestión de mercadeo que inciden en la competitividad del sector de comunicaciones gráficas de la ciudad de Barranquilla, Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 75, 142-151.
- Carballo, R., Moreno, S., León, C., y Brent, J. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo*, 35, 71-94.
- Castillo, M., y Castaño, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 737-757.
- Castillo, N. (2018, octubre 19). El turismo despunta en tres cantones azuayos. *El Comercio*, pp. 4-5.
- Chuquimarca, J. (2013). División de poderes en la actual Constitución del Ecuador. *Resistencia*, 50-52.
- Cueva, R. A. (1999). *Marketing; enfoque América Latina*. Mexico: McGraw Hill.
- Echeverri, L. (2009). *Marketing práctico: una visión estratégica de un plan de marketing*. Madrid: Starbook Editorial.
- Economía y Empresa. (2013). El análisis PESTEL: Asegure la continuidad de su negocio. 2016: 50Minutos.es.
- El Telégrafo. (10 de noviembre de 2013). La pobreza en Ecuador se reduce y la riqueza se redistribuye. *El Telégrafo*, 2-4.
- El Telégrafo. (6 de octubre de 2014). Banco Mundial: El crecimiento ha sido inclusivo. *El Telégrafo*, p.2.
-

- El Telégrafo. (2014, abril 23). Indicadores de las TIC de Ecuador con Relación a los Países. El telégrafo, p. 14. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/tecnologia/1/ecuador-escala-9-puestos-en-ranking-de-aplicacion-de-las-tic>
- Falconi, F. (2013). Dolarización y desdolarización. *Íconos*, 22-24.
- GAD Municipal Cantón Nabón. (2014). Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Nabón. Diagnóstico integrado. Cuenca: PYDLOS/Universidad de Cuenca.
- GAD Municipal Cantón Nabón. (2018, enero 24). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Nabón. Retrieved from GAD Municipal Cantón Nabón: <http://www.nabon.gob.ec/datos-del-canton/#1523640018226-74bf08fb-7866>
- Gobierno Nacional. (2008). Constitución de la República de Ecuador. Quito: Asamblea Nacional.
- Gobierno Nacional. (2015). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD). Quito: Gobierno Nacional.
- INEC. (2010). Censo de Población y Vivienda. Quito: Gobierno Nacional.
- INEC. (2016). Tecnologías de la Información y las comunicaciones (TIC'S) 2016. Quito: INEC.
- INEC. (2018). Boletín Técnico IPC No. 06-2018. Quito: INEC.
- Kotler, P., y Amstrong, L. (2017). *Fundamentos de Marketing*. México D.F.: Pearson Educación.
- Kotler, P., y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. México D.F.: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2011). *Marketing turístico*. Madrid: Pearson Educación.
- Martínez, D. (2016). Factores clave en marketing: enfoque de empresas de servicios. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 12(34), 42-58.
- Méndez, G., Augusto, A., y Gándara, J. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. Un estudio. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(1), 103-119.
- Muñiz, N., y Cervantes, M. (2010). Marketing de ciudades y "Place Branding". *Revista de la Facultad de ciencias Económicas y Empresariales*, 123-149.
- Pascual, P., Santos, M., y López, J. (2014). Factores determinantes en el éxito del desarrollo del nuevo servicio. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 67-74.
- Paz y Miño, J. (2016). La crisis bancaria de 1999: el retorno de la plutocracia. *Historia y economía*, 1-21.
-

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades.

Segura, S. (2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG, 35-43.

Para citar el artículo indexado.

Idrovo E., Luna K., Ordoñez J. & Lituma M. (2019). Marketing estratégico turístico para la Provincia del Azuay-Ecuador. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 213-. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/408/928>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 26-02-2019 / Aceptado: 28-03-2019 / Publicado: 05-04-2019

Valoración del servicio al asegurado en la mejora de la gestión administrativa del Hospital General Milagro (IESS) en el año 2018.

Valuation of the service to the insured in the improvement of the administrative management of the General Milagro Hospital (IESS) in the year 2018.

Karina Salinas Muñiz.¹, Huber Echeverría Vásquez.² & Miguel Cedillo Fajardo.³

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.410>

Resumen.

El presente artículo de investigación toma el análisis de una institución pública que se encuentra en la ciudad de Milagro cantón de la provincia del Guayas y que se dedica a la actividad de prestar los servicios de salud pública como es el IESS, el enfoque esta dado en la valoración del servicio que los empleados prestan, para de esta forma tratar de mejorar la gestión administrativa al fin de buscar la satisfacción plena del cliente.

La investigación se basa en el servicio que presta la institución de esta forma poder medir el nivel de satisfacción de los clientes, el buen trato que lleve a elevar la imagen institucional buscando de una u otra forma ser el modelo que sirva y pueda ser implantado en las demás instituciones públicas, que tratan de buscar la forma de prestar el buen servicio, evitando largos tramites y esperas muchas veces innecesarias con lo que lograríamos establecer un modelo de gestión óptima para los clientes tanto internos como externos.

Palabras clave: Valoración, Gestión, Satisfacción del Cliente

Abstract

This research article takes the analysis of a public institution that is located in the city of Milagro canton of the province of Guayas and that is dedicated to the activity of providing public health services such as the IESS, the approach is given in the evaluation of the

¹ Universidad Estatal de Milagro, Guayaquil, Ecuador, ksalinasm@unemi.edu.ec

² Universidad Estatal de Milagro, Guayaquil, Ecuador, hecheverriav@unemi.edu.ec

³ Universidad Estatal de Milagro, Guayaquil, Ecuador, mcedillof@unemi.edu.ec

service that the employees provide, in order to try to improve the administrative management in order to seek the full satisfaction of the client.

The research is based on the service provided by the institution in this way to measure the level of customer satisfaction, good treatment that leads to raise the institutional image looking in one way or another to be the model that serves and can be implemented in other public institutions, which try to find a way to provide good service, avoiding long procedures and often unnecessary waiting with what we would establish an optimal management model for both internal and external customers.

Keywords: Valuation, Management, Customer Satisfaction

Introducción.

El IESS es una institución de Salud que cuenta con 18.100 afiliados en los diferentes sectores de Milagro; esto representa el 0,7 afiliados a nivel nacional y el 2,4 afiliados de la provincia del Guayas en el año 2017, lo cual está bien distribuida en cada una de sus áreas y cuenta con un personal capacitado, sin embargo; la deficiencia comunicacional en atención al cliente que se maneja interna y externamente está afectando las relaciones entre usuarios, esta situación se origina debido a la inexistencia de una Jefatura de atención al público que permita optimizar la información tanto para el usuario interno como externo, generando una mala imagen a este Centro de Salud. (MIP, 2017)

Para los líderes del sector sanitario es un desafío mantenerse e instrumentar, de manera exitosa, sistemas que permitan una mejora en los servicios y al mismo tiempo, satisfacer las exigencias de los pacientes y demás usuarios ante los informes que se presentan sobre la calidad de la atención de salud. La calidad ante la atención médica representa el eje principal para los hospitales; tomando en cuenta que se convierte en uno de los puntos esenciales por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), reúne distintas conceptualidades que se llevan generando con el transcurso del tiempo su aplicación ante la atención médica, sus dimensiones todo ello conforme a la opinión de los afiliados.

Desarrollo.

Según Orozco, Porro, & Cubero (2010: 175) la valoración del servicio al asegurado se mide de acuerdo a tres dimensiones como las técnicas laborales y las relaciones en el trato al paciente asegurado. Esta acción es un elemento clave para la gestión y en especial para la mejora de sus procesos. No obstante, esta tarea no se realiza de un modo adecuado y llegar a un punto de invisibilidad dentro del mapa de prioridades institucionales (Murillo & Saurina, 2013, pág. 304). Como se desarrolla en la presente investigación, lo cual permite analizar la valoración que existe ante la satisfacción del servicio en los asegurados del Hospital General de la Ciudad de Milagro.

En Ecuador, los establecimientos de salud tanto en el sector público como en el privado enfrentan realidades parecidas y pese a los esfuerzos por brindar un mejor servicio, los usuarios siguen manifestando insatisfacción por la atención recibida; por parte del personal asistencial, técnico-administrativo, y la logística de los procesos. En este estudio se considera que el síntoma clave del problema es en la deficiente atención percibida por los afiliados, que hacen uso de los servicios que proporciona el hospital del IESS de la Ciudad de Milagro y desde nuestra perspectiva, se debe a que los empleados que se desempeñan en los diferentes cargos del hospital no han contado con una debida capacitación que les permita brindar una mejor atención al afiliado.

La mayoría de los afiliados están expuestos a prolongados tiempos de respuesta en el pedido de información y consultas médicas, que probablemente se debe a la extensa cobertura de la localidad y de sectores aledaños de la ciudad que atiende el Hospital IESS Milagro.

Esta investigación ayudara a conocer el diagnóstico de la calidad del servicio, realizar la contrastación empírica de la realidad con los paradigmas teóricos de calidad del servicio, satisfacción del usuario, así como indagar sobre su asociación. La originalidad y novedad de la investigación, se basa en que este estudio proporcionará nuevos conocimientos sobre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo. (Mishima, Campos, Matumoto, & Fortuna, 2016).

Evaluar la satisfacción de los usuarios, es relacionar mediante estrategias subjetivas de percepción analizando aquellos diferentes niveles que intervienen en la educación, de manera social y económica que influyen en el profesional ante los Centros de Salud de sus usuarios o afiliados. Entre los factores que permiten medir la calidad del servicio, se menciona: (Mishima, Campos, Matumoto, & Fortuna, 2016)

El respeto y la dignidad a recibir un trato justo en todo momento y bajo toda circunstancia como un miembro del Hospital, establecer una identidad donde sea parte y el ente principal dentro de las consultas, permitiendo la seguridad de poder ser atendido dentro de las instalaciones del servicio, la comunicación entre los usuarios permitiendo ser completa y actualizada en las actividades de atención. Promoción y prevención y de esta manera el paciente pueda decidir su participación de manera voluntaria; es por ello que la ausencia de calidad origina un círculo vicioso que no es fácil librarse.

De acuerdo a estos puntos tomados en cuenta, la calidad de servicio de un Centro de Salud ante sus afiliados depende de las ambigüedades que se presentan en los servicios que brindan ante una atención medica más adecuada o indiferente; dependiendo de los valores en cuanto al estado y el contenido de la comunicación con el medio y el personal de salud, ante un servicio de baja calidad causando insatisfacción a los pacientes afiliados de los distintos sectores.

De acuerdo a Ortiz determina que cuando se detecta un bajo rendimiento dentro del Centro de Salud, significa que hay baja productividad en los programas que se desarrollan, afectando en los costos y reduciendo el presupuesto, generando falta de

suministros, problemas en el mantenimiento de los equipos; afectando a los trabajadores del sector y su desmotivación y es allí donde afecta al cumplimiento de los objetivos que persigue los Centros de Salud porque ya no se trabajaría en equipo dando como resultado una mala calidad de la atención. (Ortíz, 2015)

Además se debe mejorar la capacidad del personal que labora, mediante un proceso de mejora continua y de calidad para las Instituciones, valiéndose de los resultados en los pacientes que consideran que la prestación de los servicios es de mala calidad y que no responde a sus necesidades; esto origina que los asegurados no concurran más al Hospital del IESS de Milagro.

La Base Legal de la institución señala como políticas el apego a las Normas, Leyes Institucionales, Reglamentos, y Resoluciones tanto de la Comisión Interventora así como las Resoluciones que emite el Consejo Directivo del IESS, para su aplicación y cumplimiento. Sus políticas se enmarcan dentro de: Administración de los programas de fomento y prevención de la salud., asistencia médica integral y de maternidad, atención odontológica preventiva y recuperativa, coordinar los programas gerontológicos, ejecutar el proceso de acreditación interna y externa, asistencia médica preventiva y curativa de hijos menores de 18 años, cónyuges o convivientes con derecho y administrar el presupuesto anual con análisis prospectivo y retrospectivo y subsidios monetarios transitorios y de maternidad.

Administración patrimonial y cumplir normas legales y procedimientos. También se ha realizado ejecuciones de planes de: Plan de Contingencia para casos de desastres, programa de desechos sólidos, etc. El sistema AS400 concesión de citas médicas a través del Call Center se implementó a partir del 20 de Mayo del 2009.

El Recurso Humano para fortalecer la cultura organizacional rica en valores, el abastecimiento de insumos de la determinación de cronogramas unificados de adquisición al 100%. Equipamiento en el desarrollo de las unidades médicas para criterio de dotación, la Infraestructura de la gestión técnica de infraestructura a nivel provincial, descentralización, el financiamiento en el direccionamiento para la venta de servicios y desarrollar la autogestión sustentable y la Gestión de Aplicación y optimización del programa de gestión y desarrollo de unidades médicas (Resolución CD 082)

La calidad en los hospitales

Existen diferentes conceptos de lo que representa la calidad ya sea dentro de una organización como en el sistema educativo; comenzando por el mismo ser humano la calidad que lo identifica dentro de su entorno social, adaptándose al medio para satisfacer las necesidades de diferentes grupos de interés, pues para poder avanzar debe haber interés por parte de las empresas para que se refleje dentro la realidad organizacional.

La descripción del autor Guadalupe Fernández (2012) en cuanto a lo que representa la calidad menciona que *“Es la adecuación constante y eficiente de nuestro producto servicio a las expectativas que se les debe dar a los clientes convirtiéndose en una ventaja*

competitiva para los competidores” analizando los diferentes enfoques por los cuales la calidad toma importancia para las gestiones empresariales.

Tabla No. 1 Definiciones de diferentes autores sobre Calidad

Autores /año	Concepto de la Calidad
Parasuraman, B. Zeithaml y L. Berry (1985, 1988)	Es una acción que analiza lo esperado y lo percibido por las personas.
Berry (1988)	La calidad es un modo de servicio o previsión, un modo de pensamiento; mediante el desarrollo de nuevos servicios, nuevas políticas, nuevas tecnologías y nuevas instalaciones.
Kaoru Ishikawa (1988)	La calidad es el hecho de desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto que sea de calidad por el que identifica por su valor, su utilidad para el consumidor.
E.W. Deming (1988)	Define a la calidad como el grado de uso y a bajo costo de acuerdo a las necesidades del mercado para una mejora continua.

Fuente: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>

Estas ideas y definiciones de los diferentes autores se convierten en un centro de reflexión de lo que es la Calidad, el centro de atención en el interior de las organizaciones y que en varias ocasiones se convierten en aplicaciones inadecuadas dentro de la empresa. El interés de la calidad de la atención médica tiene su origen en el deseo de disminuir la desigualdad en el sistema de salud de los diferentes grupos sociales. Las instituciones de salud han planteado estrategias nacionales que pretenden el rescate de la calidad, lo que implicaría incremento en la satisfacción del usuario. (Villalba, 2013)

En el caso de las instituciones de salud su producto son servicios que tienen las características de ser intangibles y se pueden identificar dos tipos de calidad:

- **Calidad técnica:** es la aplicación de la ciencia y tecnología médica de forma que maximice los beneficios de la salud, sin aumentar de forma proporcional los riesgos en la atención mediante el cual se espera poder proporcionar al usuario

externo el máximo y más completo bienestar, logrando un equilibrio más favorable de riesgo y beneficio.

- **La calidad sentida:** es la satisfacción razonable de las necesidades de los usuarios externos después de utilizar los servicios de calidad de la institución. Está en la subjetividad y debe ser explicada por ellos. Calidad es el cumplimiento de las normas técnicas y la satisfacción de las necesidades sentidas de los usuarios. La OPS/OMS propone como definición de calidad de las instituciones: (Ortega, y otros, 2012)
 - Alto grado de satisfacción por parte de los usuarios externos.
 - Un mínimo de riesgo para los usuarios externos e internos.
 - Alto nivel de excelencia profesional.
 - Uso eficiente de los recursos de las instituciones.

La calidad del servicio

Al tratar sobre calidad de servicio se toma en cuenta que su aplicación conlleva a varios conceptos establecidos por varios autores como: Fisher y Navarro (1994); Kotler (1997); Gronroos (1994) y Salvador (2005) que para ellos es un conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que seran para su venta a travez del servicio que produce. Cuando uno adquiere un producto se analiza la calidad que aporta en lo fisico; en cambio en calidad del servicio se comprueba la manera como ese producto fue distribuido y que ventajas aporto ante su uso y si a cubierto todas las expectativas hacia el consumidor.

Calidad de servicio hospitalario

En primer lugar se toma en consideración lo que es la calidad, como un atributo del que cada persona posee en cuanto a sus intereses, costumbres y nivel educacional entre otros factores. En cuanto al servicio del paciente en un hospital se prestan las garantías necesarias para salvaguardar la integridad y salud de los pacientes otorgando una atención prioritaria permanente con un patrón alineado en la prestación médica de conocimiento y tecnología aplicando procedimientos adecuados en el diagnóstico y tratamiento.

Es por ello que para poder establecer la calidad medica recibida por el paciente se logra obteniendo evidencias que aboguen a la práctica médica y, servirá de manera útil y confiable para este tipo de investigación teniendo en cuenta siempre, el conocimiento del médico al paciente ante una relación de comunicación y aplicación para el beneficio del Hospital o Centro de Salud.

Finalmente, así como en la mayoría de los conceptos y realidades administrativas, cuando se dice de calidad en el servicio hospitalario pueden ser vistos, o bien como simples instrumentos, mecanismos de control, medios productores de certeza o criterios homogenizantes para lidiar con la complejidad, formas de gestionar la diversidad, criterios para dinamizar y adaptar las formas de movilizar la auto-organización de los servicios hospitalarios. (Jesus del Pilar & Chico-Ruíz, 2014)

Satisfacción del usuario

La definición es muy sencilla, el usuario está satisfecho si sus necesidades reales o percibidas, son cubiertas o excedidas, entonces ¿Cómo puede usted saber lo que el cliente necesita, quiere y espera? La satisfacción del usuario es un indicador importante de la calidad de servicios, no obstante resulta difícil de evaluarlo; los métodos y las medidas para la recolección de datos suelen influir en la respuesta del usuario, por lo tanto es recomendable hacerlo en forma privada y permanente. (Malagón-Londoño, Pontón, & Reynales, 2016)

METODOLOGÍA.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se ha empleado una metodología con profundidad descriptiva no experimental seccional, (Fontaines, 2012) afianzado por el método de análisis de datos textuales, que consiste en grosso modo en el conteo de las ocurrencias y apariciones de las unidades verbales en este caso utilizado en las encuestas realizadas mediante preguntas abiertas a los usuarios del Hospital General Milagro (IESS) en el servicio de consulta externa. Esta información se evidencia en la repetición constante de palabras, las mismas que van formando patrones relevantes evidenciando el valor del Chi cuadrado (X^2) de cada palabra dentro de la clase agrupada.

Ámbito de la investigación

Siguiendo con la rutina investigativa, se desarrolló en el Servicio de Consulta Externa del Hospital General Milagro (IESS) ubicado en la ciudad de Milagro, Provincia del Guayas, Región 5, Ecuador. Esta unidad hospitalaria oferta servicios médicos para afiliados, jubilados, pensionistas y beneficiarios en Consulta Externa, Emergencia de adulto y pediátrica, Hospitalización y Servicios de Auxiliar y diagnóstico para el tratamiento, Unidad de Cuidados Intensivos y Quirófano, con capacidad resolutive de 100 camas.

Sujetos de Investigación

Los sujetos tomados en cuenta para esta investigación fueron los usuarios que acuden diariamente para beneficiarse de los servicios que presta el hospital, agrupados en cuatro grupos, a saber: dependientes al Seguro Campesino, jubilados, pensionistas de Montepío y Voluntarios.

Construcción del Corpus

Para establecer el corpus que se va analizar, se utilizó el instrumento de la encuesta a través de un cuestionario o formulario compuesto de dos preguntas abiertas, las cuales estaban estructurada de la siguiente manera: a) Lo que más le disgusta del servicio recibido es....., b), Como mejoraría el servicio....., los usuarios fueron elegidos al azar, se obtuvieron 200 respuestas de 35 asegurados Campesinos, 46 pensionistas Jubilados, 8 asegurados Voluntarios, 11 pensionistas de Montepío, en un periodo de 5 días.

Los datos recabados fueron elaborados en una estructura textual para el respectivo análisis con la eliminación de signos gramaticales y reemplazo de letras evitando error de sintaxis por parte del software que se procede a detallar.

Análisis del Corpus

Una vez segmentado el contexto inicial de respuestas obtenidas de la encuesta realizada se procede al análisis utilizando un software específico para la estadística de datos

textuales. Este programa se lo conoce como Iramuteq 0.7 alpha 2 para comprobar la teoría (Ratinaud) respecto a la lexicometría en donde las clases más representativas están en los valores altos del Chi-cuadrado (χ^2), los resultados interpretados se observan a continuación.

Resultados

Del análisis estadístico textual mostrado por el software Iramuteq 0.7 alpha 2 (Ratinaud) se observa:

Número de textos 8

Número de ocurrencias: 2728

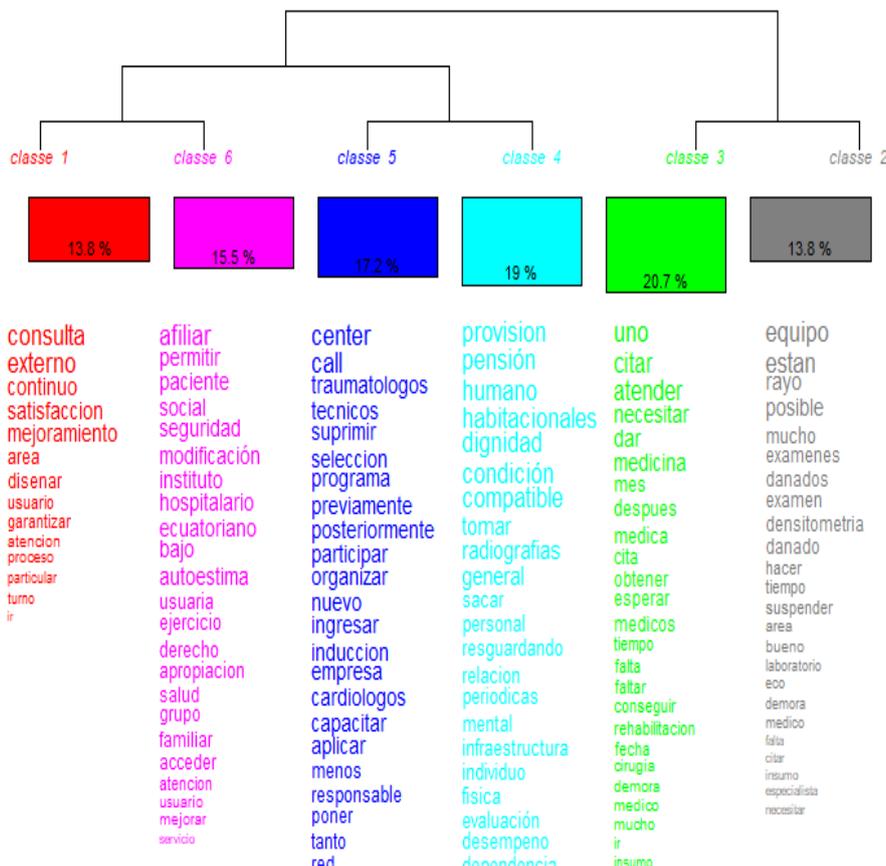
Número de formas: 278

Número de hápax: 17 (0.62% de ocurrencias – 6.12% de formas)

Media de ocurrencia por texto: 341.00

En el gráfico 1 y tabla 1 se identifican seis clases agrupadas entre: uno y seis formando una sola unidad; cinco y cuatro de igual formando una sola unidad; estas dos unidades se entrelazan con las clases tres y dos, el enfoque de la valoración de los servicios analizados con respecto al mejoramiento se evidencia en las clases 1,4,5 y 6, en palabras cuyos chi-cuadrados son altos, donde la palabra afiliado ($\chi^2=40.84$ $p<0.00$) y consulta ($\chi^2=50.52$ $p<0.00$) sustentan dicho enunciado

Gráfico 1 Factores de percepción de servicio al afiliado del Hospital de IESS de Milagro.



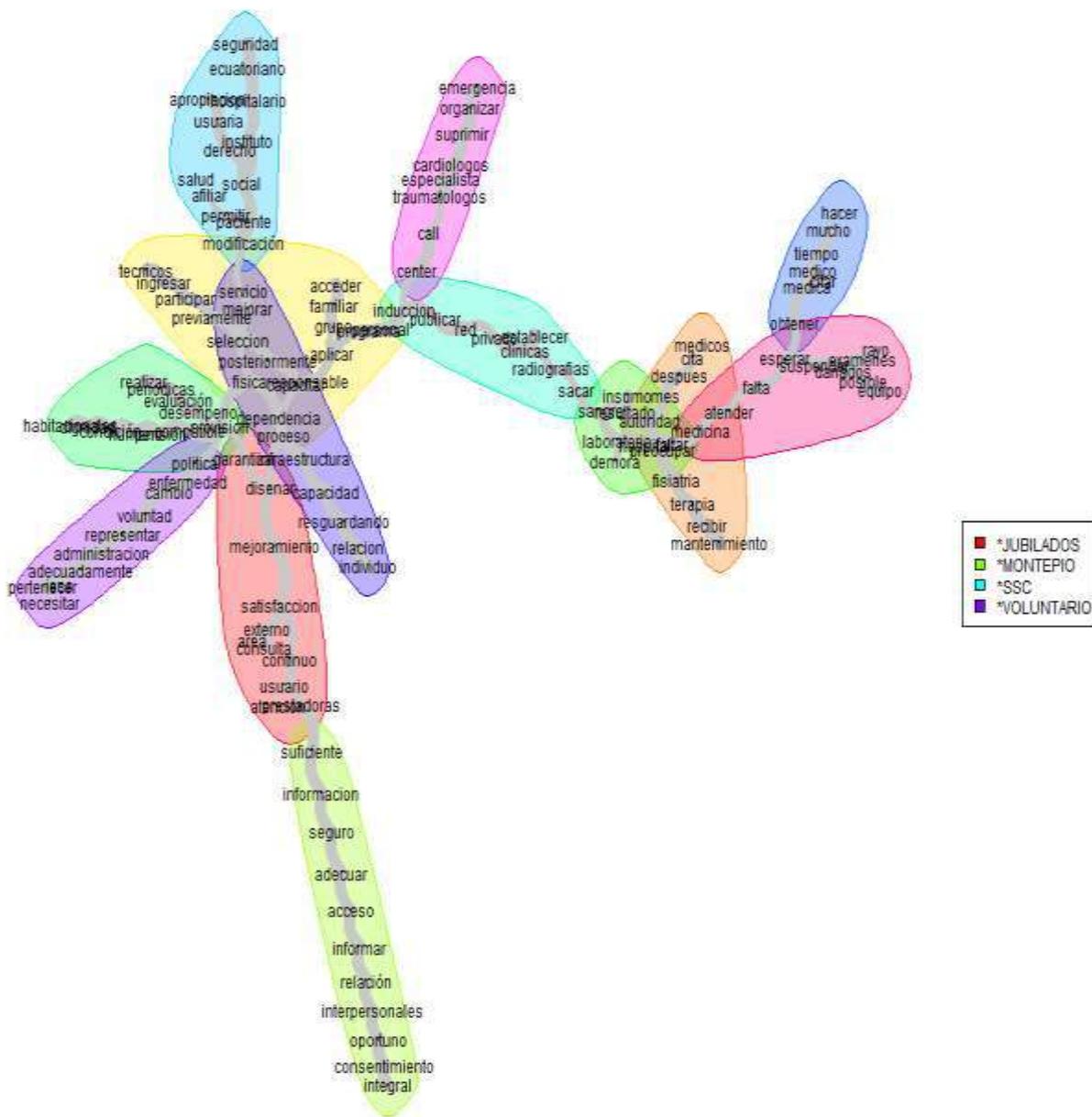
El enfoque de la valoración de los servicios analizados con respecto al mejoramiento se evidencia en las palabras cuyos chi-cuadrados son altos, donde la palabra afiliado ($\chi^2=40.84$ $p<0.00$) y consulta ($\chi^2=50.52$ $p<0.00$) sustentan dicho enunciado

Tabla 1 Enfoque entre las clases y la valoración

Clase 1			
Palabra	Tipo	Chi 2	P
Consulta	Adjetivo	50.52	0.00
Satisfacción	Adjetivo	34.63	0.00
Clase 2			
Palabra	Tipo	Chi 2	P
Equipo	Adjetivo	58.00	0.00
Dañado	Adjetivo	26.85	0.00
Clase 3			
Palabra	Tipo	Chi 2	P
Cita	Adjetivo	32.29	0.00
Medicina	Adjetivo	25.65	0.00
Clase 4			
Palabra	Tipo	Chi 2	P
Afiliado	Adjetivo	40.84	0.00
Derecho	Adjetivo	23.39	0.00

El enfoque de la valoración de los servicios analizados con respecto a la voz del usuario insatisfecho se evidencia en las clases 2 y 3, en palabras cuyos chi-cuadrados son altos, donde la palabra equipo ($X^2=58.0$ $p<0.00$); dañados ($x^2=26.85$ $p<0.00$), citas ($x^2=32.29$ $p<0.00$) y medicina ($x^2=25.65$ $p<0.00$) sustentan dicho enunciado

El Hospital IESS (Milagro)



El método para poder medir la calidad ha sido a través de las respuestas que grosso modo en el conteo de las ocurrencias y apariciones de las unidades verbales en este caso utilizado en las encuestas realizadas mediante preguntas abiertas a los usuarios del Hospital General Milagro (IESS) en el servicio de consulta externa. Esta información se evidencia en la repetición constante de palabras, las mismas que van formando patrones relevantes evidenciando, lo cual permitirá demostrar que se haya actuado de una manera supuestamente de manera correcta, tratando de aprovechar las oportunidades que le ofrece

el cambio innovador, contrarrestando las posibles amenazas que atacan al conjunto hospitalario ubicado en la Ciudad de Milagro.

Es por ello que esta investigación se llevó a cabo y es importante, porque permitió conocer el diagnóstico de la calidad del servicio, realizar la contrastación empírica de la realidad con los paradigmas teóricos de calidad del servicio, satisfacción del usuario, así como indagar sobre su asociación. La originalidad y novedad de la investigación, se basa en que este estudio nos proporcionará nuevos conocimientos sobre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo. (Mishima, Campos, Matumoto, & Fortuna, 2016)

De acuerdo a los resultados en las clases 1 y 4 a los factores antes indicados; se considera que existen muchos aspectos por los cuales las personas pueden dejar de frecuentar ciertos establecimientos de salud pública a pesar de ser gratuitos, uno de esos aspectos o factores sería el pésimo servicio que brinde un hospital. La migración de los pacientes es muy propensa a que suceda si los niveles de calidad de atención y servicios al cliente no se mejoran.

Además de tomar en cuenta que la población es probabilística de acuerdo a la cantidad de los diferentes grupos de afiliados, se procede a tomar una muestra simple aleatoria que mediante la técnica de la observación se toma a aquellas personas que estaban en ese momento en el pasillo de interconsulta y de atención médica; es por ello que fueron tomadas al azar de 200 personas consideradas para la recolección de los datos y describir los datos obtenidos en una estructura textual para el análisis estadístico mostrado por el software Iramuteq 0.7 alpha 2 (Ratinaud) ante la verificación de los resultados obtenidos.

Conclusiones.

- Posterior al análisis de los datos obtenidos y considerando que el objetivo del estudio es medir el valorar el servicio al asegurado de los pacientes que asistieron a la consulta externa en el Hospital General Milagro (IESS) unidad médica de segundo nivel de atención en salud, se puede concluir que la mayoría de los pacientes que participaron en esta investigación manifiestan su insatisfacción con relación a la percepción del servicio y evidenciada en respuestas las palabras de mayor pronunciamiento: las consultas médicas, equipos dañados, citas y medicina.
- De acuerdo a los resultados obtenidos se detectan algunos aspectos por los cuales las personas dejarían de frecuentar y afiliarse a ciertos establecimientos de salud debido al servicio que brinda el hospital, la migración de los pacientes a otros Centros de Hospitalización es muy propensa a que suceda si los niveles de calidad de atención y servicios al cliente no mejoran.
- Instaurar una reflexión midiendo la importancia que debe tener el usuario que se determinó ante la competencia médica, las condiciones físicas-técnicas, el grado de orientación e información y por último la atmósfera sociocultural del hospital, la cantidad de pacientes que eran atendidos en consulta externa, así como sus características, ante la necesidad de conocer la satisfacción mediante encuestas,

cuyo valor psicométrico garantice la fiabilidad y validez, y adquirir gran parte de los conocimientos.

Referencias Bibliográficas.

- Carmona-Calvo, M., Eva, M. S., Calvo-Mora, A., & Priáñez.Cristobal, R. (2015). Sistemas de gestión de calidad; un estudio en empresas del sur de España y norte de Marruecos. *Elsevier*, 9-3.
- Fisher, L., & Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercado*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Fontaines, R. T. (2012). *Formación de investigadores educativos. Una visión racionalista*. España: Editorial Académica Española.
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y Gestión de servicios; la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid. España: Editorial Diaz de Santos.
- Guadalupe, F. (3 de Enero de 2012). *Círculo de Economía de la provincia de Alicante*. Obtenido de <http://www.circuloeconomiaalicante.com/blog/un-concepto-de-calidad-la-calidad-segunda-entrega-3-01-2012/>
- IESS. (2014). *Hospital de IESS de Milagro*. Babahoyo.
- Jesus del Pilar, Y.-A., & Chico-Ruiz, J. (2014). *Nivel de satisfacción del paciente asegurado en relación con la atención que brinda una clínica particular en Trujillo, 2014*. México: Sciendo.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- Malagón-Londoño, G., Pontón, G., & Reynales, J. (2016). *Gerencia Hospitalaria para una administración efectiva* (Vol. 4). Bogotá-Colombia: Editoriaial Medica Panamericana.
- Mármol, M., & Cruz, R. (2017). Factores relacionados con la satisfacción en consultas en hospitales de Madrid. *REVENF*(32), 12-1.
- Merino Paza, M., Carrera Hueso, F., & Roca Castelló, M. (2017). Relación entre la satisfacción laboral y la cultura de seguridad del paciente. *Elsevier*, 10.
- Milagro, H. G. (2016). *Manual de Calidad*. . Milagro: MCA-SGC-001.
- MIP. (2017). *Ministerio de Industria y Productividad*. Quito: Gobierno Ecuatoriano.
- Mishima, S., Campos, A., Matumoto, S., & Fortuna, C. (2016). Satisfacción del usuario bajo la perspectiva de la responsabilidad ¿estrategia para análisis del sistemas universales? *Revista Latinoamericana de Enfermagem*, 30-5.

- Murillo, C., & Saurina, C. (23 de Octubre de 2013). Medida de la importancia de las dimensiones de la satisfacción en la provisión de servicios de salud. *Elsevier*, 4(27), 304-309. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1016/j.gaceta.2012.12.015>
- Naranjo, E., & Andrade, N. (2016). *Proponer estrategias para medir y mejorar la calidad en la atención de pacientes al servicio de fisioterapia en el Centro Médico Kinnemed*. Guayaquil: Universidad de UDLA.
- Ohlrost, F. (2012). *Big Data Analytics*. California: John Wiley&Sons.
- OMS. (19 de Octubre de 2018). "Pacientes en Defensa de su Seguridad" – Información general. Obtenido de http://www.who.int/patientsafety/patients_for_patient/statement/es/
- Orozco, C., Porro, A., & Cubero, O. (2010). Un sistema de gestión de calidad de salud, situación actual y perspectivas en la atención primaria. *Revista cubana de Salud Pública*(36), 175-179.
- Ortega, C., Romero de Castilla, J., MAsilla, R., Quiroga, C., Gómez, B., & Duran, T. (2012). Mejora de la calidad asistencial a los pacientes de la unidad de dolor tor+acico de un hospital comarcal. *Elsevier Doyma*, 4(25), 242-250.
- Ortíz, G. (2015). *Gerencia y Administración Estratégica de la Atención Médica*. México: Panamericana.
- Pública, M. d. (2014). *Lineamientos operativos para la implementación del MAIS y RPIS*. Quito: Dirección Nacional de NOrmatización.
- Salud, L. O. (2012). *Ley Orgánica de Salud*. Quito: Rregistro Oficial.
- Salvador, M. (2005). *La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad del servicio*. Madrid: Papeles del Psicólogo.
- Vallina, M. (2014). *Marketing Digital*. Madrid: Paranainfo.
- Villalba, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido historico conceptual, sus modelos mas representativos y su aplicación en las universidades. *Revista Dialnet*, 3-20.

Para citar el artículo indexado.

Salinas K, Echeverría H. & Cedillo M. (2019). Valoración del servicio al asegurado en la mejora de la gestión administrativa del Hospital General Milagro (IESS) en el año 2018. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 213-227. Recuperado desde: <http://visionariodigital.org>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 26-02-2019 / Aceptado: 28-03-2019 / Publicado: 05-04-2019

Hechos estilizados del mercado de criptomonedas desde el enfoque de la eficiencia marginal del capital.

Stylized facts of the cryptocurrency market from the perspective of the marginal efficiency of capital.

Armando José Urdaneta Montiel.¹, Emmanuel Vitorio Borgucci García.², John Alexander Campuzano Vasquez.³ & Pedro Alexander Avilés Almeida⁴.

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.421>

Resumen.

El presente estudio tiene como objetivo analizar el mercado de criptomonedas desde el enfoque de la teoría de la demanda de activos y dentro de ella de los retornos esperados, tomando en cuenta dos de las más importantes: el Bitcoin (minada) y el Ripple (no minada). En esta investigación exploratoria, analítica y descriptiva, se tomó en cuenta el precio del cierre, volumen de transacciones, capitalización en el mercado y cantidad de criptomonedas emitidas, utilizando las variaciones diarias en términos porcentuales. Los resultados obtenidos muestran que las monedas consideradas de acuerdo a sus variaciones de precios de cierre diario y cantidad de criptomonedas emitidas, evidencian una evolución que se ajusta a la ley de los rendimientos marginales decrecientes unos de los fundamentos de la teoría eficiencia marginal del capital; mientras en el caso de las variaciones diarias de la capitalización del mercado con respecto a las de criptomonedas emitidas, comportan una evolución creciente, inversamente a los precios de cierre.

Palabras clave: Criptomonedas, bitcoin, mercado, monedas

Abstract

The objective of this study is to analyze the cryptocurrency market from the perspective of the theory of the demand for assets and within it the expected returns, taking into account two of the most important: the Bitcoin (mined) and the Ripple (no mined). In this exploratory, analytical and descriptive investigation, the closing price, volume of transactions, capitalization in the market and number of cryptocurrencies issued were taken into account, using the daily variations in percentage terms. The results obtained show that the currencies considered according to their variations of daily closing prices and the amount of cryptocurrencies issued, show an evolution that adjusts to the law of

¹ Docente Universidad Metropolitana, Sede Machala, Ecuador, aurdaneta@umet.edu.ec

² Docente Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela, emmanuelborgucci@gmail.com

³ Docente Universidad Técnica de Machala, Ecuador, jcampuzano@utmachala.edu.ec

⁴ Docente Universidad de Guayaquil, Ecuador, avilesa@ug.edu.ec

diminishing marginal returns one of the foundations of the marginal efficiency theory of capital; while in the case of the daily variations of market capitalization with respect to those of cryptocurrencies issued, they show an increasing evolution, inversely to the closing prices.

Keywords: Cryptocurrencies, bitcoin, market, coins

Introducción.

En el mundo de hoy surge una nueva oportunidad de inversión y ahorro para generar ingresos sustentados en la tecnología *blockchain*, que definitivamente está cambiando la forma de hacer negocios y comercializar bienes y servicios a través de monedas electrónicas o virtuales minadas como el Bitcoin y no minadas como el Ripple. A las criptomonedas se las considera en los actuales momentos como una de las inversiones más rentables y más seguras, ofrecen un abanico de posibilidades y portafolios de inversión que ayudan maximizar la rentabilidad esperada del dinero destinado a su adquisición, con la posibilidad de ganar dinero las 24 horas del día. Pero también las criptomonedas responden a un nuevo tipo de economía política que representa un desafío a los Estados nacionales⁵.

Sin embargo, es necesario conocer la existencia de diferencias entre el dinero virtual y los medios de pago tradicionales, y las transacciones realizadas en esta red de tecnología Blockchain, hechos que en los actuales momentos motivan su uso por su no rastreabilidad y comportamiento anónimo, así como la completa ausencia de intermediarios, transacciones que una vez hechas no pueden reversarse (Rogojanu & Badea, 2014). Una particularidad que causa polémica alrededor de este tipo de monedas, es que ya están siendo utilizadas para comercio ilegal como tráfico de drogas, prostitución infantil, robos apuestas ilegales, entre otros (Krugman, 2013).

Otro aspecto negativo y de desconfianza sobre la inversión de criptoactivos a largo plazo, es que no tiene respaldo de ningún Estado o Banco Central de ningún país (Guttman, 2014). Esta característica obstaculiza su regulación, cobro de impuestos y el consiguiente temor de Estados y bancos, a perder el monopolio de la emisión monetaria, por lo que algunos países prohíben su uso.

Por ello el objetivo de la presente investigación consiste analizar el mercado de criptomonedas desde el enfoque de la eficiencia marginal del capital, en aras de develar la relación existente entre el índice de variación de capitalización del mercado sobre el precio de cierre de la criptomoneda, así como, los hechos que se vinculan a su uso y expansión en el mercado de activos a nivel mundial.

⁵ El Manifiesto del Nuevo Libertarianismo, Samuel Konkin III (1980) expone lo que debería ser una economía cuyo desarrollo no dependa del Estado. El manifiesto sugiere: 1. Los seres humanos son coercionados; 2. la coerción es inmoral, ineficiente e innecesaria para la vida humana; 3. las instituciones de la coerción están centralizadas en el Estado; 4 la coerción más fuerte es por medio de los impuestos y la inflación, que ha confiscado los ahorros de los ciudadanos emprendedores; y 5. la propaganda política y la instrucción pública ha instaurado mentiras más grandes que el mito presocrático. Entre sus premisas se encuentran: 1. la violencia del Estado y sus amenazas son dañinas, malas, inmorales, diabólicas y supremamente impracticable (Konkin III, 1980: 3); 2. es el Estado versus el Agora; 3. investiga la naturaleza humana para explicar sus derechos y promover su aplicación; 4. busca combatir la "Casta intelectual corrupta" que adquiere las denominaciones de: progresistas, socialistas, revolucionarios, reformistas, minarquistas, la partidocracia, etc. (Konkin III, 1980: 3). De igual manera, surge el concepto de anarcocapitalismo y el criptoanarquismo. El primero fue impulsado principalmente por David Friedman, Rothbard Murray y Hans-Hermann Hope. Este anarquismo es de corte individualista y por esta razón se distancia del anarquismo colectivista de Joseph Proudhon. El segundo se muestra favorable de la criptografía asimétrica en aras de la libertad y la privacidad y fue un término popularizado por Timothy C. May y es la realización ciberespacial del anarcocapitalismo.

Desarrollo.

Las criptomonedas las producen los mineros, que suelen ser programadores que tienen equipos informáticos de minado muy potentes como los ASIC (Circuito Integrado para Aplicaciones Específicas) que tiene como propósito resolver bloques *blockchain*. Siendo esta tecnología la principal garantía de seguridad del mercado de las criptomonedas. Debido a que las mismas no están bajo el control de una autoridad monetaria central (Rogojanu & Badea, 2014).

Las criptomonedas progresivamente se están convirtiendo en un medio de pago global, y por tanto, existe un creciente volumen de oferta y de demanda, conformando un mercado descentralizado y diversificado. Descentralizado, por cuanto las operaciones ocurren en cualquier lugar del mundo donde se acceda a sistemas de computación y de transmisión de datos; y diversificado, debido a la existencia de muchos tipos de criptomonedas y de criptoactivos a disposición de los clientes potenciales.

Este proceso de descentralización y diversificación está produciendo constantes fluctuaciones en su valor de cambio, bien sea con otra criptomoneda, o con una moneda de curso legal. Por ello se han convertido en una estrategia de inversión a corto plazo, más no así a largo plazo, debido sus recientes escenarios de volatilidad en precios. Sin embargo sigue existiendo una alta confianza por parte de los agentes económicos tenedores de criptoactivos, debido a los estándares de seguridad que brinda la tecnología *blockchain*, la cual les permite trascender los límites geográficos operando y gestionado desde cualquier parte del mundo (Draper, 2013)⁶.

El elemento de seguridad de las criptomonedas es lo que respalda el principal atractivo de este mercado cuyos precios aparentemente siguen la llamada “ley de la oferta y la demanda”. Esto puede provocar fuertes subidas pero también grandes caídas. Por ello existen países como Rusia, China e Islandia, que no fomentan su uso, lo que evita llegar al máximo número de personas en el mundo (Laurence, 2017).

Hace apenas unos 15 años atrás, el diseño de medio de pagos creados al margen de los Estados eran un sueño. En ese sentido Yermack (2013) señala que la búsqueda de formas de dinero alternativo como las criptomonedas, surge a raíz de la desaparición del patrón oro en el año 1971, a partir de allí, la mayoría de las economías industrializadas y no industrializadas emiten papel moneda fiduciario, que se basa en la fe pública de que los gobiernos, a través de sus Bancos Centrales no aumentarían la oferta monetaria con demasiada rapidez.

⁶ Todo ello mediante claves de seguridad, con sistemas de seguridad anónima para las personas, cuyos pagos se formalizan de manera instantánea, sin intermediarios, a través del escaneo del código QR de la persona que va realizar el pago e identificar la cantidad deseada, por lo que se puede realizar desde cualquier móvil con conexión a internet; donde los impuestos que incluye cada transacción son mínimos, así como las tasas para enviar dinero al exterior. Sumado ello está la privacidad de la que gozan los usuarios que las poseen y las tranzan, ya que no son públicos sus nombres, al contrario de lo que ocurre con las cuentas y tarjetas de crédito; aunque cabe destacar que todas las transacciones realizadas quedan registradas de forma permanente en el *blockchain* de cada criptodivisa, (Antonopoulos, 2015). Puede decirse entonces, que la principal desventaja es la necesidad de tener internet para acceder a las criptomonedas, caso contrario, no se puede disponer de ellas a través de los wallets y gestionarlo de ningún modo. En ese sentido una de las amenazas de las criptomonedas son las computadoras cuánticas, que aunque todavía no se encuentran en el mercado, representan serios riesgos para este tipo de monedas electrónicas por su capacidad de procesamiento, lo cual amenaza los sistemas que utilizan criptografía como método de seguridad (Norman, 2017). No obstante, para quienes utilizan estas monedas digitales, por su seguridad se hace necesario que realicen una copia de seguridad de sus wallets o monederos digitales, para evitar correr riesgo de perder todo su dinero; en ese sentido es fundamental el buen resguardo tanto de su clave pública y privada; las cuales son garantías con su tecnología *blockchain* de la realización de gran volumen de transacciones digitales con un alto grado de codificación que no poseen las transferencias bancarias comunes, registrando todas las operaciones en una base de datos, las cuales se certifican para que no se puedan duplicar o falsificar.

Desde el punto de vista económico, el surgimiento de las criptomonedas acepta el principio de: “Que un cambio en el ambiente económico estimulará la búsqueda de innovaciones que generen ganancias” (Mishkin, 1995: 232). En este sentido, existen tres tipos básicos de innovaciones financieras: las que responden a cambios en las condiciones de demanda, las que responden a cambios en las condiciones de oferta y las que responden a las circunstancias de evadir las regulaciones gubernamentales.

Del lado de la demanda, las innovaciones comenzaron a aparecer debido a las fluctuaciones en el tipo de interés de las letras de tesoro estadounidense en la década de los años 50, 70 y 80. Todas estas fluctuaciones representaron enormes pérdidas para los mercados de dinero y de capitales. Tres ejemplos de innovaciones financieras asociadas a la demanda, por ejemplo, fueron: las *Adjustable-Rate Mortgages*, los *Financial Future Markets* (con los *future contracts* o los *financial future contracts*) y los *Financial Options Markets* (con las *call* y *put options*). Estas innovaciones generaron mercados tales como: los *Savings & Loans Institutions*, el *Chicago Board of Trade* (CBT) o *Chicago Board Options Exchange* (CBOT).

Por el lado de la oferta, se encuentra el formidable desarrollo de los sistemas de comunicación y los sistemas informáticos. Este desarrollo permitió, por ejemplo, el surgimiento de los procesos de *Securitization* (Mishkin, 1995)⁷. La *Securitization*: “Es el proceso de transformar activos financieros de baja liquidez, tales como hipotecas sobre viviendas, en títulos valores comercializables en los mercados financieros” (Mishkin, 1995). El proceso comenzó en la década de los 70 con la creación de los *Mortgage-backed security* en el mercado de las hipotecas y fue seguida con instrumentos similares en el mercado de los créditos para automóviles (*Certificates of Automobile Receivables* conocido como CAR o el *First Automobile Short Term Bonds and Certificates* o FASTBACs), letras del tesoro (*Treasury Investment Growth Receipts* o TIGRs), los *Certificates of Accrual on Treasury Securities* (CATS). Finalmente, uno de los instrumentos más populares en los mercados financieros fueron los *Collateralized Mortgage Obligations* (CMO en adelante), que son bonos construidos sobre una cartera de hipotecas⁸.

Ahora bien, como el negocio financiero en general está fuertemente regulado por el Estado, esta regulación es una fuente para las innovaciones financieras. En otras palabras, la regulación genera incentivos no para evadir la regulación, sino para trabajar con ella es lo que Kane (1981) denominó como “*Loophole minning*”. Así, las regulaciones detrás de las innovaciones financieras son, por ejemplo: las exigencias de reservas a las instituciones financieras, que imponen un costo para los bancos equivalente al tipo de interés que podían ganar si las reservas se dieran en créditos.

Por otra parte, se encuentran las restricciones sobre intereses pagados sobre los depósitos, mediante el establecimiento de techos tanto para los depósitos como para los créditos. Esta situación en los Estados Unidos; por ejemplo, condujo a un proceso de desintermediación bancaria y el surgimiento de un mayor volumen y tipos de instituciones

⁷ Los desarrollos del lado de la oferta incluyen, por ejemplo: las tarjetas de crédito bancarias, el mercado de los *Junk Bonds*, el surgimiento del mercado de los *Commercial Papers*, la internacionalización de los mercados financieros.

⁸ Con la ayuda de los sistemas de cómputo, las CMO podían dividirse en *tranches* clases. Los primeros tres cortes reciben los intereses de acuerdo a la tasa del cupón sobre el CMO. El primer corte recibe el capital y los prepagos de los colateralizados pool de hipotecas. Después de la primera clase (*tranche*), los pagos del capital los intereses y los prepagos se retiran de manera secuencial. La cuarta clase, llamada *Accrual* o clase Z (bonos de largo plazo) reciben el interés y el principal solamente después que las otras clases han sido liquidadas

financieras no bancarias tales como: las aseguradoras, los fondos de pensión, las compañías financieras (*Sales finance companies*, *Consumer finance companies* o las *Business finance companies*), los Fondos Mutuales, los Fondos Mutuales del mercado de dinero, los Bancos de Inversión, las agencias federales de crédito (*Federal National Mortgage Association* o FNMA, el *Government National Mortgage Association* o GNMA o el *Federal Home Loan Mortgage Company* o FHLMC), los *Farm Credit System*, *The Student Loan Marketing Association (Sallie Mae)*, *Securities Brockers and Dealers* o las *Organized Exchanges* (tales como la *National Association of Securities Dealers Automated Quotation System* o NASDAQ), entre otras instituciones.

La crisis de 2007, denominada de los *Subprime* y de las CMO, produjo un nuevo movimiento en la regulación, acomodándose el sistema en términos de la oferta, surgiendo un nuevo tipo de concepto financiero denominado criptomoneda. Del grupo de las denominadas criptomonedas, el Bitcoin es la más representativa de las monedas digitales minables y su protocolo fue publicado en el 2008 por Satoshi Nakamoto. El 3 de enero de 2009 comienza a funcionar la red P2P de los Bitcoins (Reid & Harrigan, 2013). Mientras que dentro de las monedas digitales no minables se encuentra el Ripple, la cual entra en cotización el 4 de agosto de 2013, la red de pago RippleNet y su token de liquidación utilizado por AMEX hace que sea conocida como la moneda digital de los grandes bancos.

Un activo, desde el punto de vista económico es un objeto en poder de un propietario y que es una reserva de valor. Bienes como bonos, edificios, tierras, fábricas o fincas y otros más se les considera activos. La adquisición, la venta o la retención de cualquier activo estará sujeto, según Markowitz (1952, 1970), Roy (1952), Hicks (1962) o Sharpe (1963), a las siguientes consideraciones: 1) la riqueza que es total de recursos propiedad de un individuo, grupo de ellos o de empresas; 2) los retornos esperados o el rédito que el activo pudiese generar con relación a otros activos; 3) el riesgo o el grado de incertidumbre asociada con el retorno esperado de un activo con relación a otros activos; y 4) la liquidez del activo o la capacidad de convertirse fácilmente en efectivo al menor descuento posible con relación a activos alternativos.

En el caso específico de los retornos esperados, un activo será más deseado que otro debido a, por lo menos, dos factores: cuando el retorno esperado del activo A crece frente al retorno esperado en el activo alternativo, que permanece constante; y cuando el retorno del activo alternativo cae frente al retorno esperado en el activo A. de manera más general, el retorno esperado es equivalente a la sumatoria ponderada de cada posible retorno realizado multiplicado por la probabilidad de ocurrencia:

$$RET^e = \sum_{i=1}^n P_i \cdot RET_i$$

Donde:

RET^e: es el retorno esperado

P_i: la probabilidad de realización del RET_i

RET_i: el retorno realizado

Cuando, por ejemplo, un individuo, empresa o fondo de pensión adquieren un activo son acreedores a una serie de rendimientos probables hasta el momento que vende o termine la vida útil del activo adquirido. Esos rendimientos son una serie de anualidades RET^1 , RET^2 , ..., RET^n que es el rendimiento probable de la inversión (Keynes, 1981). En este sentido Keynes (1981) diferencia entre el precio de oferta del activo (el precio que exactamente haría que el poseedor del activo adquiriera una nueva unidad adicional) y el rendimiento probable (precio de demanda). El primero es el conjunto de rendimientos previstos descontados por la eficiencia marginal del capital y el segundo la sumatoria de los rendimientos previstos descontados al tipo de interés⁹.

En este sentido, el precio de oferta será el siguiente:

$$\text{Precio de Oferta} = \sum_{i=1}^n \frac{RET_i}{(1 + emc)}$$

Donde emc es la eficiencia marginal del capital o el tipo de interés que igualaría el precio de oferta con los rendimientos esperados descontados a valor presente. Por otra parte, el precio de demanda sería expresado así:

$$\text{Precio de demanda} = \sum_{i=1}^n \frac{RET_i}{(1 + i)}$$

Donde “ i ” es el tipo de interés de mercado e indica el rendimiento futuro esperado descontados al tipo de interés y constituye su verdadero valor presente, lo que vale el activo en el mercado. De esta manera si el precio de demanda crece es debido a que el tipo de interés de mercado cae. Cuando el tipo de interés es menor que el tipo de la eficiencia marginal del capital, será adecuado adquirir el activo.

Desde el punto de vista de las criptomonedas, si el tipo de interés en el mercado es mayor que la eficiencia marginal del capital asociado a las criptomonedas, entonces será lucrativo dedicar dinero para su adquisición, ya que el rendimiento esperado será mayor que su precio de oferta.

De esta manera, los rendimientos previstos del capital invertido, los cuales en el caso del mercado de las criptomonedas dependerán de sus expectativas de rendimientos previstos¹⁰ y no por los rendimientos efectivos. Los rendimientos previstos serán una expresión de la productividad marginal de la inversión realizada en este caso en criptomonedas, que Blanchard *et al* (2006) consiste en la variación de la rentabilidad obtenida sobre cada unidad adicional de capital invertido respecto a la inversión.

⁹ Aunque Keynes (1981) empleó la eficiencia marginal del capital para dar cuenta de activos de capital, consideramos que es aplicable a cualquier tipo de activo del cual se espera rendimientos esperados en el tiempo.

¹⁰ Estas expectativas pueden ser de corto plazo y de largo plazo. Las primeras tienen cierto grado de estabilidad, por cuanto los resultados obtenidos en el pasado reciente son una orientación para el futuro próximo. Las de largo plazo son más inestables, ya que no dependen del pasado inmediato y dependen de muchos factores de carácter sistemático. Los agentes económicos, se enfrentan con básicamente con dos fuerzas opuestas: el ser adverso al riesgo y la necesidad de sobrevivir con ganancias. Esas fuerzas están representadas por el espíritu de empresa y la especulación (Keynes, 1981: 144). La primera hace referencia a la previsión de los rendimientos probables de los bienes por todo el tiempo que duren y la especulación es la actividad de prever la psicología del mercado. Las previsiones a largo plazo son originadas más en las previsiones de los especuladores. Estas previsiones, a su vez, se sustentan en opiniones convencionales predominantes.

En ese sentido la productividad marginal del capital puede ser creciente pues con un incremento de una unidad en el factor capital aumentará más que proporcionalmente su rendimiento. Si el crecimiento porcentual del factor capital fuese superior al de su rendimiento por cada unidad adicional invertida, la productividad marginal se consideraría decreciente, según Samuelson & Nordhaus (2006), tal como se muestra en la figura 1 de las criptomonedas Bitcoin y Ripple en los últimos 3 años.

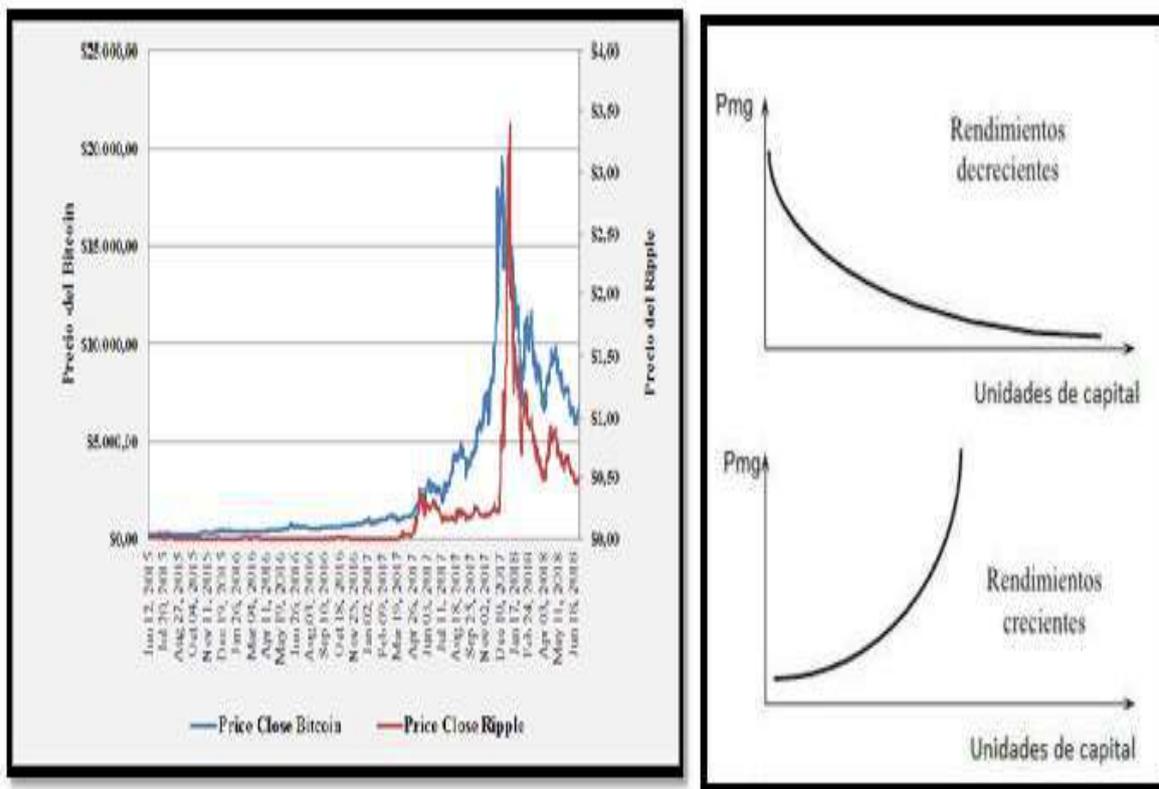


Figura 1. Cotización de las criptomonedas Bitcoin y Ripple 2015-2018
Fuentes: www.coinmarketcap

En la figura 1, puede observarse como ambas criptomonedas analizadas muestran una productividad marginal creciente desde junio de 2015 hasta diciembre de 2017, donde alcanzaron su máximo nivel de precios, para luego desplomarse en sus precios durante el primer semestre del año 2018, exhibiendo una productividad marginal decreciente. Todo ello viene dado la tasa de crecimiento de los precios, la cual estimaremos matemáticamente para el caso del presente estudio con su función total y su derivada, tomado en cuenta las cotizaciones de los últimos 36 meses.

Todo lo antes planteado esta también fundamentado en la ley de los rendimientos marginales decrecientes, la cual según Samuelson & Nordhaus (2006), es la disminución del incremento marginal del capital a medida que se aumenta la inversión en este caso en la compra de cryptoactivos o equipos de minado, y se aumenta la cantidad de Bitcoins o Ripples en circulación su precio tiende a disminuir al igual que su capitalización en el mercado y el volumen de comercio realizado en la compra y venta de cryptoactivos.

Este fenómeno también pudiera explicarse a través de la ley de utilidad marginal decreciente, según la cual el consumo de un bien proporciona menor utilidad adicional cuanto más se consume, manteniendo el consumo de los otros bienes constantes. Por lo que se produce la valoración decreciente del bien a medida que se consume una nueva unidad de este bien (Huerta de Soto, 2004). Comprar un criptoactivo adicional luego de satisfecha una necesidad, representa para el agente económico una utilidad inferior a la que representaba ese mismo bien cuando su demanda no estaba satisfecha.

Método.

El presente estudio utiliza métodos cuantitativos y estadísticos, basándose en fenómenos observables susceptibles de medición y análisis matemáticos Guerrero & Guerrero (2014). Además, la investigación es analítica porque tienen como objetivo analizar un evento y comprenderlo en términos de sus aspectos menos evidentes. También, es una investigación exploratoria, porque el estudio permite hacer una aproximación a un fenómeno desconocido con el fin de aumentar el grado de conocimiento sobre el mismo, y aportar nuevas ideas sobre la evolución sobre el fenómeno objeto de exploración (Hernández *et al*, 2014).

Finalmente, el estudio es descriptivo porque detalla situaciones y eventos de cómo se manifiesta el objeto de investigación, en aras de especificar características importantes de sus parte componentes para medir su evolución (Bernal, 2006). En el trabajo se emplearon fuentes secundarias de datos, mediante las cotizaciones diarias de la capitalización del mercado, el precio de cierre de las criptomonedas y el volumen de transacciones comerciales, en las páginas web www.coinmarketcap.com, www.blockchain.com/es/charts y <https://es.investing.com/crypto/ripple/markets>, con datos de los tres últimos años, específicamente en el período 12/06/2015 al 07/07/2018.

Resultados y Discusión.

En los resultados del presente estudio se manejan tres variables: la capitalización del mercado, el precio de cierre de las criptomonedas y el volumen de transacciones comerciales bien sea para el pago de bienes y servicios con criptomonedas o para el cambio por dinero convencional, tanto en la minada el Bitcoin, como en la no minada el Ripple, en aras de determinar su relación y evolución. Siendo la capitalización del mercado según Pérez (2011), el valor que tiene una compañía en el mercado de valores, en el caso de la criptomonedas sería el valor total de la inversión realizada en determinadas monedas digitales emitidas en el mercado de criptoactivos, su cálculo es muy sencillo, el cual consistiría en multiplicar el precio actual de una acción (precio de cierre diario de la moneda digital) por el número de títulos en circulación de la empresa (cantidad de monedas emitidas).

La capitalización del mercado de acuerdo con Ramirez (2007), presenta una fluctuación constante, debido a que el precio de cotización sufre variaciones a lo largo del periodo que el mercado está abierto, por tanto la capitalización bursátil varía en función del precio de cotización. Por ello la capitalización del mercado es uno de los criterios fundamentales a la hora de construir índices bursátiles que se ponderan por capitalización en función de la capitalización total del mercado.



Figura 2. Capitalización total del mercado de la criptomonedas
Fuente: www.coinmarketcap.com

En la figura 2, puede observarse como la criptomoneda Bitcoin ha perdido participación en el mercado de las criptomonedas, pasando del 86,25% de la capitalización total en junio-2015 a 42,22% en Julio-2018, a pesar de que valor total de capitalización se ha incrementado en el periodo de 3387,73%. Mientras que el Ripple ha mantenido su participación un leve crecimiento pasando de 6,71% en junio de 2015 a 6,94% en julio de 2018; ello debido principalmente al bajo precio de dicha criptomoneda, en contraposición al Bitcoin cuyo precio mantiene un promedio mucho más elevado de precios.

No obstante, dichas criptomonedas muestran una evolución muy similar de como la variación del precio de cotización se trasmite a su capitalización en el mercado con un rezago intertemporal de 24 horas con respecto al precio de cierre como se muestra a continuación en los gráficos, 2, 3,4, y 5; donde se observa una mayor volatilidad en las monedas digitales no minadas que en las minadas, sobre todo en el último año del lapso estudiado.

En el caso del Bitcoin con un crecimiento promedio del precio diario del 0,38% y del precio en el periodo estudiado de 2882,53%; en cuanto a la capitalización del mercado un aumento promedio del valor diario del 0,38% y de capitalización en el periodo estudiado del 3387,73%. Mientras en el caso del Ripple con un incremento promedio del precio diario del 0,69% y de dicho indicador en el periodo estudiado de 6012,41%; en cuanto a la capitalización del mercado un aumento promedio del valor diario del 0,71% y de capitalización en el periodo estudiado del 7223,71%.

Lo antes descrito se debe fundamental al crecimiento superlativo de la inversión en el mercado de las criptomonedas entre los dos últimos trimestres de 2017 y el primer

trimestre de 2018, con el ingreso de nuevas criptomonedas al mercado y las bifurcaciones de las ya existentes o fork de blockchain, el cual consiste en la separación de cadenas blockchain, a partir de un código fuente principal de una criptomoneda existente, convirtiéndose en un nuevo proyecto de creación de una nueva cadena de bloques blockchain (nueva criptomoneda) a partir de una cadena principal, todo con la finalidad de captar más mercado con un precio mucho menor al de la moneda digital bifurcada previamente cuyo precio ha alcanzado valores muy altos restringiendo con ello la posibilidad a pequeños o noveles inversores de criptoactivos, el ejemplo más evidente son Bitcoin cash, Bitcoin Gold que son bifurcaciones de Bitcoin.

Lo cual lleva a corroborar la hipótesis de que el aumento del capital necesario a invertir para adquirir criptomonedas, restringe su demanda incidiendo negativamente en su participación en el mercado y finalmente en sus precios, provocando que quienes hayan invertido previamente vean que la eficiencia marginal del capital invertido sea cada vez menor (decreciente) y por ende su productividad o utilidad marginal. En razón de ello surge la estrategia entonces de bifurcar la moneda digital principal para no dejar de captar nuevos inversores y disminuir la presión sobre el nivel de demanda.

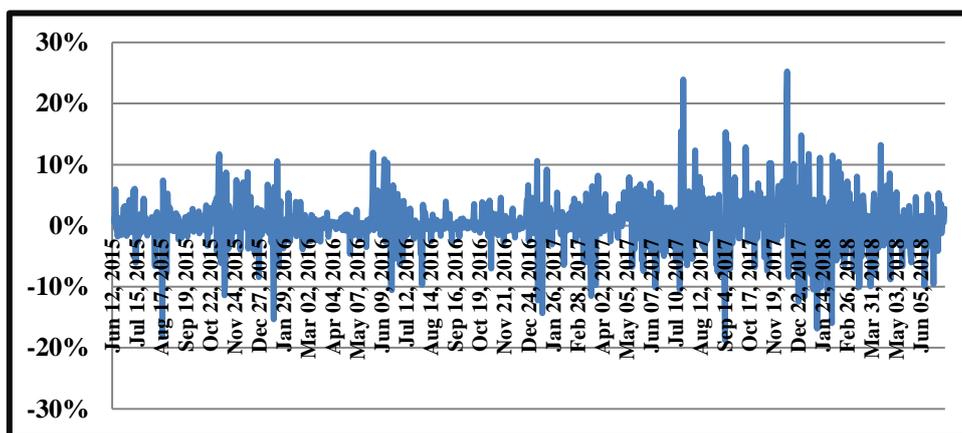


Figura 3. Variación del precio de cierre diario del Bitcoin
Fuente: Elaboración propia en base a datos de coinmarketcap.com

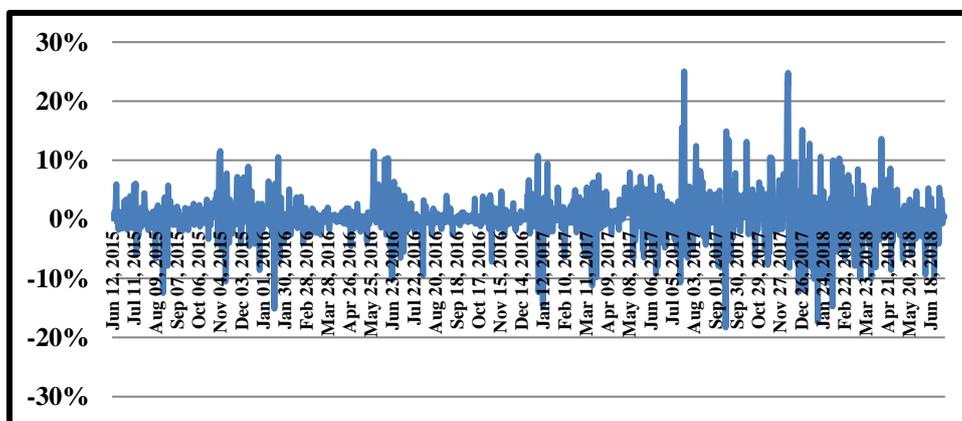


Figura 4.: Variación de la capitalización del mercado diario del Bitcoin
Fuente: Elaboración propia en base a datos de coinmarketcap.com

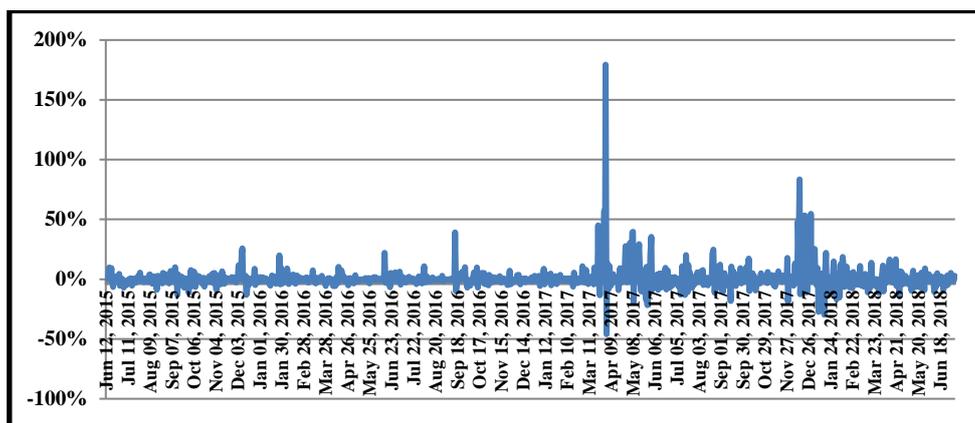


Figura 5. Variación del precio de cierre diario del Ripple
Fuente: Elaboración propia en base a datos de coinmarketcap.com

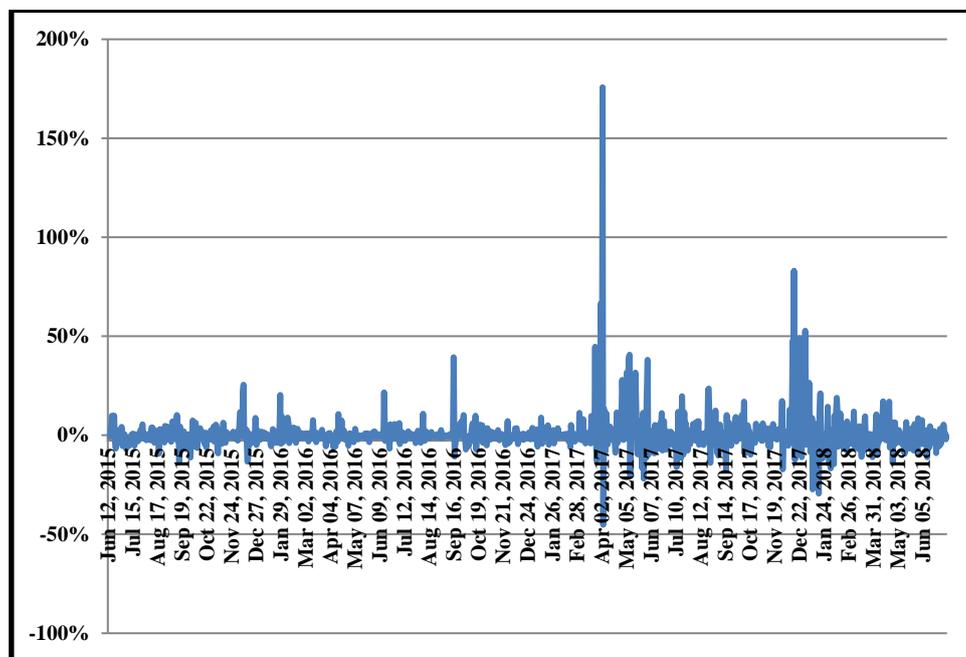


Figura 6. Variación de la capitalización del mercado diario del Ripple
Fuente: Elaboración propia en base a datos de coinmarketcap.com

Como se señaló anteriormente, la capitalización en el mercado de una empresa se obtiene multiplicando el precio de sus acciones por el número de ellas, en el caso de la criptomonedas minadas y no minadas sujetas a estudio se cuenta con el valor de su capitalización de mercado y precio de cierre diarios; por ello al dividir la primera entre la segunda se obtendría una aproximación racional al número de criptomonedas emitidas (indicador bursátil) desde el punto de vista de la racionalidad bursátil de los mercados financieros; para posteriormente medir su variación porcentual diaria (índice bursátil), con respecto a la variación porcentual diaria del precio de cierre y la capitalización del mercado, en aras de constatar su evolución, como se muestra en figuras 7 y 8.

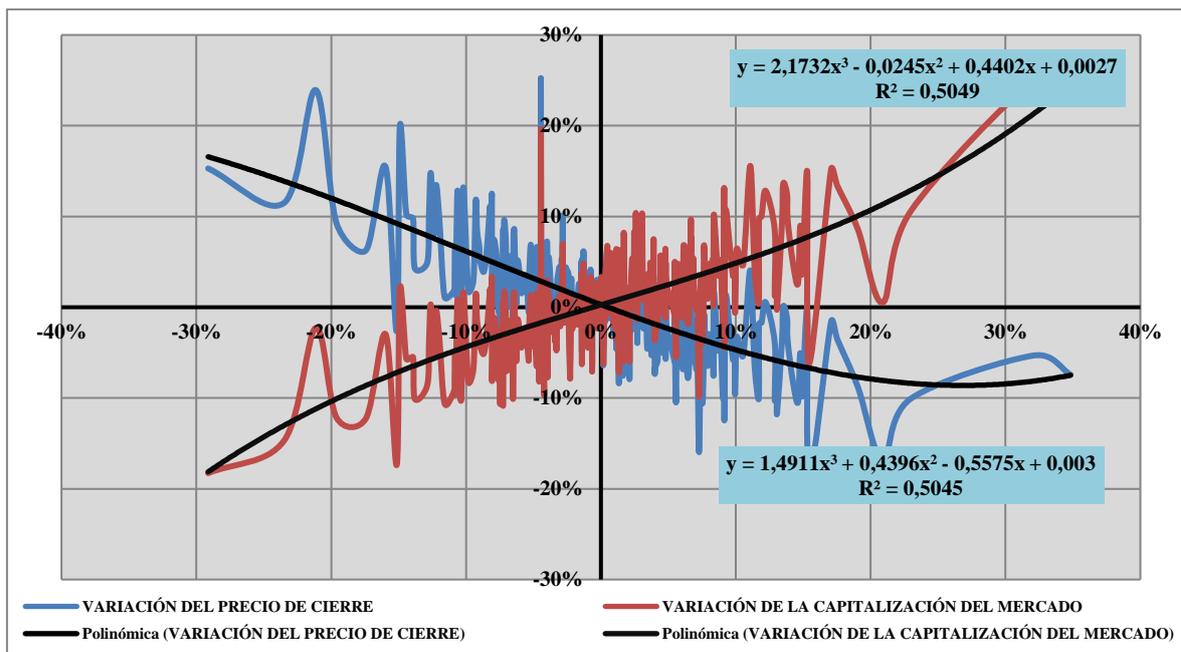


Figura 7.: Variación del indicador bursátil (índice bursátil) respecto al precio de cierre y la capitalización del mercado del Bitcoin

Fuente: Elaboración propia en base a datos de coinmarketcap.com

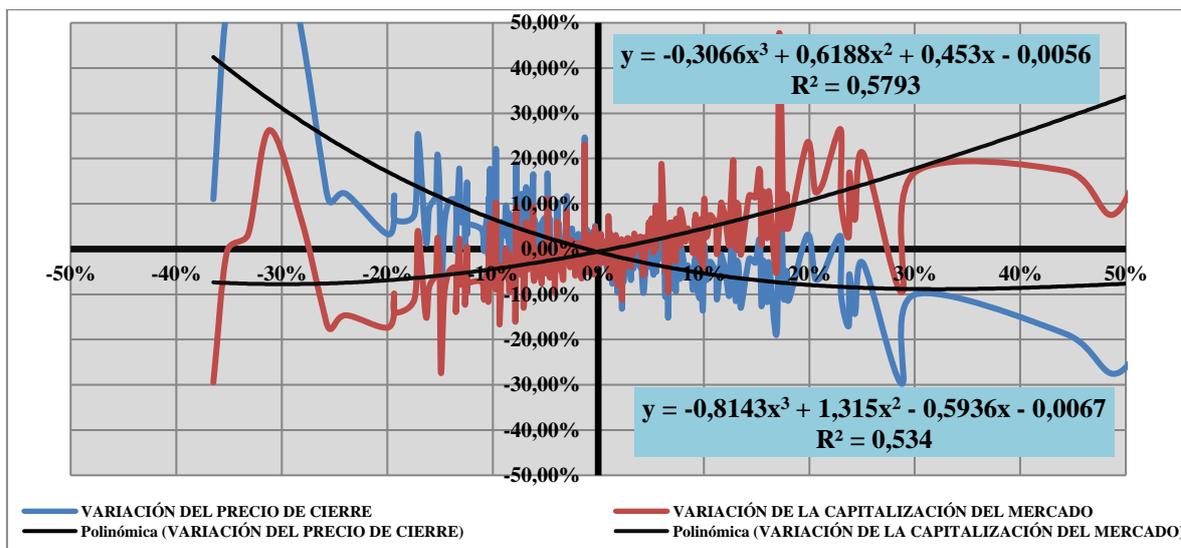


Figura 8. Variación del indicador bursátil (índice bursátil) respecto al precio de cierre y la capitalización del mercado del Ripple.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de coinmarketcap.com

En las figuras 7 y 8, se observa como la variaciones de la capitalización del mercador respecto al índice bursátil muestran una curva ascendente, mientras que respecto al precio de cierre una curva descendente, es decir a un incremento del índice bursátil, se tiene una variación positiva de la capitalización del mercado y una variación negativa respecto al precio de cierre; mientras ante una disminución del índice bursátil, se tiene un incremento del precio de cierra y una disminución del precio del mercado.

Por ello para mantener un equilibrio entre la variación del precio de cierre y la capitalización del mercado la misma red hace un ajuste cada 24 horas del incrementando o no la capitalización del mercado en función de la variación del precio de cierre del día anterior. Por ello un aumento del indicador bursátil (capitalización/precio) se traducirá en una disminución de la tasa de rendimiento de la inversión vía precios más bajos, y con ello una menor eficiencia marginal del capital invertido en criptomonedas, ello sin duda alguna coadyuva a contrarrestar los ataques especulativos del mercado.

Finalmente las figuras 9 y 10, se proyectan ambas curvas mostradas en las figuras 7 y 8; es decir, la curva ascendente como variable independiente y la curva descendente como variable dependiente en aras de determinar como la variación de la capitalización respecto al índice bursátil, se comporta respecto a la variación del precio de cierre respecto al índice bursátil, lo cual deja entre ver otro elemento probatorio de la ley de los rendimientos marginales decrecientes, como parte componente para evaluar la eficiencia marginal del capital; es decir un aumento de la criptomonedas sin un crecimiento correspondiente del nivel de capitalización en el mercado, provocara una disminución del precio de los cryptoactivos.

De acuerdo a las criptomonedas analizadas en el presente estudio, en las figuras 8 y 9, se muestra que en el caso del Bitcoin su precio de cierre, puede incrementarse más de un 15% si la capitalización del mercado se contrae entre un 20% y un 15% o disminuir hasta un 10%, si este aumenta entre un 10% y 20%; mientras en el caso del Ripple este podría crecer hasta un 40% y disminuir hasta un 10% si la capitalización del mercado se contrae entre un 10% y un 5% o disminuir hasta un 10%, si este aumenta entre un 10% y 20%; lo cual es totalmente concordante con la teoría de la ley de los rendimientos marginales decrecientes, antes señalada.

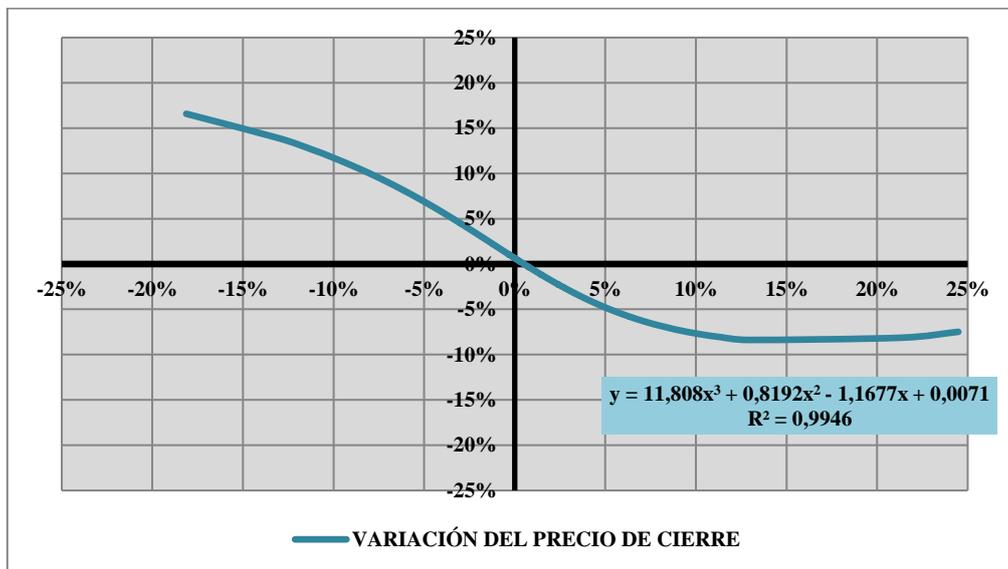


Figura 9. Variación del precio de cierre respecto a la variación de la capitalización del mercado en el Bitcoin

Fuente: Elaboración propia en base a datos de coinmarketcap.com

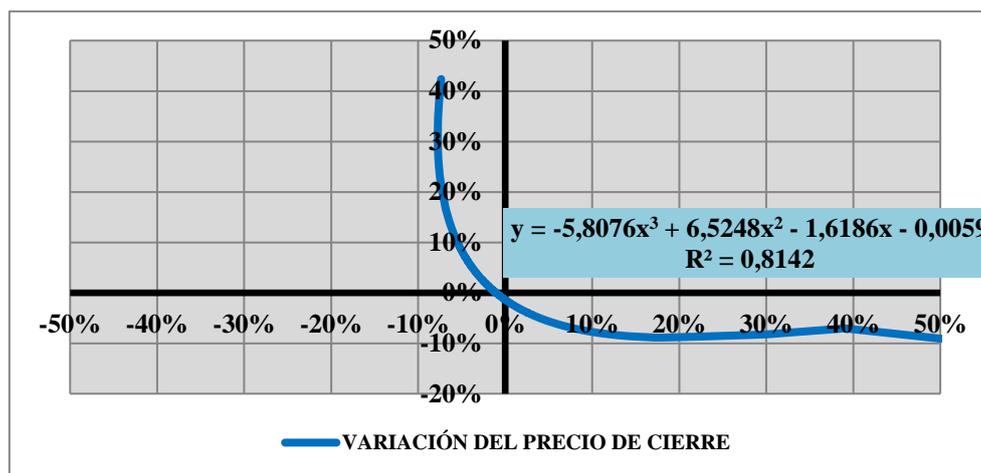


Figura 10. Variación del precio de cierre respecto a la variación de la capitalización del mercado en el Ripple

Fuente: Elaboración propia en base a datos de coinmarketcap.com

Conclusiones.

- Luego de haber analizado las dos criptomonedas minadas y nominadas de mayor cotización en el mercado de los criptoactivos, puede concluirse que las mismas se ajustan a los preceptos de la que contemplan la eficiencia marginal del capital en lo referente a la ley de los rendimientos marginales decrecientes y la productividad marginal del capital. Sumado a ello se evidencia el ajuste diario con un rezago de 24 horas que se realiza de la capitalización en el mercado de las criptomonedas con respecto al precio de cierre. Como existe una variación inversa de la capitalización en el mercado con respecto a la variación de precio de cierre en ese período de rezago intertemporal.
- En el estudio se pudo constatar en el caso del Bitcoin el crecimiento exponencial de su precio en el mercado al superar en la primera quincena de octubre de 2017 la banda de resistencia de los \$5.000 y alcanzar un máximo valor de \$19.497,40 a mediados diciembre de 2017, para luego comenzar una caída o evolución con pendiente negativa de su precio de cierre hasta finales de junio de 2018 llegando a su cotización más baja de \$5.903,44 para luego comenzar a crecer nuevamente, por lo que puede afirmarse que en el segundo trimestre de 2018, el precio de cierre del Bitcoin ha presentado como banda de soporte los \$5.000 y como banda de resistencia los \$10.000; esto hace proyectar en el mejor de los casos un nuevo auge de crecimiento de precios en el último trimestre del año, o una estabilidad de precios en lo que resta del año 2018.
- En tanto que el Ripple tuvo un crecimiento exponencial del nivel de precio de cierre del mercado a mediados de diciembre de 2017, superando la banda de resistencia de los 40 centavos de dólar, hasta al alcanzar su tope de precio a inicios de enero de 2018 de \$3,38 posteriormente producirse una caída o evolución con pendiente negativa de su precio de cierre hasta finales de junio de 2018 llegando a su cotización más baja de 45 centavos de dólar para luego comenzar a crecer nuevamente, por lo que se puede aseverar que en el segundo trimestre de 2018, el precio de cierre del Ripple ha presentado como banda de soporte los 40 centavos

de dólar y como banda de resistencia \$1; lo que hace proyectar en el mejor de los casos un nuevo auge de crecimiento de precios en el último trimestre del año, o una estabilidad de precios en lo que resta del año 2018.

Referencias Bibliográficas.

Guerrero, G., & Guerrero, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Grupo Editorial Patria.

Konkin, S. (1983). *New Libertarian Manifesto*. Los Angeles: Koman Publishing.

Laurence, T. (2017). *Blockchain For Dummies*. New York: Wiley-Blackwell.

Antonopoulos, A. (2015). *Mastering Bitcoin: Unlocking Digital Cryptocurrencies*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.

Draper, J. (2013). Is bitcoin the future of money? The Straight Dope.

Gaviria, F. (2006). *Moneda, Banca y Teoría Monetaria*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá.

Guttman, B. (2014). *The Bitcoin Bible Gold Edition: All you need to know about bitcoins and more*. BoD—Books on Demand.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Educación.

Hicks, J. (1962). Liquidity. *Economic Journal*, 787-802.

Huerta de Soto, J. (2004). *Estudios de economía política*. Madrid: Unión editorial.

Kane, E. (1981). Accelerating Inflation, Technological Innovation, and the Decreasing Effectiveness of Bank Regulation. *Journal of Finance*, 36, 355-367.

Keynes, J. (2014). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. México: Fondo de Cultura Económica.

Krugman, P. (2013, Abril 19). La red antisocial de los bitcoins. *El País*.

Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *The journal of finance*, 7(1), 77-91.

Markowitz, H. (1970). *Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments (New York, 1959)*. New York: JOHN WILEY & SONS, INC.

Mishkin, F. (2008). *The economics of money, banking and financial markets*. Toronto: Pearson Canada.

- Norman, A. (2017). *Mastering Bitcoin for Starters: Bitcoin and Cryptocurrency Technologies, Mining, Investing and Trading*. Create Space Independent Publishing Platform.
- Pérez, R. (2011). *Teoría y práctica de la bolsa: Todo lo que debe saber el inversor sobre los mercados financieros*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Ramirez , E. (2007). *Moneda, Banca y Mercados Financieros: Instituciones e Instrumentos en Países en Desarrollo*. México: Pearson Educación.
- Reid, F., & Harrigan, M. (2013). An analysis of anonymity in the bitcoin system. In *Security and privacy in social networks* . Springer,, 197-223.
- Rogojanu, A., & Badea, L. (2014). The issue of competing currencies. *Theoretical & Applied Economics*, 22(2).
- Roy, A. (1952). Safety first and the holding of assets. *Econometrica*, 20 (3), 431-449.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2006). *Microeconomía*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Sharpe, W. (1963). Simplified Model for Portfolio Analysis. . *Management Science*. Volume 9, Nº. 2 (January), : 277-293. .
- Yermack, D. (2013). Is Bitcoin a Real Currency? An economic appraisal. *National Bureau of Economic Research*.

Para citar el artículo indexado.

Urdaneta A., Borgucci E., Campuzano J. & Avilés P. (2019). Hechos estilizados del mercado de criptomonedas desde el enfoque de la eficiencia marginal del capital. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 228-244. Recuperado desde: <http://visionariodigital.org>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 22-02-2019 / Aceptado: 22-03-2019 / Publicado: 05-04-2019

Valor Agregado y Nivel Competitividad de las pymes en el Cantón Machala, Ecuador.

Value Added and Competitiveness Level of Pymes in the Machala, Ecuador

Armando Urdaneta.¹, Andreina Inés González Ordóñez.², Laura Rosa Luciani Toro³. & Emmanuel Borgucci.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.422>

Resumen.

El artículo tiene como objetivo determinar la relación entre el valor agregado y nivel competitividad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el cantón Machala, Provincia de El Oro. Para ello se consideraron los indicadores de fortalezas y debilidades: planificación, calidad, recurso humano, gestión ambiental, comercialización, administración, contabilidad y finanzas; todos ellos, esbozados en el mapa de competitividad del BID. Se realizó una investigación descriptiva y transeccional, cuya muestra fue de 217 pymes de una población de 1406 de los sectores comercio, servicio y agropecuario del cantón Machala. Los resultados evidencian que el cantón Machala debe continuar profundizando su proceso de diversificación económica y aumento de su participación en la economía regional mediante un crecimiento sostenido a los efectos de aprovechar sus potencialidades humanas y materiales. En consecuencia, es necesario que los números de Pymes sigan creciendo y sobre todo mejoren sus procesos de trabajo en lo atinente al manejo de la gestión ambiental, la gestión del recurso desarrollo de una planificación estratégica que les permita responder a un plan estratégico.

Palabras clave: Valor Agregado, Competitividad, Pymes

Abstract

This article aims to determine the relationship between the added value and competitiveness level of small and medium enterprises (SMEs) in the Machala Canton,

¹ Universidad Metropolitana, Machala, Ecuador, aurdaneta@umet.edu.ec

² Universidad Metropolitana, Machala, Ecuador, aigonzalez@umet.edu.ec

³ Universidad Metropolitana, Machala, Ecuador, lluciani@umet.edu.ec

⁴ Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela, emmanuelborgucci@gmail.com

El Oro province. For this, indicators of strengths and weaknesses were considered: planning, quality, resource human, environmental management, marketing, administration, accounting and finance; all of them, outlined in the competitiveness map of the IDB. A descriptive and transactional investigation was carried out, whose sample was of 217 SMEs from a population of 1406 from commerce, service and agricultural sectors of the Machala Canton. The results show that the Machala Canton must continue to deepen its process of economic diversification and increase its participation in the regional economy through sustained growth in order to take advantage of its human and material potential. Consequently, it is necessary that the number of SMEs continue to grow and, above all, improve their work processes in relation to the management of environmental management, resource management, development of a strategic planning that allows them to respond to a strategic plan.

Key words: Added Value, Competitiveness, SMEs.

Introducción.

Las empresas de la Provincia de El Oro representan el 5,1% del total de empresas del Ecuador, del total de 41.643 empresas, el 99,7% corresponde a pymes, de este porcentaje, 89,5% corresponde a microempresas, el 8,4% a pequeñas empresas y el 1,8% a medianas empresas (INEC, 2015). Asimismo, la actividad productiva de la provincia se concentra (65%) en tres cantones: Machala (45%), Pasaje (10%) y Santa Rosa (10%), de los catorce que posee la provincia. En la mayoría de los cantones los sectores comercio, servicios y agroindustria son los más importantes. En este sentido, en la provincia el 41% de las empresas está dedicado al comercio, el 34% se dedica al sector servicios y el 15% lo conforma la agroindustria.

Es importante el estudio de la pyme en el Ecuador, tal como lo indican Bermejo & Saavedra (2018) debido a su destacada participación en el desarrollo económico del país, siendo por ello primordial fortalecer este sector, porque muchas empresas muestran un sistema productivo, administrativo, financiero y tecnológico primitivo lo que afecta principalmente a su competitividad, según los referidos autores. Por otra parte, destacan los autores, resulta preocupante ver la velocidad con la que aparecen o desaparecen posiblemente por la poca capacidad de respuesta a las realidades cambiantes de tipo económico, político, social y cultural que se suceden en un mundo tan globalizado como en el que hoy se encuentra inmerso.

Como resultado de la ejecución del proyecto de investigación titulado Propuestas de mejoras para la competitividad interna empresarial de las pymes de la provincia de El Oro, el cual es desarrollado por la carrera de Gestión Empresarial de la UMET, sede Machala, se presenta el siguiente artículo que tiene como objetivo determinar la relación entre el valor agregado y nivel competitividad de las Pymes en el cantón Machala; en aras de analizar cómo aquellas economías cantonales, como la sujeto a estudio, donde hay una mayor presencia pequeñas y medianas empresas, sus expectativas de crecimiento económico a largo plazo son mucho más factibles que a nivel nacional donde hay una menor presencia de Pymes, por lo que su participación en el valor agregado cantonal total, muestra una tendencia creciente.

No obstante, se hace necesario considerar una serie de indicadores concebidos en la metodología del mapa de competitividad del BID, como planificación, calidad, recurso humano, gestión ambiental, comercialización, administración, contabilidad y finanzas que permitan medir las fortalezas y debilidades internas de las pymes con la finalidad de mejorar las áreas de las mismas que puedan estar afectando su nivel de competitividad.

Desarrollo.

Al relacionar las pequeñas y medianas empresas y el desarrollo económico, para Gallino (2003), no existe una significativa influencia de la pequeña y mediana empresa en el desarrollo de la estructura productiva de Italia. Al contrario, el autor subraya el hecho de que es la gran empresa la que sabe aprovechar los recursos humanos y tecnológicos para realizar grandes innovaciones. Esto último gracias a una intensa actividad de investigación, que requieren ingente cantidad de recursos. Por su parte Onida (2004), sostiene que existe una relación indisoluble entre la innovación y la investigación científica. Lo curioso es que la demanda de innovaciones proviene principalmente de pequeñas empresas que desarrollan sus productos y procesos in house. Este autor dice que existen países en que este proceso no se presenta de manera extendida y es el estado quien realiza la demanda de innovaciones, lo que se traduce en un aumento de las importaciones de tecnología. Estos puntos de vista son compartidos por Nardozi (2004), Rossi (2006) y Alesina e Giavazzi (2006).

Dentro de la llamada hipótesis de las pequeñas y medianas empresas como un valor y recurso distintivo, Ghiringhelli y Pero (2010), destacan la capacidad de las empresas de este tipo para sortear coyunturas económicas desfavorables, así como afrontar grandes transformaciones de manera creativa. Por otra parte, al menos para el caso de Italia, la pequeña y mediana empresa ha contribuido a la expansión de la fuerza de trabajo (Preti y Puricelli, 2007). Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas necesitan para su desarrollo el concurso o las relaciones estables con las grandes corporaciones industriales (De Rita, 2006). Es decir, surge la llamada hipótesis de la complementariedad entre las pequeñas y medianas empresas y las grandes empresas (L'ipotesi della complementarietà tra PMI e grandi imprese).

Para los efectos del presente estudio, se consideraron una serie de trabajos de investigación previos, como el desarrollado por Astudillo y Briozzo (2016) titulado Innovación en las pymes manufactureras de Ecuador y Argentina el cual analiza las características de las micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras de países incluidos en la base de datos de Enterprise Survey del año 2010 del Banco Mundial. Este trabajo muestra que las empresas manufactureras argentinas son más propensas a innovar en productos y procesos respecto a las del Ecuador. Aunque actividades de innovación como el gasto en investigación y desarrollo sobre ventas, registro de patentes y apoyo del sector público presentan semejanzas entre ambos países.

En el caso de Ecuador, el análisis evidencia una menor propensión a innovar en el producto y en el proceso comparado con Argentina, debido a los obstáculos que los

empresarios encuentran por la falta de políticas públicas. Al respecto, Zamora y Villamar (2011) señalan en su análisis sobre las pymes manufactureras en Quito-Ecuador que no realizan actividades de innovación por las limitaciones del orden económico, falta de incentivos fiscales para desarrollar ciencia y tecnología, así como la falta de información para acceder a programas de fomento, servicios y centros de desarrollo sobre innovación, limitaciones de la capacidad tecnológica, entre otros.

Asimismo, Yance et al. (2017), en su investigación titulada “La importancia de las Pymes en el Ecuador” señalan que en la actualidad las Pymes representan la mayor fuerza económica del país. La globalización y los rápidos cambios en la tecnología, imponen enormes retos a las empresas para crecer y afrontar con éxito los nuevos desafíos y asegurar su permanencia en los mercados. Las Pymes según Yance et al. (2017) se caracterizan por ser administrada por una persona natural o jurídica y que realizan algún tipo de actividad dentro del sistema productivo del país, que comercializan bienes o servicios.

Según la Ley de Compañías mediante el artículo 428, en Ecuador, se establece que las Pymes pueden ser asociaciones de formalidades. Y a su vez exige que todas estas unidades de negocio deben cumplir con lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno y RUC”. (Superintendencia de Compañías, 2012)”

En ese orden de ideas las Pymes se pueden clasificar en:

Tabla 1 Clasificación de las empresas según su tamaño

Tipo de empresa	Personal ocupado	Valor Bruto de las ventas anuales (US\$)
Microempresa	1 a 9	≤100.000
Pequeña empresa	10 a 49	100.001 – 1.000.000
Mediana empresa (A)	50 a 99	1.000.0001 – 2.000.000
Mediana empresa (B)	100 a 199	2.000.001 – 5.000.000
Grande empresa	Más de 200	Más de 5.000.000

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2014).

Entre los aportes resaltantes, aunado a lo ya referido, es que las Pymes representan 44% del total de las empresas establecidas, significando 84,3% de los establecimientos, 37,7% del personal ocupado y 13% de las aportaciones al PIB, según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2014); de las cuales 63,16% pertenecen al sector servicios, 25,39% a la actividad comercial, 5,42% al ramo de manufactura, 5,31% al sector agrícola y 0,72% a la explotación minera, todo ello según cifras de la Superintendencia de Compañías (2012).

Ante el escenario descrito, para las Pymes en el Ecuador resulta sumamente importante elevar sus niveles de competitividad. En ese sentido, Saavedra (2012), en su trabajo, una

propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana establece como objetivo, proponer una metodología que permita determinar el nivel de competitividad de las pymes, identificando por áreas el nivel en que se encuentra la misma, considerando criterios tanto internos como externos; Siguiendo la metodología de mapas de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual incluye factores tales como: Planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información, y complementada con indicadores externos basados en el enfoque de competitividad sistémica.

Dicha investigación concluye la conveniencia de manejar la competitividad empresarial considerando los aspectos del entorno que afecta a la organización. Por lo cual la propuesta metodológica para la determinación de la competitividad empresarial que considera tanto los factores internos de la pyme, utilizando el mapa del BID, como sus factores externos, utilizando el enfoque de Competitividad Sistémica de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y El Caribe) es de alta pertinencia.

Asimismo, se tomaron un conjunto de teorías fundamentales para sustentar las variables de investigación; las cuales fueron estudiadas tomando en consideración el objetivo general del Proyecto para el fomento de las MIPYMES Ecuatorianas elaborado por la secretaría de MIPYMES y Artesanías a través del Ministerio de Industrias y Productividad en febrero de 2013; el cual plantea Mejorar la productividad y competitividad de micro, pequeñas y medianas empresas de forma individual o asociadas, para que sus productos accedan a los mercados nacionales e internacionales.

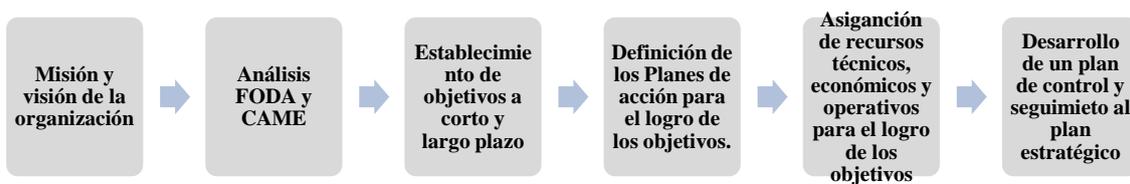
Este objetivo se desarrolla a través de un conjunto de objetivos específicos que resultan también de alta pertinencia para la presente investigación, como es el de implementar programas de mejoramiento en gestión empresarial y en los procesos de producción para el incremento en la productividad de las MIPYMES y fortalecer los mecanismos en la cadena de valor. Entendiendo la cadena de valor según Sánchez (2008, pág. 34) como la herramienta principal de análisis estratégico de costos de un negocio; mediante la identificación de las actividades, funciones y procesos de trabajo que se ejecutan durante el diseño de la producción, la comercialización, la entrega y el soporte de un producto o servicio.

Mientras que el valor agregado según De Gregorio (2012: 22) lo define como el valor bruto de la producción menos las compras intermedias; donde el valor total de la producción, incluyendo los insumos intermedios, se llama valor bruto de la producción, y las compras intermedias corresponde a la inversión en insumos para la producción más el costo de depreciación de los bienes de capital. De allí la importancia de la competitividad, según Dussel (2001) como procesos de integración dinámica de países y productos a mercados internacionales, dependiendo de las condiciones de oferta y demanda; siendo por ello un elemento fundamental que tiene como premisa elevar la productividad de las empresas, en especial de las Pymes, de esa forma incrementar el nivel de valor agregado.

En el caso del valor agregado de Machala al representar las micro, pequeñas y medianas empresas 99,49% de las organizaciones establecidas en dicho cantón y constituir según proyecciones en base a datos del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2017) el 60,18% de las ventas y en similar cuantía el valor agregado, resulta que no puede pretermitir elevar competitividad y con ello la productividad, mediante el mejoramiento de sus procesos de trabajo en ocho áreas fundamentales expuestas en la metodología del mapa de competitividad del BID (Banco Interamericano de Desarrollo), estas son: planificación, comercialización, administración, contabilidad y finanzas, recursos humanos, calidad, gestión ambiental y recursos humanos, Saavedra (2012:118-119).

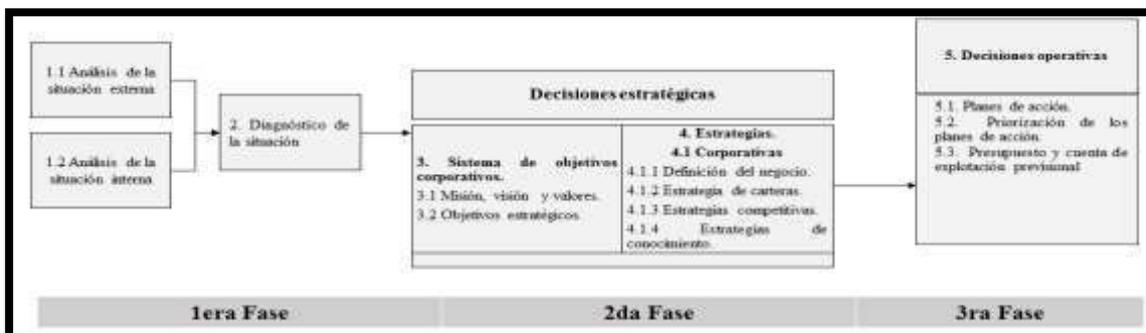
Ahora bien, la presente investigación propone un esquema de trabajo conjuntamente con las ochos áreas fundamentales expuestas en la metodología del mapa de competitividad del BID (Banco Interamericano de Desarrollo), a través de desarrollo de un plan estratégico que comporte la siguientes etapas, fundamentado en el proceso de elaboración del plan estratégico, planteado por Sainz de Vicuña (2010: 59).

Figura 1 Modelo de Plan Estratégico



Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 2 Proceso de Elaboración del Plan Estratégico



Fuente: Sainz de Vicuña (2010: 59)

El plan estratégico de una empresa, es el plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado hoy, es decir en el momento que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo, en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte habitual), para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer expectativas de sus diferentes grupos de interés (Sainz de Vicuña, 2010: 59).

En ese sentido el presente estudio puntualiza las herramientas del análisis FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas); CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar), como la piedra angular para la construcción del modelo de plan estratégico propuesto por los investigadores, donde los objetivos a corto y largo plazo se establecen en función de las estrategias cruzadas del análisis CAME, mediante estrategias de reorientación, supervivencia, defensivas y ofensivas, pero que parten de la definición de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, planteadas en el FODA.

El análisis FODA según Zambrano (2011: 84) constituye otra herramienta o técnica utilizada en el momento I del modelo de gerencia estratégica. Al igual que el árbol de competencias, factores críticos de éxito y capacidades y habilidades clave, por lo que compone también una técnica empleada en la planificación corporativa, válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de las mismas, y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución.

Esos factores son externos cuando se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y metas de la organización. Igualmente pueden ser factores internos, si se trata de fortalezas y debilidades internas, lo cual permite precisar condiciones en las que se encuentra la organización con relación a determinados objetivos o metas que se hayan planteado, según Zambrano (201:84).

El Análisis CAME es una metodología suplementaria a la del Análisis DAFO, que da pautas para actuar sobre los aspectos hallados en los diagnósticos de situación obtenidos anteriormente a partir de la matriz DAFO. Normalmente las estrategias generadas por el análisis CAME se pueden enmarcar en uno de estos grupos (www.pdcahome.com):

Estrategias defensivas (Amenazas y Fortalezas): Buscan evitar que empeore la situación actual (evitar perder cuota de mercado, etc.). En estas estrategias predominarán las acciones para en afrontar amenazas y mantener fortalezas.

Estrategias ofensivas (Fortalezas y Oportunidades): Buscan mejorar la situación actual (ganar cuota de mercado, etc.). En estas estrategias predominarán las acciones para explotar las oportunidades y mantener/reforzar las fortalezas.

Estrategias de reorientación (Debilidades y Oportunidades): Busca transformar la situación haciendo cambios que eliminen nuestras debilidades y creen nuevas fortalezas. En este tipo de estrategias predominarán las acciones enfocadas a corregir debilidades y explotar oportunidades.

Estrategia de supervivencia (Debilidades y Amenazas): Busca eliminar los aspectos negativos que nos perjudican. En este tipo de estrategias predominarán las acciones enfocadas a corregir las debilidades y a afrontar amenazas.

Figura 3 Análisis FODA y CAME

RELACION ENTRE ANALISIS CAME Y DAFO			
ANÁLISIS EXTERNO			
ANÁLISIS INTERNO	DAFO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	FORTALEZAS	<p>CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES (E) ESTRATEGIA: OFENSIVA (ATAQUE-POSICIONAMIENTO) POTENCIAR <i>Invertir:</i> definir la correspondencia entre fortalezas y oportunidades que nos lleve a ventajas comparativas.</p>	<p>CAME: MANTENER FORTALEZAS (M) ESTRATEGIA: DEFENSIVA EVALUAR EL RIESGO <i>Defender:</i> indican una necesidad de movilizar los recursos</p>
	DEBILIDADES	<p>CAME: CORREGIR DEBILIDADES (C) ESTRATEGIA: REORIENTACIÓN TOMAR DECISIONES <i>Decidir:</i> requieren una decisión: invertir, retirar, colaborar...</p>	<p>CAME: AFRONTAR AMENAZAS (A) ESTRATEGIA: SUPERVIVENCIA CONOCER LAS LIMITACIONES <i>Controlar daños:</i> es necesario controlar los perjuicios</p>

Adriana Gómez Villoldo (Asesor de Calidad) <http://asesordecalidad.blogspot.com>

Fuente: <http://asesordecalidad.blogspot.com/2017/02/analisis-came-herramienta-de.html#.XFDbF1VKjIU>

Método

El presente estudio se fundamenta en un enfoque descriptivo y cuantitativo tal como lo indica Hernández et al (2014). Se siguió un diseño de investigación de tipo transeccional descriptivo (Hernández et al, 2014), con el objetivo de indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción.

$$N = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Para extrapolar a poblaciones muy grandes se utiliza la formula donde el valor de Z correspondiente al nivel de confianza del 95% (expresado también así: $\alpha=0.05$) corresponde a Z=1,96 sigmas o errores típicos; Z=2 (dos sigmas) corresponden a un 95,5% (aproximadamente, $\alpha=0.045$). Donde pq representa la varianza de la población, partiendo del supuesto que p=q=0,5, con lo cual pq=0,25 el cual es válido para calcular el tamaño de la muestra, aun cuando las preguntas no sean dicotómicas. Por otra parte, el error muestral se representa con la letra e, que significa error o desviación posible cuando extrapolamos los resultados, es decir el margen de error que aceptamos. Para los efectos del presente estudio se trabajó con un nivel de confianza del 95% y admitiendo un margen de error del 9%; donde pq=0,25.

$$N = \frac{1,96^2 * 0,25}{0,09^2} = \frac{3,84 * 0,25}{0,0081} = 118,51 \approx 119$$

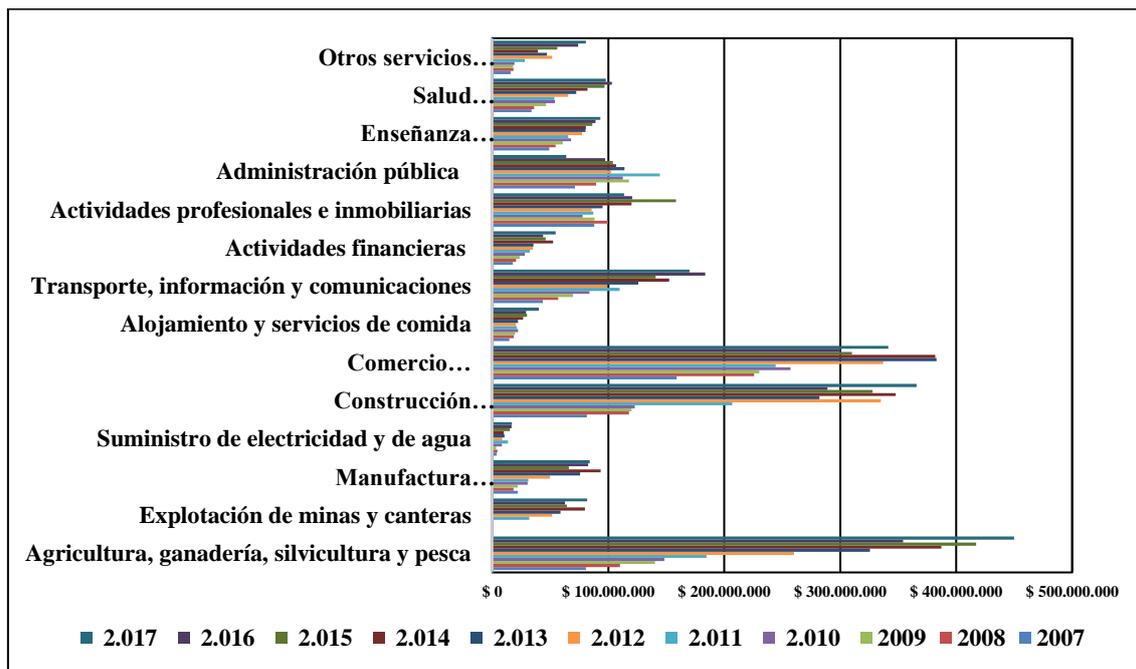
La cifra anterior indica que con la muestra seleccionada de 127 Pymes para este estudio es suficiente.

Resultados

Los resultados de la presente investigación pretenden constatar la relación intrínseca entre la evolución del entorno macroeconómico y el nivel de competitividad de la mediana y

pequeña empresa, realizando un análisis descriptivo de las actividades económicas del cantón Machala, la participación de estas en el valor agregado total y su tasa de crecimiento promedio anual, describir el valor agregado total del cantón Machala, y el valor agregado total cantonal de la economía ecuatoriana, así como el nivel de participación del primero en el segundo.

Gráfico 1 Actividades económicas en el cantón Machala-provincia El Oro, Ecuador



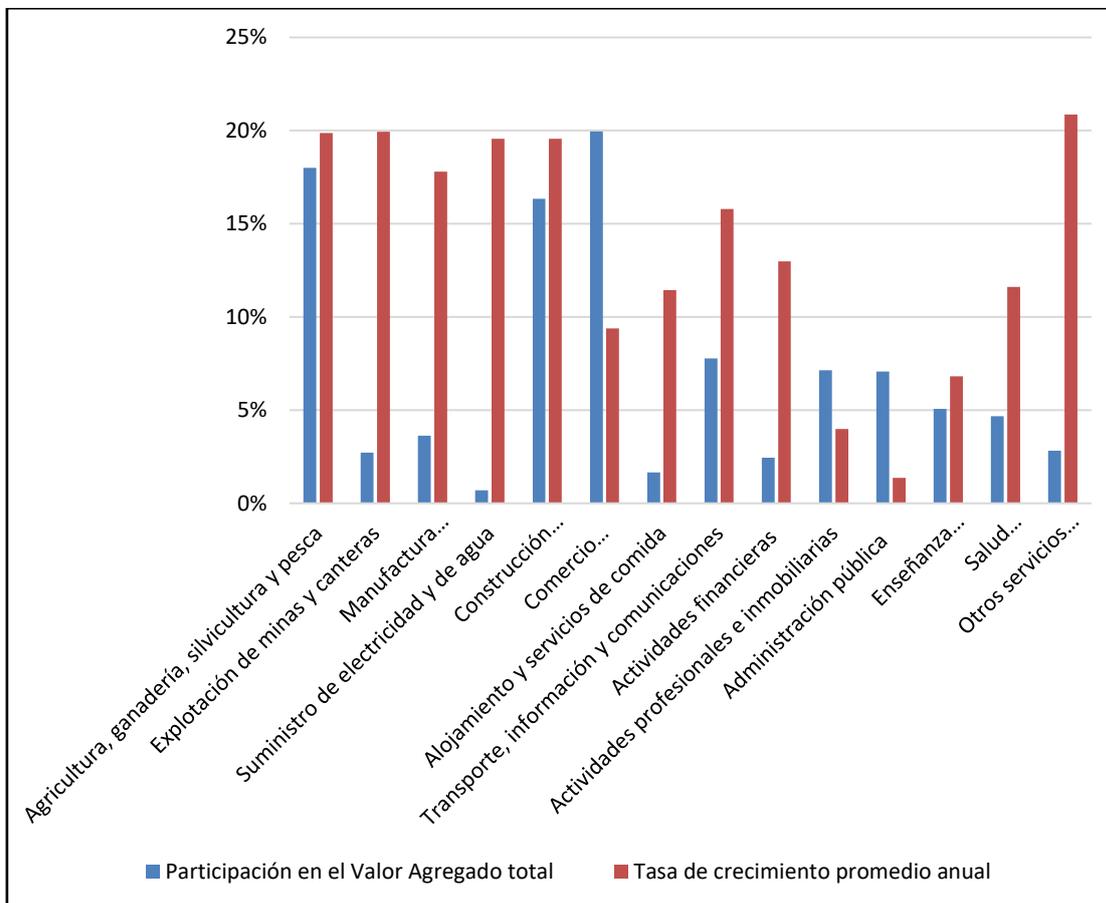
Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

En el gráfico 1 se muestra la evolución en términos absolutos de las diferentes actividades económicas en el cantón Machala en la provincia del Oro, Ecuador, siendo la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca la principal actividad económica cuyo ejercicio supera los 400 millones de dólares anuales, luego le siguen comercio y construcción, las cuales despuntan sobre los 300 millones de dólares, mientras el resto de sectores económicos no superan los 200 millones de dólares a lo largo del período analizado, ello deja entrever dónde están las fortalezas y potenciales productivas del cantón Machala.

No obstante es importante resaltar que actividades económicas tan importantes como la manufactura y las actividades financieras para el desarrollo de un país no superan los 100 millones de dólares, y se encuentran poco avanzadas alcanzando su tope máximo en el año 2014 de 52 millones de dólares para la actividades financieras y 94 millones de dólares para el sector manufactura; sin embargo ambos han mostrado tasas promedio de crecimiento interanual de 12,98% y 17,79% respectivamente; por debajo de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 19,88%, construcción 19,56% y comercio 9,38%; la cual a pesar de ser la actividad económica de mayor consolidación como se muestra en el gráfico número 2, al representar el 20% del valor agregado total acumulado de la

economía en lapso estudiado, seguida por agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 18% y comercio 16%.

Gráfico 2 Participación en el valor agregado total y tasa de crecimiento promedio anual en el cantón Machala-provincia El Oro, Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

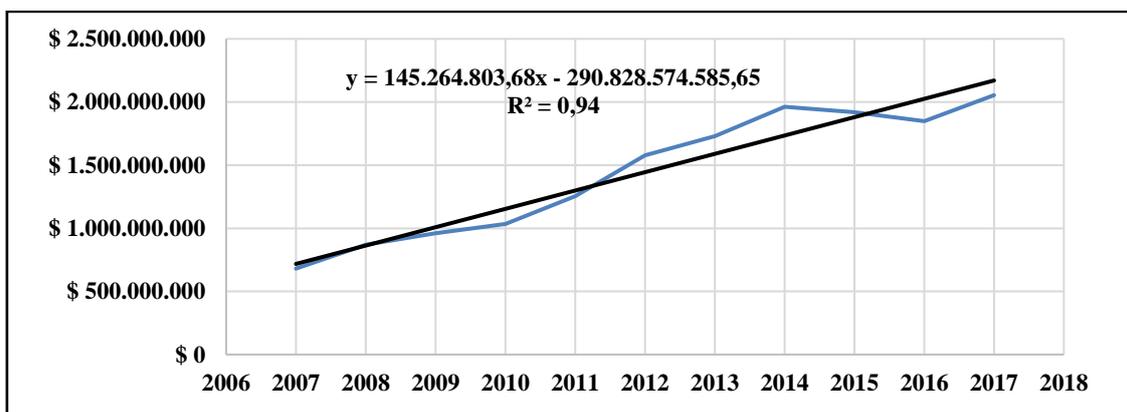
Al analizar concienzudamente el gráfico 2 se evidencia que las actividades económicas Explotación de minas y canteras, manufactura y suministro de electricidad; aunque tienen una baja participación en el valor agregado total acumulado, presentan una alta tasa de crecimiento promedio anual en los últimos 10 años que oscila entre un 18% y 20%; al igual que otros servicios que alcanzó una tasa de crecimiento promedio anual de 21%; no así actividades como servicios profesionales, administración pública y enseñanza los cuales presentan una baja participación en el valor agregado total acumulado y una baja tasa de crecimiento promedio anual que solo una de ellas apenas supera 5%.

Mientras actividades como agricultura, ganadería, silvicultura y pesca al igual que construcción tienen como característica común alta participación en el valor agregado total acumulado y una alta tasa de crecimiento promedio anual que alcanza a 20%. A diferencia de comercio la cual a pesar de tener una alta participación en el valor agregado total acumulado, presenta una baja tasa de crecimiento promedio anual que apenas llega a 9%. Sumado a ello otras actividades económicas transporte, información y comunicación, actividades financieras, enseñanza y salud presentan tasas de crecimiento

promedio anual superiores a su tasa de participación en el valor agregado total del cantón Machala.

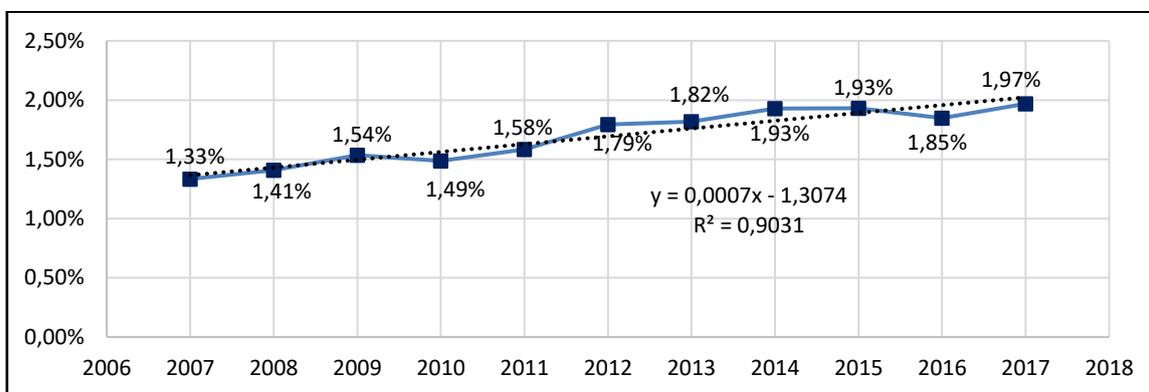
Estas elevadas tasas de crecimiento constatan el crecimiento sostenido que ha tenido el valor agregado total de la economía en el cantón Machala en la provincia de El Oro; mostrando una tasa de crecimiento promedio interanual de 6,69%, la cual resulta al dividir la función marginal entre la función total de la línea de tendencia mostrada para el gráfico 3, la cual explica el 94% de la varianza del valor agregado total de la economía en el cantón Machala en la provincia de El Oro. Así mismo la serie de tiempo mostrada en gráfico 3 para el período 2007-2017 muestra un componente de tendencia ascendente debido a que la pendiente de la función es positiva, al igual que un componente cíclico, que oscila por debajo de la línea de tendencia en el lapso 2007-2011 y 2015-2017; por encima de la línea de tendencia en el lapso 2012-2015.

Gráfico 3 Valor agregado total de la economía en el cantón Machala en la provincia El Oro



Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Gráfico 4 Participación del valor agregado del cantón Machala en el valor agregado cantonal total

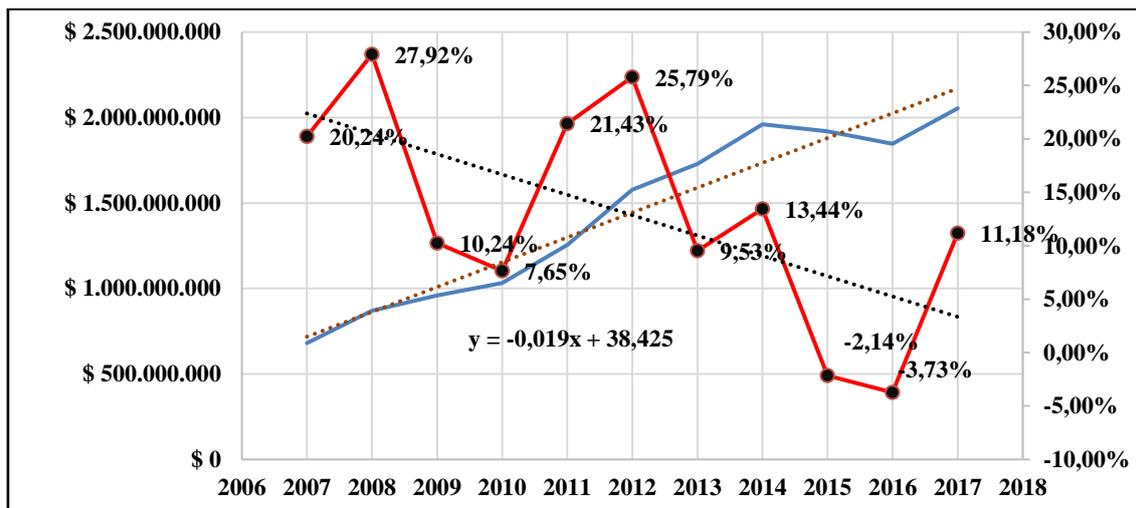


Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

El gráfico 4 muestra la participación del valor agregado del cantón Machala en el valor agregado cantonal total, evidencia un crecimiento interanual de la tasa de participación

del cantón Machala en el valor agregado total de la economía Ecuatoriana de 0,07%, la cual resulta al dividir la función marginal entre la función total de la línea de tendencia mostrada para el gráfico 3; tal escenario ha permitido que la tasa de participación pase de 1,33% en 2007 a 1,97% en 2017; mostrando un comportamiento en tendencia ascendente, cuya función de la línea de tendencia explica 90,31% de la varianza.

Gráfico 5 Valor agregado total y tasa de crecimiento de la economía en el cantón Machala en la provincia El Oro

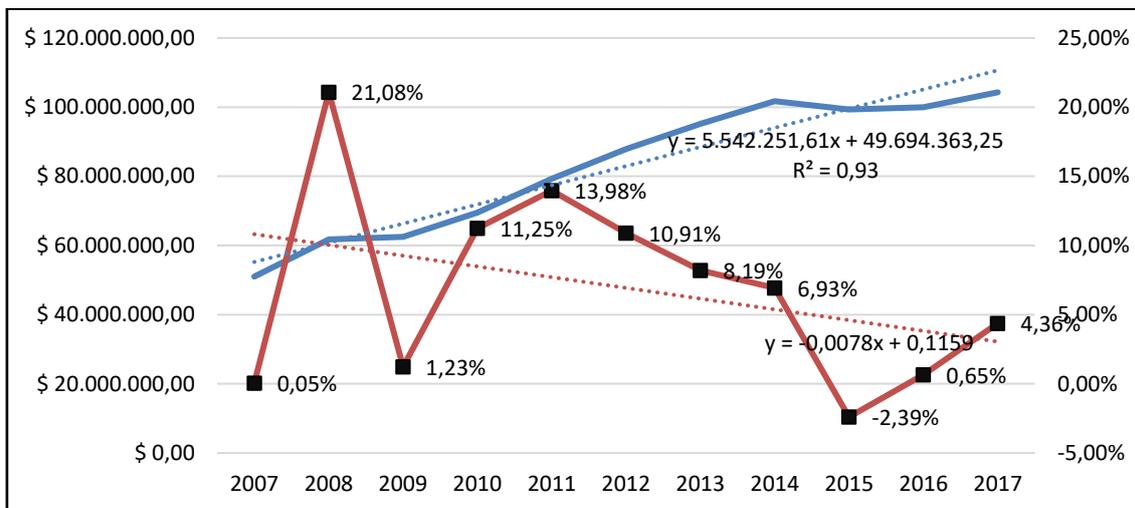


Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

En el gráfico 5 muestra, como a pesar de que en términos absolutos el valor agregado total del cantón Machala presenta una tendencia ascendente, la tasa de crecimiento evidencia una línea de tendencia decreciente con una tasa de crecimiento promedio interanual de -1,9%; por ello la inestabilidad en la evolución del valor agregado cantonal, se convierte en una limitante para hacer prospectiva de crecimiento positivo del valor agregado cantonal a largo plazo. Al trascender al escenario nacional la realidad no deja de ser distinta. Con una tasa de crecimiento promedio interanual de -0,78%, como se muestra en el gráfico 6, se observa en ambos gráficos que, mientras el punto de corte de las líneas de tendencia se da en el año 2012 para el escenario local, en el escenario nacional se produjo en el 2008; evidenciando esta última un período más prolongado de caída de la tasa de crecimiento.

En el gráfico 6 también puede observarse una tasa de crecimiento promedio interanual de 4,94%, la cual resulta al dividir la función marginal entre la función total de la línea de tendencia mostrada para el gráfico 6, la cual explica 93% de la varianza del valor agregado total cantonal de la economía ecuatoriana. La anterior cifra resultó ser inferior a 6,69% de la tasa de crecimiento promedio interanual que exhibe el cantón Machala, dejando en evidencia que esta última muestra mejores perspectivas de crecimiento a largo plazo que el escenario nacional. Si se realizan proyecciones para los próximos 10 años, el valor agregado de Machala respecto al valor agregado total de la economía ecuatoriana sería de 2,32%.

Gráfico 6 Valor agregado cantonal total de la economía y la tasa de crecimiento

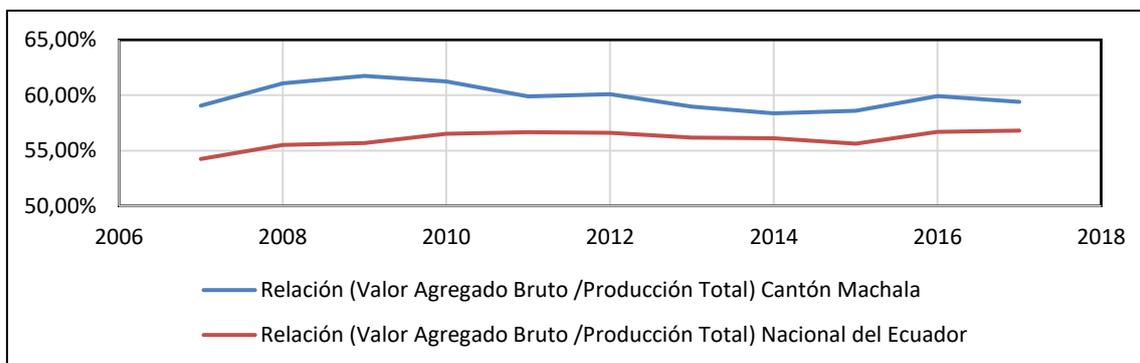


Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Ante el promedio interanual que exhibe el cantón Machala, se deja en evidencia que esta última muestra mejores perspectivas de crecimiento a largo plazo que el escenario nacional, razón por la cual surge la necesidad de hacer un estudio acerca de la situación de las Pymes en dicha localidad y la importancia suprema que estas tienen por su contribución al valor agregado cantonal, ya que representan según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (2017), tal como se muestra en la tabla número 1 99,49% de las 41.429 empresas establecidas en el cantón.

En el gráfico 7 se puede observar el índice relación del (valor agregado bruto/producción total) nacional y del cantón Machala, donde se puede observar como este indicador de productividad, muestra una mayor eficiencia a nivel cantonal que nacional, lo cual se corresponde con la mayor tasa de crecimiento del valor agregado bruto cantonal en términos promedios de 6,69%; mientras que a nivel nacional la misma es de 4,94; todo ello en buena medida a la presencia una mayor participación de las Pymes en el valor agregado bruto.

Gráfico 7 Índice del Valor agregado bruto/Producción Total Nacional y del Cantón Machala.



Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Tabla 2 Cantón Machala respecto al tamaño de empresas con personal último

		Tamaño de empresas con personal último					Total
		Microempres a	Pequeña empresa	Mediana empresa "A"	Mediana empresa "B"	Grande empresa	
Cantón	Machala	35594	4680	570	373	212	41429
Total		35594	4680	570	373	212	41429

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (2017)

En la tabla 2 de acuerdo con los datos mostrados, las microempresas representan 85,92% del total de las empresas establecidas en el cantón Machala, mientras la pequeña empresa 11,30%, la mediana empresa "A" 1,38% y la mediana empresa "B" el 0,9%, mientras la grande empresa 0,51%; restante, con lo cual queda en evidencia la importancia de las Pymes en el valor agregado del cantón Machala, ya que de acuerdo a las proyecciones mostradas en la tabla número 3 estas representan 60,18% de las ventas totales y en similar medida del valor agregado cantonal el cual para el año 2017.

Tabla 3 Cantón Machala respecto al tamaño de empresas con personal último y las ventas totales proyectadas

		Promedio de Ventas totales	N° de Empresas	Vental totales proyectadas	Participación en las ventas totales
Tamaño de empresas con personal último	Microempresa	\$ 42.101,86	35594	\$ 1.498.573.632,85	18,07%
	Pequeña empresa	\$ 335.574,65	4680	\$ 1.570.489.378,01	18,94%
	Mediana empresa "A"	\$ 1.406.473,41	570	\$ 801.689.843,99	9,67%
	Mediana empresa "B"	\$ 3.001.018,60	373	\$ 1.119.379.939,53	13,50%
	Grande empresa	\$ 15.576.183,61	212	\$ 3.302.150.925,89	39,82%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (2017)

En razón de ello, el presente estudio se propone hacer un análisis de una muestra de 127 Pymes establecidas en el cantón Machala como se observa en la tabla número 4, con un 95% de confianza, un 9% de error con base al criterio de la máxima varianza, conglomeradas en tres clúster con base al monto total de ventas de cada una de las empresas seleccionadas, de las cuales 47,24% son medianas empresas "A" o "B", 35,43% son pequeñas empresas y 17,32% microempresas; en cuanto a los tres clúster mostrados en la tabla número 4, 41,73% de las Pymes pertenecen al clúster 1, en igual cuantía clúster 2; mientras el 16,53% restante de las empresas pertenecen al clúster 3; así mismo se detalla la distribución de las Pymes para cada uno de los tres clúster.

Tabla 4 Cantón Machala respecto al tipo de y números de caso de clúster.

		Tipo De Empresa			Total
		Mediana	Micro	Pequeña	
	1	29	9	15	53

Número de caso de clúster	2	22	12	19	53
	3	9	1	11	21
Total		60	22	45	127

Fuente: Elaboración propia con SPSS ver 22.0

A continuación, en la tabla 5 se muestra a que sectores de la actividad económica en el cantón Machala pertenecen cada uno de los tipos de empresas que forman parte de los clústers. De las cuales 28% de las Pymes pertenecen al sector agropecuario, 40% al sector comercio y 32% restante al sector servicios.

Tabla 5 Tipo de empresa por actividad económica en el cantón Machala y el clúster de pertenencia

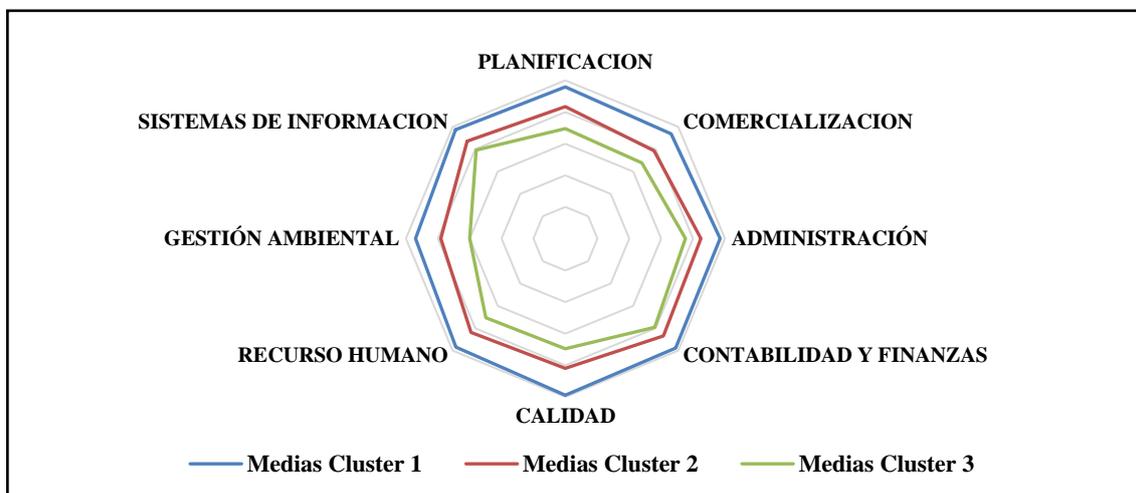
Número De Caso De Clúster		Actividad Económica			Total
		Agropecuaria	Comercio	Servicios	
1	Tipo DeMEDIANA Empresa	12	9	8	29
	MICRO	1	1	7	9
	PEQUEÑA	4	5	6	15
	Total	17	15	21	53
2	Tipo DeMEDIANA Empresa	4	12	6	22
	MICRO	0	7	5	12
	PEQUEÑA	5	7	7	19
	Total	9	26	18	53
3	Tipo DeMEDIANA Empresa	4	4	1	9
	MICRO	0	1	0	1
	PEQUEÑA	6	5	0	11
	Total	10	10	1	21

Fuente: Elaboración propia con SPSS ver 22.0

Para ello, en los tres conglomerados se evaluaron un conjunto de indicadores de carácter administrativo y gerencial a través de un cuestionario de 72 ítems para medir la competitividad de la mediana y pequeña empresa, tales como planificación, comercialización, administración, contabilidad y finanzas, calidad, recurso humano, gestión ambiental y sistemas de información, tal como se muestra en el gráfico número 8. Donde el clúster N°1 en una escala de 1 al 5 tiene una media de efectividad de 4,82 para los indicadores antes señalados; mientras clúster 2 de 4,15 y el clúster 3 de 3,57.

No obstante, en el gráfico 8 se observan diferencias significativas entre el clúster para los indicadores de carácter administrativo y gerencial, tales como planificación, calidad, recurso humano y gestión ambiental; más no así con los indicadores comercialización, administración, contabilidad y finanzas quienes muestran diferencias menos significativas. Razón por la cual, las Pymes que integran los clúster 2 y 3 deben trabajar para que la gestión y proyección de las mismas corresponda a un plan estratégico, el proceso de toma de decisiones involucre a las personas responsables por su ejecución y cumplimiento, cuente con metas de operación y proyecciones financieras medibles y verificables en un plazo determinado, el plan estratégico diseñado debe tener como cimientos un análisis situacional FODA, para determinar las fortalezas y debilidades internas y las oportunidades y amenazas externas que ofrece el entorno, que facilite el establecimiento de objetivos a corto y largo plazo, así como la asignación de recursos para tal fin, todo ello en concordancia con la misión y visión de la organización.

Gráfico 8 Indicadores de carácter administrativo y gerencia



Fuente: Elaboración propia con Excel 2013

Otro indicador a mejorar por parte de las Pymes pertenecientes a los clúster 2 y 3 es la gestión ambiental, haciendo más eficiente su política ambiental, considerando los aspectos ambientales en la planificación de la empresa; midiendo el desempeño ambiental frente a las metas e indicadores seleccionados; reformulando las estrategias y medidas para prevenir, mitigar y corregir los impactos ambientales que genera el proceso productivo tomando en consideración las regulaciones ambientales; introduciendo tecnologías ecoeficientes y limpias; capacitando a los trabajadores en temas ambientales;

documentando las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas; minimizando el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje, la sustitución de insumos, el mantenimiento preventivo y el uso de otras tecnologías.

Así mismo otro indicador a mejorar es recursos humanos por parte del conglomerado de Pymes es el aspecto atinente a recursos humanos, definiendo claramente la políticas y procedimientos en la búsqueda, selección y contratación de sus trabajadores; estableciendo las competencias que la persona debe poseer basado en un estudio del puesto de trabajo que se va a ocupar (descripción de las tareas, las especificaciones humanas y los niveles de desempeño requerido), para lo cual se requiere de la aplicación de pruebas de conocimiento o capacidad de valoración de las aptitudes y actitudes y de personalidad por personas idóneas para realizarlas; realización de procesos de inducción para los nuevos trabajadores y de re-inducción para los antiguos, programas de entrenamiento en habilidades prácticas y técnicas, formación humana y desarrollo personal para el mejor desempeño de sus colaboradores.

Donde cada puesto de trabajo tiene definida la forma de medir el desempeño de la persona (indicador) lo cual permite su evaluación y elaboración de planes de mejoramiento. Para ello la empresa debe estar alerta para identificar futuros líderes con alto potencial y colaboradores con desempeño superior. Por lo cual es necesario que la planta, los procesos, los equipos y las instalaciones en general están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador; aunado una mejora continua en la comunicación entre los diferentes niveles de personal de la compañía (directivos, técnicos, administrativos, otros) se promueve y es ágil y oportuna.

Finalmente el tercer indicador a mejorar es la calidad; para ello es necesario que la empresa tenga una política definida; donde la misma desarrolle a un análisis periódico para identificar los procesos críticos (aquellos que afectan directamente la calidad del producto o servicio); optimizando los métodos de trabajo relacionados con los procesos críticos de la empresa están documentados; automatizando la información de los registros de la aplicación de los procedimientos generales de la empresa es analizada y utilizada como base para el mejoramiento.

Asimismo, estableciendo controles para identificar errores o defectos y sus causas, a la vez que toma acciones inmediatas para corregirlos; diseñando un esquema de acción para ejecutar las acciones correctivas y preventivas necesarias para garantizar la calidad del producto o servicio; fijando una serie de parámetros definidos para la planeación de compra de equipos, materia prima, insumos y demás mercancías; para lo cual es necesario que la empresa mejore y fortalezca la relación con sus proveedores, capacitando a sus colaboradores en temas de calidad y mejoramiento continuo y midiendo el índice de satisfacción del cliente como base para planes de mejora de la organización.

Conclusiones.

- Luego de analizados los resultados de la investigación, puede concluirse que el cantón Machala debe continuar profundizando su proceso de diversificación económica, donde actividades productivas que hoy presentan baja participación, pero altas tasas de crecimiento promedio en los últimos 10 años deben continuar al mismo ritmo o acelerarlo para aprovechar en su máxima expresión sus potencialidades, y con ello contribuir a un crecimiento más acelerado del valor agregado total del cantón para seguir aumentando su participación en el valor agregado total cantonal de la economía ecuatoriana.
- Para lograr lo antes expuesto se requiere primeramente que el número de Pymes sigan creciendo, y con ello su participación en el valor agregado total del cantón Machala, para esto es necesario que las mismas, sobre todo las micro y pequeñas empresas mejoren sus procesos de trabajo en lo atinente al manejo de la gestión ambiental, la gestión del recurso humano, la optimización de los procedimientos de control de calidad y el desarrollo de toda una planificación estratégica que responda a un plan estratégico que contemple, la misión y visión de la organización, los objetivos y metas a lograr a corto y largo plazo; el establecimiento de las estrategias ofensivas (fortaleza-oportunidades), supervivencia (debilidades-amenazas), defensiva (fortaleza-amenaza) y reorientación (debilidades-oportunidades), con el fin de lograr los objetivos y metas propuestos previamente.
- Para ello se requiere previamente de la aplicación de un análisis FODA y CAME que permita hacer una valoración situacional de cada empresa, para posteriormente hacer un uso eficiente de la asignación de los recursos financieros necesarios para acometer los planes de acción requeridos para la instrumentación de las estrategias gerenciales anteriormente señaladas.

Referencias Bibliográficas.

- Alesina A y Gavazzi, F. (2006). *Goodbye Europa. Cronache de un declino económico e político*. Milano: Rizzoli.
- Astudillo, S.; Briozzo, A. (2016). *Innovación en las Mipymes Manufactureras de Ecuador y Argentina*. Semestre Económico, vol. 19, núm. 40, julio-septiembre, 2016, pp. 117-144 Universidad de Medellín, Colombia

- Banco Central del Ecuador (2018). Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/CuentasProvinciales/Indicep.htm>. Consultado el 13/12/2018.
- Bermeo Pazmiño, K. V. & Saavedra García, M. L. (2018). La competitividad sistémica de la mipyme manufacturera en el nivel micro: caso de la fabricación de muebles de madera, Ecuador. *Small Business International Review*, 2 (1), 1-15. Recuperado de <https://doi.org/10.26784/sbir.v2i1.20>. Consultado el 14/12/2018.
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo), estas son: planificación, comercialización, administración, contabilidad y finanzas, recursos humanos, calidad, gestión ambiental y recursos humanos, (2012, pág. 26-27).
- De Gregorio, J. (2012). *Macroeconomía Teoría y Políticas*. Santiago, Chile: Editorial Pearson-Educación. Segunda Edición. 781 páginas.
- Dussel, E. (2001). Un análisis de la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir de Centroamérica utilizando los programas y la metodología CAN y MAGIC. México: Naciones Unidas-Cepal.
- Gallino, L. (2003). *La scomparsa dell'Italia industriale*. Torino: Editorial Einaudi.
- Ghiringhelli, Cristiano y Pero, Luciano (2010). *Le PMI in Italia. Innovazione, strategie, modelli organizzativi*. Milano: Editoriale Apogeo, s.r.l.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. ed.). México, DF, México: Ed. Mc Graw Hill-Interamericana. 634 páginas.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, (2014). Directorio de empresas. Recuperado en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/> Consultado el 15/12/2014
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, (2015). Directorio de empresas. Recuperado en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/> Consultado el 15/12/2014
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, (2017). Directorio de empresas. Recuperado en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/> Consultado el 15/12/2018.
- Ministerio de Industrias y Productividad (2013) “Proyecto para el fomento de las MIPYMES Ecuatorianas” elaborado por la secretaría de MIPYMES y Artesanías. 82 páginas.
- Nardozi, G. (2004). *Miracolo in declino. L'Italia tra la concorrenza e protezione*. Bari: Laterza.

- Onida, F. (2004). *Se il piccolo non cresce. Piccole e medie imprese italiane in affano*. Bologna: Il Mulino.
- Preti, P y Puricelli, M. (2007). *L'impresa forte. Un manifesto per le piccole imprese*. Milano: Egea.
- Rossi, S. (2006). *La regina e il cavallo. Quattro mosse contro il declino*. Bari: Laterza.
- Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y gestión* (33), 93-124.
- Sainz de Vicuña, J. M. (2010). *El plan estratégico en la práctica*. ESIC Editorial. 392 páginas.
- Sánchez Gómez, M. G. (2008). *Cuantificación y generación de valor en la cadena de suministro extendida*. Del Blanco editores, 128 páginas.
- Superintendencia de Compañías (2012). <https://www.supercias.gob.ec/portalscvcs/>
Consultado el 18/12/2018.
- Yance Carvajal, C.; Solís Granda, L.; Burgos Villamar, I y Hermida Hermida, L. (2017). "La importancia de las PYMES en el Ecuador", *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Ecuador, (junio 2017). En línea: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>
- Zambrano, A. (2011). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Universidad Católica Andrés, 376 páginas.
- Zamora, G. y Villamar, X. (2011). *Caracterización de la PYME en la industria manufacturera del distrito metropolitano de Quito*, Quito: Publicaciones Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), 230p.

Para citar el artículo indexado.

Urdaneta A, González A., Luciani L. & Borgucci E.(2019). Valor Agregado y Nivel Competitividad de las pymes en el Cantón Machala, Ecuador. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 245-265. Recuperado desde: <http://visionariodigital.org>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 23-02-2019 /Aceptado: 25-03-2019/ Publicado: 05-04-2019

La capacitación enfocada en el liderazgo operativo como instrumento para mejorar el servicio de consulta externa en el Hospital del IESS del Cantón Milagro.

Training focused on operational leadership as an instrument to improve the external consultation service at the IESS Hospital of Canton Milagro

Tanya Elizabeth Lopez Macancela.¹& Gonzalo Lenin Serrano Mantilla.²

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.1..448>

Resumen.

Mediante la presente investigación se busca desarrollar una propuesta de un programa de capacitación enfocada en el liderazgo operativo como instrumento para mejorar el servicio de la consulta externa del Hospital del IESS del Cantón Milagro, todo ello para que se cumpla y favorezca el desempeño de una manera inestimable las actividades y funciones que se encuentran ejecutando cada empleado, para el logro de los objetivos del Centro. En la presente investigación se utilizó tanto del método deductivo como inductivo, mediante los cuales se puede analizar el estudio del servicio en la consulta externa, y con la aplicación del método comparativo se analizaron los programas de capacitación que contribuyeron a solucionar problemas de efectividad en el desempeño del servicio dado. Como resultado de la investigación se determinó que la evidencia empírica, determina que la falta de liderazgo operativo es el principal obstáculo en la capacitación del personal, otros resultados son que la inadecuada detección de necesidades de capacitación y la carencia de opciones contribuyen a ver la capacitación como un requisito, que, aunque es necesario no resuelve el mejoramiento del servicio de la consulta externa del Hospital del IESS del Cantón Milagro

Palabras clave: Capacitación, Liderazgo, Desempeño, Contribución, Mejoramiento, Efectividad.

¹ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Guayaquil, Ecuador, tlopezm@iess.gob.ec

² Universidad Estatal de Milagro, Guayaquil, Ecuador gserranom@unemi.edu.ec

Abstract

Through the present investigation, we seek to develop a proposal for a training program focused on operational leadership as an instrument to improve the service of the outpatient service of the IESS Hospital of Cantón Milagro, all this to ensure compliance and favor the performance of a Inestimable the activities and functions that are executing each employee, for the achievement of the Center's objectives. In the present investigation, we used both the deductive and inductive method, through which we can analyze the study of the service in the outpatient clinic, and with the application of the comparative method we analyzed the training programs that contributed to solve problems of effectiveness in the performance of the given service. As a result of the investigation it was determined that the empirical evidence determines that the lack of operational leadership is the main obstacle in the training of personnel, other results are that the inadequate detection of training needs and the lack of options contribute to see the training as a requirement, which, although it is necessary, does not resolve the improvement of the service of the outpatient clinic of the IESS Hospital of Cantón Milagro

Key words: Training, Leadership, Performance, Contribution, Improvement, Effectiveness

Introducción.

En la presente investigación se busca proveer a los Directivos del HOSPITAL DEL IESS DEL CANTÓN MILAGRO una eficaz herramienta que reúna todas las actividades de capacitación que se requieren para disminuir o eliminar la mayoría de diferencias que pueden tener en su conocimiento los directivos médicos y administrativos, y con ello lograr conocer los requerimientos para priorizar las categorías de urgencia y con ello poder atacarlas mediante el planteamiento de un programa de capacitación que los junte totalmente es por lo que se deberá fomentar una verdadera cultura de capacitación con la cual se asegura el cumplimiento de objetivos, y de las principales prioridades organizacionales y del bienestar en general de la totalidad del personal. Es por ello que para lograr los objetivos planteados al inicio se realiza una investigación que es totalmente sistemática, flexible, analítica y dinámica la cual está enfocada en la calidad y el servicio de la totalidad de funcionarios, siempre tomándose en cuenta la calidad y el servicio de los mismos, para lo que se debe analizar aspectos como es el área a la que pertenecen, los cargos, las funciones entre otros factores.

Para realizar este tipo de investigación se realizaron estudios y teorías en referencia a las áreas que deben estar dentro del área de recursos humanos además de utilizarse métodos de investigación que son tanto participativos y prescriptivos, adicional también se realizaron análisis mediante la técnica de la encuesta que permite conocer las percepciones de las personas a las que va dirigidas.

Al estar la presente investigación basada en aspectos teóricos es por lo que existen una serie de conceptualizaciones en referencia a la capacitación que son útiles de ser estudiadas para así poder abordar los temas con los Directivos del hospital para que puedan aceptar la propuesta de capacitaciones desde el punto de vista del liderazgo operativo.

Se considera teóricamente la capacitación o entrenamiento como un proceso para desarrollar las habilidades, actitudes y conocimientos de los funcionarios a los que se les realizará. De acuerdo a lo que se indica por (Diezcanseco, 2015) la capacitación o el entrenamiento constituyen instrumentos que permiten la autorrealización de la educación de las personas que las adquieren, además constituyen el principio en base del cual la comunidad conserva y permite la transmisión de nuevos conocimientos.

De acuerdo a los últimos estudios realizados en referencia a esta modalidad y de acuerdo a Elizondo (2012) en donde se registra un estudio de tipo descriptivo realizado en su país de origen, en donde se pretende alcanzar la planificación mediante un sistema de capacitación permanente, para lo cual se toma una muestra de 100 empleados y 20 jefes departamentales y donde se aplicó el método combinado y se realiza la participación mediante las encuestas de entrevistas lo que generó un resultado del 87%, de empleados y el 95% de jefes que consideran que la capacitación es una herramienta adecuada para mejorar el desempeño laboral y que mediante lo cual se aumenta la motivación para ser más productivos y eficientes en el trabajo. También en este tipo de estudios los empleados opinaron que lo que es realmente urgente en capacitación está la parte aptitudinal, la cognitiva y la de habilidades, es por ello que se llega a concluir que el plan de capacitación es totalmente beneficioso para cualquier departamento y cualquier institución de salud sin tomar en cuenta ni el sector ni el tipo.

Es por ello que para la presente investigación se ha tomado la iniciativa de realizar un estudio similar al mencionado para conocer las necesidades actuales que tiene el área de consulta externa del hospital del IESS del Cantón Milagro, con el objetivo de mejorar el servicio de consulta externa. Como resultado se ha propuesto el crear un Plan de capacitaciones, mediante diversas estrategias que permitan la correcta implementación, como son los cambios en las estructuras organizativas, por medio de fusiones así como también, el mejoramiento en los recursos humanos a nivel administrativo, para poder mejorar la calidad en los servicios, y la gestión propiamente dicha en la institución médica.

Además, si un empleado que recibe la capacitación necesaria puede realizar mejor su trabajo. Se vuelve más consciente de las prácticas de seguridad y los procedimientos adecuados para las tareas básicas. La capacitación también puede aumentar la confianza del empleado porque tiene una comprensión más sólida de las tareas y actividades del hospital y de las responsabilidades de su trabajo. Esta confianza puede empujarla a rendir aún mejor y pensar en nuevas ideas que la ayuden a sobresalir.

La capacitación continua también mantiene a sus empleados a la vanguardia de los desarrollos del área de la salud en el hospital. Los empleados que son competentes y que están a la altura de los cambiantes estándares de la atención médica ayudan al hospital a ocupar un puesto como líder y fuerte competidor dentro de las instituciones de salud.

Desarrollo.

Metodología.

La metodología de la investigación nos indica el medio más adecuado para realizar un trabajo investigativo, orientado a entender, manejar, y enriquecer los procedimientos teóricos y empíricos de las ciencias, evitando subjetividad, dogmatismo, impresionismo y estereotipos.

Se puede indicar que en toda investigación es muy importante el plantear diversas variables, las cuales permiten relacionar algunos de los conceptos los cuales hacen referencia a las características que el investigador pretende estudiar en el desarrollo investigativo.

En la actualidad existen dos planteamientos paradigmáticos; en el campo de la investigación, que son los estudios cuantitativos y cualitativos. De acuerdo con Bello, Villalobos y Vélez (2005), sostienen que un paradigma, es un conjunto de creencias y actitudes, una visión del mundo que implica explícitamente una metodología determinada; como fuente de métodos, problemas y normas de resolución aceptados por una comunidad científica; que señalan las teorías, hipótesis que deben ser contrastadas, el método y la instrumentación necesarios para la contratación. Cada paradigma o enfoque tiene una concepción diferente de lo que es la investigación; desde: cómo investiga, qué investiga y para qué sirve la investigación. Es necesaria su selección, en virtud de que de acuerdo a la pregunta de investigación y del objetivo general, se diseñaran las estrategias para abordar el objeto o sujeto de estudio.

En la presente investigación se realizará tomando en cuenta el análisis cuantitativo y cualitativo por cuanto se realizará de forma estadística las respuestas de los cuestionarios, así como las opiniones que tengan que informar el personal de las áreas de consulta externa y de talento humano.

Dentro de los métodos a ser utilizados en la presente investigación estarán los siguientes:

El estadístico método con el cual se llegará a establecer la recolección de los datos, así como la incorporación o la afiliación.

Con el método inductivo y deductivo se hallarán la mayoría de las causas y las consecuencias objeto para el estudio y se llegarán a establecer las conclusiones.

Además de estos métodos se tomara en cuenta el analítico que permite realizar la evaluación de los resultados.

Se analizará además con el método sintético que permite el resumir todos los resultados en referencia a la medición de la variable.

Además, se utilizará el método histórico comparativo que permite sistematizar los conocimientos que son determinantes en referencia al objeto de estudio, así como la comparación de los indicadores que luego determinaran los resultados de las conclusiones.

También hay que tomar en cuenta que se analizarán las muestras del universo establecido en el Cantón Milagro en referencia a los pacientes de esta casa asistencial, tomando una muestra representativa donde se podrá establecer los afiliados activos y donde además se mida la calidad del servicio.

Se realizarán entrevistas a funcionarios, especialistas y usuarios del sistema de seguridad social del cantón y el hospital de Milagro.

Discusión

Para la presente investigación de este estudio es importante definir los conceptos que se utilizarán mediante los cuales se podrá mantener una armonía en lo referente a la información y además se la podrá estructurar basándose en los autores y temas de propia autoría.

Para ello se podrá tomar en cuenta los conceptos teóricos sobre la capacitación el liderazgo, el liderazgo operativo, así como la mejora continua, también la mejora que se debe dar en el área de trabajo, también se evaluará el significado de la consulta externa puesto que muchas personas no afiliadas no la conocen. Todo este análisis e informaciones constituirán la base para la mejora en el servicio de atención externa por parte del hospital del IESS del Cantón Milagro.

Toda la información obtenida de forma empírica ya sea esta por observación directa o indirecta o con conocimientos teóricos, permiten que se pueda ejecutar planes y programas de capacitación. El equipo de talento humano de una institución de salud es el encargado de estar pendiente y al día en los temas que más le incumben a la institución, en este caso los temas de salud son prioridad y las capacitaciones deben estar al día porque se trabaja con gente y la vida de estas personas muchas veces depende de cómo sean atendidos, para bien o para mal. La inversión también es un tema crítico en este sentido, pero los resultados que puedan generar favorecerán y mejorarán el ambiente y la cultura organizacional.

A continuación, revisaremos y analizaremos algunos conceptos que servirán para el desarrollo de este estudio de investigación.

Además, la experiencia práctica y, más aún, los pacientes que se sienten respetados, están directamente relacionados con la satisfacción de los empleados en el lugar de trabajo. Hacer que los médicos y todos los profesionales de la salud se asocien en este proceso y

les brinde las herramientas necesarias a través de la educación y la mentoría individual es un paso importante para mejorar la experiencia del paciente.

El monitoreo del desempeño es beneficioso para mejorar la calidad general de la atención al paciente, y se está constantemente implementando nuevas técnicas para proporcionar una experiencia excepcional en los pacientes.

Dentro de esto se debe tomar en cuenta lo siguiente:

1. Fortalecimiento de las instituciones y sistemas de capacitación: ¿cómo podemos fortalecer, estandarizar e institucionalizar los sistemas de capacitación?

Se necesitan vínculos dentro del país entre los sistemas de aprendizaje para fortalecer e institucionalizar los sistemas de capacitación. Los programas de capacitación en servicio deben ser proporcionados por instituciones locales para aumentar la apropiación y la sostenibilidad de la capacitación. La estandarización de los materiales y el programa de capacitación pueden maximizar los recursos existentes para la capacitación para capacitación y mejorar la efectividad y la eficiencia de la capacitación.

2. Coordinación de la capacitación: ¿qué mecanismos se pueden utilizar para coordinar mejor la capacitación? ¿Qué características son las más deseables en un sistema de información / seguimiento de entrenamiento?

Con frecuencia, los programas de capacitación en servicio capacitan a las mismas personas una y otra vez, mientras que otros no están capacitados en absoluto. Un sistema para el seguimiento de los cursos de capacitación y los participantes no solo mejoraría la eficiencia, la eficacia y la sostenibilidad de la capacitación, sino que también ayudaría a garantizar un acceso equitativo a la capacitación de todos los trabajadores de la salud.

3. Continuo aprendizaje a partir del servicio previo al servicio: ¿Qué roles pueden desempeñar las diferentes partes interesadas para garantizar el aprendizaje continuo entre la educación previa al servicio y la capacitación en el servicio?

Las instituciones de servicios previos pueden estar en el centro de una estructura de capacitación en servicio coordinada ofreciendo cursos directamente o acreditando a grupos como asociaciones profesionales para brindar capacitación. Este modelo puede ayudar a garantizar la coherencia entre el contenido de la capacitación en servicio y en servicio y permitir que las capacitaciones en servicio cuenten para los programas de grado ofrecidos por las instituciones en servicio.

4. Diseño y entrega de capacitación: una revisión reciente de la literatura sugiere que la capacitación basada en el lugar de trabajo más corta, repetida y con gran simulación puede ser más efectiva. Dado que el sistema actual está orientado hacia la capacitación en grupo y en el aula, ¿cómo podemos implementar metodologías más efectivas?

Los eventos de capacitación deben estar vinculados con el desarrollo profesional continuo de la salud, y se deben explorar oportunidades adicionales para la capacitación en el lugar de trabajo utilizando metodologías alternativas que respalden un proceso continuo de control de calidad.

5. Apoyo para el aprendizaje: ¿Cómo preparamos, apoyamos e incentivamos a los ocupados trabajadores de la salud para que proporcionen orientación o apoyo basados en el lugar de trabajo a otros?

Un entorno en el trabajo que permite al empleado utilizar nuevos conocimientos y habilidades es esencial para traducir el aprendizaje en una mejor calidad de los servicios y resultados de salud.

6. Evaluación y mejora de la capacitación: ¿Cómo puede fortalecerse la evaluación de los resultados de la capacitación en servicio para informar la mejora en la capacitación? ¿Cuáles son algunos de sus éxitos y algunas de sus necesidades para identificar los resultados de sus programas de capacitación?

La determinación metodológica de la multitud de factores que influyen en los resultados de los programas de capacitación requiere mucho tiempo, reflexión y recursos. El marco y las herramientas de evaluación de la capacitación pueden ayudar a abordar este desafío.

Conceptos básicos de capacitación

Muchos de estos conceptos que se presentarán a continuación, aportarán una idea más clara de las definiciones de diferentes autores. Desde la lectura de estos conceptos, se logrará formar una definición más completa de lo que se busca en este estudio y servirán como referente para el desarrollo del Programa de capacitación para el Hospital General de Milagro. Entre los conceptos más exactos a lo que se busca, se han identificado los siguientes:

“La capacitación consiste en proporcionar a los empleados nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo”. (Carrillo, 2014)

“Actitudes del personal en conductas produciendo un cambio positivo en el desempeño de sus tareas. El objeto es perfeccionar al trabajador en su puesto de trabajo”. (Benavides, 2010)

“La capacitación se considera como un proceso a corto plazo, en que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto

posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve”. (Moran, 2012)

Para varios autores, las definiciones de capacitación o entrenamiento podrían tener significados distintos, muchos especialistas tenían en cuenta que el entrenamiento debía adecuarse para cada persona según cargo, experiencia profesional, tiempo en la institución médica, desempeño y un sin número de cualidades adicionales, pero esto no mide la fuerza laboral y mucho menos quien debe tomar realmente un entrenamiento. Desde siempre se ha entendido por entrenamiento, un conjunto de actividades para desarrollar algún tipo de destrezas que van enfocadas a un puesto exacto de trabajo y el cual requerirá algún conocimiento adicional. Sin embargo, actualmente esto es considerado una forma para el desarrollo de habilidades blandas y duras para las personas. En estos términos, se puede decir que es una forma eficaz para agregarle valor a las personas que trabajan dentro de una compañía y que esto enriquece su trabajo y logra de manera más rápida los objetivos de la institución.

De acuerdo con las definiciones anteriores, se puede llegar a la conclusión de que la capacitación es la herramienta que tienen muchísimas organizaciones para mejorar y empoderar a sus colaboradores, a sus clientes internos, mejorando sus competencias personales y profesionales, contribuyendo en gran medida a la compañía y favoreciendo la rentabilidad para todas las partes interesadas.

Fases de cambio mediante el entrenamiento o capacitación

Todas las instituciones de salud y organizaciones médicas esperan que, al contratar un colaborador, este tenga todas las actitudes y capacidades para ingresar directamente a hacer ganar a la institución. Este concepto o pensamiento no está bien planteado, ya que esto depende mucho de la experiencia y de las capacidades que tenga este colaborador para el giro del negocio que tiene la institución médica. En muchos casos, esto falla y en consecuencia se tiene que invertir millones en los empleados, pero al final del día, toda esa información y dinero invertido, será parte de la contribución para lograr los objetivos del hospital.

Según varios autores, existen 4 fases de cambio para el comportamiento mediante el entrenamiento:

1. Transmisión de información:

Es uno de los elementos más importantes para lograr con éxito un entrenamiento o capacitación para un grupo o un solo empleado. Dentro de las actividades que deben tomarse en cuenta están: la correcta distribución de la información, la programación del tiempo, los temas y las horas de receso para poder asimilarlo todo. En muchas ocasiones la información puede ser la que necesita el colaborador directamente y en otras ocasiones, indirectamente se le enseña sus nuevas responsabilidades.

2. Desarrollo de habilidades:

En este punto se recalca todas las destrezas y actitudes relacionadas con la forma en la que se desenvuelve un colaborador dentro de la institución de salud. Debe tomarse en cuenta que siempre deben estar las capacitaciones orientadas a lo que se necesita en el hospital, ya sea en actividades, aptitudes, formas de desempeñar un trabajo específico. El objetivo de esto es capacitar y ejecutar actividades en pro de la institución

3. Desarrollo o modificación de actitudes:

Este punto se refiere al manejo de conflictos y el cambio de la actitud de las personas que colaboran dentro de una institución de salud. Todo con el fin de facilitar las relaciones interpersonales y lograr relaciones a largo plazo. Esto también, fortalece la confianza, la motivación, mejora el sentido común y la percepción que se tiene al momento de tomar una decisión sin interferir en los intereses del hospital.

4. Desarrollo de conceptos:

Las capacitaciones que se entregan a los colaboradores de un grupo específico también van en función de los conceptos o nuevas capacidades teóricas que requieran los empleados para diversos temas dentro de la compañía. En de suma importancia enfocarse en la conceptualización y mostrar la mejor forma de que se aprende. Se debe incluir a mandos altos, medios y bajos. Ya que un concepto nuevo debe socializarse en general a toda institución de salud.

Las fases que se mencionan podrían utilizarse por separado o en conjunto para explicar varios temas o comunicar no sólo conceptos sino formas intrínsecas de hacer algo para beneficio del hospital.

Gráfico N1. Plan estratégico



Fuente: Elaboración propia.

Objetivos del entrenamiento o capacitación

Después de revisar estas fases en los comportamientos que podrían adoptar las personas que reciben un entrenamiento específico, se debe conocer los objetivos que deben cumplir los demás pilares, entre ellos tenemos los siguientes de acuerdo a varios autores:

1. “Preparar al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.” (Alban)
2. “Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, no solo en su cargo actual, sino también en otras funciones en las cuales puede ser considerada la persona.
3. Cambiar la actitud de las personas, bien sea para crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación o hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia”. (Espinoza)

Con las capacitaciones, se puede fortalecer los conocimientos y actitudes de los miembros de la institución para mejorar el desempeño de su vida laboral y personal. Finalmente, gracias a esto se pueden mejorar los objetivos y las responsabilidades de cada colaborador.

Gráfico N2. Proceso de capacitación



Fuente: Elaboración propia del autor.

Proceso del entrenamiento o capacitación

Se puede plantear un proceso en el cual el entrenamiento llegue al colaborador de forma eficaz y mucho más eficiente, en la que sólo se necesite explicar estos temas una vez teniendo toda la atención de ellos.

Chiavenato, menciona ya un proceso programado que tiene ventajas y beneficia a la organización, entre estos pasos se encuentran:

1. Diagnostico situacional.
2. Lista de necesidades para los colaboradores del área determinada o de toda la institución.
3. Programación del día, de las horas, de los recursos para atender de forma completa todas las necesidades.
4. Definir el alcance del entrenamiento.
5. Especificar tiempos para la implementación y para la ejecución de las actividades que resulten.
6. Evaluación de resultados.
7. Aplicación de la mejora continua.

El entrenamiento o capacitación es responsabilidad de un departamento específico y puede asumir la responsabilidad para retroalimentar a toda la organización siempre y cuando conozca sus principales insuficiencias. Es ideal crear un modelo descentralizado para que equilibre a la organización y encuentre realmente quienes son los más necesitados de estas implementaciones.

Inventario de necesidades de entrenamiento o capacitación

Conocido también como el inventario de necesidades o de diagnóstico para que los entrenamientos se cumplan con éxito. Se debe tener también clara la misión y la visión, los objetivos y todo aquello en lo que su finalidad sea el cumplimiento de los objetivos de la institución.

Otro autor menciona lo siguiente, basado en el tema de estudio actual:

“la primera etapa del entrenamiento es la evaluación de necesidades de entrenamiento de la organización, que no siempre son muy claras y se deben diagnosticar a partir de ciertos censos e investigaciones internas capaces de localizarlas y descubrirlas. Las necesidades de entrenamiento son las carencias de preparación profesional de las personas, es decir, la diferencia entre lo que una persona debería saber y hacer y aquello que realmente sabe y hace” (Carrillo, 2014)

Cuando se identifican las carencias, la eliminación es mucho más rápida y benéfica para los empleados, ya que, al tener un mejor ambiente, se tiene también, un clima laboral excepcional para trabajar. Estos inventarios pueden realizarse en varios niveles, a continuación, se mencionan:

1. Análisis total de la organización.
2. Análisis del Recurso Humano
3. Análisis de las Operaciones y de las tareas de la institución.

1. Análisis total de la institución:

“implica el estudio de la institución como un todo, incluyendo al ambiente socioeconómico y tecnológico en el cual está situada la organización. Este análisis ayuda a responder la incógnita acerca de lo que debe instruir en términos de un plan, y establece la filosofía del entrenamiento para toda la institución. Consiste en determinar en donde deberá hacer énfasis el entrenamiento, en este sentido el análisis organizacional deberá verificar todos los factores (planes, fuerza laboral, eficiencia organizacional, clima organizacional, etc.), evaluar los costos implicados y los beneficios esperados del entrenamiento, en comparación con otras estrategias capaces de alcanzar los objetivos institucionales, y determinar así la política global relacionada con el entrenamiento. El entrenamiento se desarrolla de acuerdo con las necesidades de la institución. A medida que la organización crece, sus necesidades cambian y, por consiguiente, el entrenamiento deberá responder a la nueva demanda. Las necesidades deben inventariarse, determinarse

e investigarse con cierta periodicidad para establecer, a partir de ellas, los programas adecuados para satisfacerlas de manera conveniente”. (Ambrossio, 2009)

El entrenamiento debe ser una actividad continua y constante para que el desempeño de las personas sea el adecuado. Se debe recordar que la base principal de estos programas son las personas y su actitud para asimilar todo lo que se les quiere ofrecer de conocimientos.

2. Análisis del recurso humano

Para analizar el recurso humano se procura verificar la suficiencia de los colaboradores y que tan dispuestos están a aceptar información nueva ya sea cuantitativa o cualitativamente. Para la fuerza laboral es de suma importancia que la institución funcione correctamente, para esto se deben tomar en cuenta algunos puntos importantes para los entrenamientos que se lleven a cabo:

1. Cantidad de empleados de acuerdo con el departamento.
2. Edad de cada empleado de acuerdo con el departamento.
3. Puntaje del nivel de compromiso que posee con la institución.
4. Puntaje en el nivel de conocimiento exigido para cada empleado.
5. Actitudes de cada colaborador de acuerdo con el departamento en relación al trabajo y al sentido de pertenencia con la institución.
6. Desempeño cuantitativo y cualitativo de cada colaborador.
7. Nivel de habilidades para cada empleado
8. Potenciales para definir si se puede reclutar internamente.
9. Potenciales para definir si se puede reclutar externamente.
10. Definir el tiempo de entrenamiento necesario para el equipo laboral.
11. Definir el tiempo de entrenamiento necesario para nuevas personas reclutadas.
12. Determinar los índices de ausentismo.
13. Determinar los índices de la rotación del personal.
14. Describir y analizar los cargos.

Cada uno de estos se deben estar analizando continuamente, de esto depende que la organización cumpla sus metas y en función de los plazos establecidos lo logre de manera eficaz y eficiente.

3. Análisis de las Operaciones y tareas de la empresa

Para este enfoque, es limitada la información de la lista de necesidades, ya que se debería efectuar el análisis del cargo dependiendo de la persona ocupante y de los requisitos el cargo exige a la persona que estará al frente. La organización y los colaboradores deben tomar en consideración las actividades y los cargos actuales para los que las personas fueron entrenadas. Este análisis sirve para comprobar las habilidades y conocimientos y sobre todo la personalidad de los ocupantes de estos puestos. Este estudio debe tomar en consideración el área del hospital en la cual se implementarán todas estas capacitaciones y entrenamientos. Este punto consta de algunos datos, a continuación, se nombran:

- Patrón adecuado de desempeño para los cargos.

- Definición de tareas y actividades que componen el cargo.
- El cómo hacer para desempeñar de forma correcta cada tarea y mantener los patrones exigidos para el desempeño.
- Finalmente, se mencionan las habilidades, actitudes y conocimientos para desempeñar las tareas.

Para el análisis de las operaciones, se comprende de un proceso de descomposición de los cargos, esto para verificar las habilidades, las cualidades personales y para definir las responsabilidades de estos agentes en cada ámbito del desarrollo de sus funciones.

Identificación de necesidades de entrenamiento

De acuerdo con varios autores, este inventario se puede definir de la siguiente manera:

“El inventario de necesidades de entrenamiento es un diagnóstico que debe basarse en información pertinente, gran parte de la cual debe ser agrupada de modo sistemático, en tanto que otra reposa disponible en manos de ciertos administradores de línea.” (Cardenas)

“El inventario de necesidades de entrenamiento es una responsabilidad de línea y una función de staff: corresponde al administrador de línea la responsabilidad de detectar los problemas provocados por la carencia de entrenamiento.” (Carrillo, 2014)

Los medios principalmente usados para realizar el inventario de las necesidades de entrenamiento son algunos de los que se nombran a continuación:

- Evaluación del desempeño:
Estas evaluaciones sirven para demostrar que tanto el empleado conoce y ha puesto en práctica de lo explicado y desarrollado en las capacitaciones. Esto es muy importante para saber en qué se debe mejorar en futuros entrenamientos.
- Observación:
La directa y la indirecta, de eso depende como el sentido común soporte la idea de las capacitaciones y que tanto se refuercen para mejora individual y colectiva de los empleados de una institución pública o privada.
- Cuestionarios:
Desarrollar medios para evaluar el conocimiento de los colaboradores y que quede en el tiempo para futuros entrenamientos.
- Solicitud de responsables:
Los líderes de las áreas son los responsables de medir el rendimiento de sus empleados y determinar si es necesaria una capacitación de algún tema en particular para ellos.
- Entrevistas con los responsables:

Se debe evaluar si lo que solicitan los responsables de área es verdaderamente lo que necesita la institución para fortalecer su alcance de objetivos.

- Reuniones con los departamentos entrenados:
Estas reuniones fortalecen los lazos entre departamentos y mejoran las relaciones interpersonales entre ellos.
- Exámenes a los colaboradores:
Estos exámenes son necesarios para conocer las necesidades básicas y complementarias de los colaboradores y poder ejercer normativas para este aspecto.
- Análisis de cargos:
Es vital para las organizaciones realizar por lo menos un análisis de cargos cada año, ya que esto sirve para fortalecer el cargo de la persona y a la persona que se designe para el mismo.
- Informes periódicos:
Los informes periódicos reflejan una idea de cómo se encuentra la institución en este ámbito, es por eso que es de suma importancia que todo esté de acuerdo a las medidas y objetivos que se toman.

Programación del entrenamiento o capacitación

Una vez que ya se tiene una idea de la lista de necesidades existentes, hay que preguntarse cuál es la prioridad para la organización, a continuación, se muestran algunas preguntas que se pueden realizar para definir este punto:

- ¿Cuáles son las necesidades más importantes de la institución?
- ¿En qué estamos fallando a simple vista?
- ¿Del reporte de quejas, que área es la más afectada?
- ¿Cuáles son las causas?
- ¿Es personal nuevo o con antigüedad?
- ¿Es necesario aplicar indicadores?
- ¿En cuánto tiempo se puede solucionar?
- ¿Cuánto tiempo tiene establecido la compañía para solucionar esto?
- ¿Es una necesidad permanente o temporal?
- ¿Puede ser costoso?
- ¿Existen opciones para impartir este entrenamiento?

Estas preguntas ayudarán a la persona encargada a resolver de manera ágil el inconveniente de definir las prioridades. Por otro lado, los costos y los tiempos a pesar de que se pueden definir se deben dejar para discutirlos con los jefes de área y los colaboradores que manejen estos rubros directamente.

A través de la historia se ha observado la forma como ha evolucionado el concepto y la importancia del factor humano dentro de las organizaciones, como una estrategia clave para el éxito y el crecimiento de esta. Gracias a ello, las instituciones han desarrollado planes de mejoramiento con el fin de conservar, descubrir y aprovechar habilidades que

tal vez el mismo hombre no sabía de sí mismo, creando un equilibrio de crecimiento y beneficio mutuo, entre los empleados y el hospital.

Conclusiones.

- Como resultado de las investigaciones realizadas, se toma en cuenta que las faltas del liderazgo operativo constituyen el obstáculo a nivel general dentro del Hospital del IESS del Cantón Milagro para el mejoramiento en el servicio de consulta externa, además de medios para dar capacitaciones a nivel general, se puede indicar que:
 - a) No existen muchas opciones de capacitaciones en este sector.
 - b) Se puede especificar que la capacitación no es la acorde para el puesto que se encuentra desempeñando el empleado en la institución.
 - c) Se puede indicar a la capacitación como uno de los requisitos para que se promuevan a otros cargos.
 - d) Se deberá respetar el programa de capacitación luego de que este se encuentre elaborado.
 - e) Es necesario establecer limitantes para los jefes de área en referencia a la solicitud de los cursos de capacitación del personal.
 - f) Es requerimiento limitar el desarrollo laboral del hospital del IESS.
 - g) Se precisa ser más rápido y eficaz el conseguir los objetivos del hospital del IESS.
 - h) No se encuentra al momento que exista un cumplimiento en lo referente al Sistema Integrado de Gestión de Calidad en el Hospital del IESS del Cantón Milagro.
- En definitiva, se determina que es muy difícil lograr la implementación de este tipo de iniciativas por cuanto existe la falta de continuidad en los funcionarios que son los responsables de aplicar este tipo de programas por cuanto los cambios de administración en el hospital del IESS conllevan cambios de funcionarios.
- Además, la capacitación presenta una excelente oportunidad para ampliar la base de conocimientos de todos los empleados del hospital, pero muchos empleadores consideran que las oportunidades de desarrollo son caras. Los empleados del hospital también pierden tiempo de trabajo mientras asisten a las sesiones de capacitación, lo que puede demorar la finalización de los proyectos. A pesar de los posibles inconvenientes, la capacitación y el desarrollo brindan a la institución de salud en su conjunto ya los empleados individuales beneficios que hacen que el costo y el

Referencias Bibliográficas.

- Abdala, E. (2001). Experiencias de capacitación laboral de jóvenes en América Latina, Última década. (online) 2001, vol. 9 n. 14 pp.113-135. Recuperado el 29 de octubre de 2010, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0718-223620010000100007&lng=es&nrm=iso
- ADEXNEWS. (30 de 9 de 2014). *Adexperu boletín de noticias N° 680*. Obtenido de <http://www.adexperu.org.pe/BoletinesD/Prensa/BPrensa.asp?bol=1945&cod=107>

- Alban, N. (s.f.). *Oportunidades de mejora para los entrenamientos*. 2013.
- Ambrossio, J. (2009). *Definiciones de capacitaciones para organigramas*. La paz.
- Asamblea Nacional. (13 de julio de 2011). *Constitución de la República 2008*. Obtenido de Asamblea Nacional: www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional. (13 de junio de 2011).
www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_const.pdf. Obtenido de Constitución 2008: www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Briceño, A. (1985). *Derecho individual del Trabajo*. México. Harla. 95 #106 / Año 39
- Centro de investigación e innovación tecnológica. (2009). *Manual de Sistema Integrado de Gestión de la Calidad*. México. Instituto Politécnico Nacional.
- Benavides, L. (2010). *Actitudes personales para el ser humano*.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. México. Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. México. Mc Graw Hill.
- Cardenas, N. (s.f.). *La evaluación del desempeño*. 2009.
- Carrillo, M. B. (2014). *Programa para el Liderazgo*.
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008. (s.f.).
- De luna, A. (2008). *Capital humano*. México.
- Diezcansco, M. (2015). *El aprendizaje por medio de los planes de capacitación*. 37.
- Donabedian, A. (s.f.). *Universidad de Michigan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/los-diferentes-conceptos-de-calidad-en-salud/>
- El Comercio. (29 de septiembre de 2015). *adipiscor.com*. Obtenido de [adipiscor.com](https://www.adipiscor.com/como/807/Afiliacion-al-IESS-de-las-Trabajadoras-no-Remun): <https://www.adipiscor.com/como/807/Afiliacion-al-IESS-de-las-Trabajadoras-no-Remun>
- El Comercio. (26 de enero de 2016). <https://www.adipiscor.com/como/807/Afiliacion-al-IESS-de-las-Trabajadoras-no-Remun>. Obtenido de [adipiscor.com](https://www.adipiscor.com/como/807/Afiliacion-al-IESS-de-las-Trabajadoras-no-Remun): <https://www.adipiscor.com/como/807/Afiliacion-al-IESS-de-las-Trabajadoras-no-Remun>
- Elizondo, C. (2012). *Capacitaciones permanentes para mejorar la productividad*.
- Espinoza, M. J. (s.f.). *Procesos de entrenamiento o capacitación en una organización*. 2010.

- Ibañez, J. L. (2011). *Capacidades y habilidades de los sistemas de capacitación*. Colombia.
- INEC. (2014). *www.Inec.gov.ec.Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. (2005). Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/inst-quienes-somos>
- Moran, B. S. (2012). *La fuerza laboral en la organización*.
- Nacional, A. (5 de octubre de 2015). <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/afiliacion-de-las-trabajadoras-no-remuneradas-del-hogar>. Obtenido de www.asambleanacional.gob.ec: <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/afiliacion-de-las-trabajadoras-no-remuneradas-del-hogar>
- Reyes, R. (2003). *Comunicación y mercadotecnia política*. Mexico: Limusa.
- Trillas. Dessler, G. (2001). *Administración de Personal*. México. Pearson Educación.
- Trillas. Granier, C. (2008). *Organizaciones que aprenden*. Recuperado el 20 de marzo de 2008, de http://top5km.blogspot.com/2009_10_01_archive.html
- Santiago. Mideplan. Gómez, R. (2006). *Administración de los recursos humanos en instituciones educativas*. México.
- valverde, J. V. (11 de Mayo de 2016). *Los diferentes conceptos de Calidad en la Salud*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/los-diferentes-conceptos-de-calidad-en-salud/>

Para citar el artículo indexado.

Lopez T. & Serrano G., (2019). La capacitación enfocada en el liderazgo operativo como instrumento para mejorar el servicio de consulta externa en el Hospital del IESS del Cantón Milagro. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 266-283. Recuperado desde: <http://visionariodigital.org>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 26-02-2019 /Aceptado: 28-03-2019/ Publicado: 05-04-2019

Política Monetaria en el Ecuador.

Monetary Policy in Ecuador.

Lenin Agustín Chamba Bastidas.¹, Doris Maribel Sánchez Lunavictoria.², Homero Eudoro Suárez Navarrete.³, María Alexandra Procel Silva.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.476>

Resumen.

Con la promulgación de la Ley General de Instituciones del Sector Financiero en 1994, se facilita la creación de una institución financiera y reduce los sistemas de control, de 24 bancos que había en el año 1994, aumentaron a 96 en 1999, denota con claridad el facilismo que se dio desde el punto de vista legal para que se puedan crear bancos en el Ecuador a efectos de resolver los problemas económicos del país, es necesario ejecutar una política de manera integral. Se debe considerar la política del sector externo, especialmente de los países con los cuales tenemos mayor relación comercial o de aquellos que tienen mucha influencia a nivel mundial, la realidad económica es diferente y por lo tanto los efectos y acciones posiblemente difieran entre sí.

Palabras clave: Política Monetaria, Ley General, Instituciones Financieras, Bancos

Abstract

With the enactment of the General Law of Financial Sector Institutions in 1994, it facilitates the creation of a financial institution and reduces the control systems, from 24 banks that were in 1994, increased to 96 in 1999, clearly denotes the Facility that was given from the legal point of view so that banks can be created in Ecuador in order to solve the economic problems of the country, it is necessary to implement a policy in a comprehensive manner. The policy of the external sector must be considered, especially

¹ Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, lenin.chamba@epoch.edu.ec

² Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, doli.sanchez@epoch.edu.ec

³ Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, homero.suarez@epoch.edu.ec

⁴ Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, maria.procel@epoch.edu.ec

of the countries with which we have the greatest commercial relationship or those that have a great influence at world level, the economic reality is different and therefore the effects and actions may differ among themselves.

Keywords: Monetary Policy, General Law, Financial Institutions, Banks

Introducción.

Al igual que la política fiscal, la política monetaria⁵ también es una rama de la política económica y se la utiliza como herramienta para influir de manera positiva en la economía de un determinado país.

Para la mayoría de las personas, la crisis financiera de 1999, la más alta del período en el Ecuador y la causante de muchos problemas económicos y sociales, nace aparentemente de una relación de tipo de cambio, si bien es lo que se veía en aquellos días, la distancia del dólar y la moneda ecuatoriana de manera acelerada, incrementando el índice de pobreza en la mayoría de ecuatorianos y en otros casos, mejorando sustancialmente el patrimonio o al menos aquel que pudo obtener dólares, no tuvo afectación significativa.

Con la promulgación de la Ley General de Instituciones del Sector Financiero en 1994, se facilita la creación de una institución financiera y reduce los sistemas de control, evento que en la actualidad es en parte similar con lo que respecta al sector financiero cooperativo, sector en el que la Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria ha intervenido con frecuencia debido a los problemas estructurales que presentan ciertas cooperativas.

De 24 bancos que habían en el año 1994, aumentaron a 96 en 1999, dato que denota con claridad el facilismo que se dio desde el punto de vista legal para que se puedan crear bancos en el Ecuador y sin el control representativo, a tal punto que los créditos vinculados a sus propios accionistas o administradores sin las suficientes garantías aparentemente, no se podían recuperar por algún medio y con la finalidad de evitar la crisis y garantizar el sistema financiero, es el Estado quien tiene que aportar los recursos, muchos de ellos de las reservas, con el firme propósito de salvar el sistema financiero,

⁵ Acción de las autoridades monetarias dirigida a controlar las variaciones en cantidad disponible o en el coste del dinero en el mercado con la finalidad de conseguir determinados objetivos de carácter macroeconómico. Estos objetivos son generalmente el control de la inflación, la reducción del desempleo, la consecución de una tasa de crecimiento de la renta o producción de una tasa de crecimiento de la renta o producción real y la mejora en el saldo de la *balanza de pagos*. Los principales instrumentos con los que cuenta para alcanzar dichos objetivos son el *coeficiente de caja* y las operaciones de redescuento, de crédito y de *mercado abierto*.

entonces claro, la estrategia fue interesante, quebrar el banco y esperar que el estado lo salve, sin importar el nivel de afectación y efectos negativos al Estado y el pueblo en general.

Si a lo indicado le sumamos otros fenómenos de otro sector, pero que de igual manera agudizan el problema económico, como la guerra con el Perú en 1995, los terremotos que paralizaron la explotación y exportación de nuestro producto preciado, el petróleo, los bajos precios del petróleo y el fenómeno climático denominado El Niño, hicieron que la política monetaria sea tan efímera para solucionar problema de tal dimensión.

La capacidad u oferta de servicios bancarios era superior a la demanda, motivo por el cual los precios del recurso dinero o las tasas de interés como comúnmente se las conoce, tendieron a modificarse por tratar de captar el ahorro y como era de esperarse, la especulación por obtener dólares y llevarlos al exterior fue mayor que la atención de las tasas bancarias.

Cada decisión que se tomaba después del año 1994, simplemente no era suficiente para solucionar el problema presentado; es muy probable que la convertibilidad que proponía el ex presidente Abdala Bucarán, pudo ser un freno al tipo de cambio e inflación y al problema económico que en general se veía venir, sin embargo, los problemas políticos y de corrupción que se manifiesta en su momento, promovieron una gran resistencia por parte de la ciudadanía, dejando sin la posibilidad que se ejecute el planteamiento de convertibilidad.⁶

La dolarización que para unos no fue la solución, considero que, si evitó gran parte del empeoramiento del problema, si en un mediano plazo el Ecuador presentara problemas económicos, pienso que no serían por causa de la dolarización, sino por causa de la producción, recordemos que el sector real es el dirimente en el camino de la economía de un país y es justamente el petróleo, el que está ya comprometido.

Desarrollo

⁶ La **convertibilidad** es un [sistema monetario](#) que fija el valor de una moneda con el de otra considerada más estable (generalmente el [dólar](#) o el [euro](#)) u otro patrón (por ejemplo el [oro](#)). La ventaja de un sistema monetario convertible, es lograr previsibilidad en el valor de una moneda y evitar saltos inesperados en su cotización. La desventaja es la rigidez monetaria, que puede llegar a causar valores irreales (sobrevaloración o subvaloración), impidiendo que la elasticidad del precio de la moneda corrija este tipo de situaciones.

Como bien se observa en la definición de la política monetaria, ésta será trabajada desde el análisis de la variación del PIB, inflación, desempleo y balanza de pagos.

La teoría de Keynes fué y es una de las más representativas en lo que respecta a política monetaria, sin dejar de lado el fundamental aporte de los monetaristas como Milton Friedman y la escuela de Chicago, quién tomando las sugerencias de otros autores, dio batalla significativa al pensamiento de Keynes, consideró que el problema de la inflación se resolvería con restricciones de la oferta monetaria y una tasa constante y moderada.

Sin embargo, Keynes planteó su teoría basada en que la demanda global que es la que mueve la actividad económica y para resolver el problema de desempleo con la política monetaria, propone bajar las tasas de interés para que los inversionistas tengan recursos más baratos para trabajar y así fomentar las exportaciones mediante una disminución del tipo de cambio que permita combatir el desempleo.

Partimos de la siguiente ecuación.

$$D_g = C + I + G + E_x$$

$$\text{Desempleo } \uparrow D_g = \downarrow I + E_x \uparrow \text{ del tipo de cambio}$$

Para combatir la inflación, básicamente es lo contrario de lo indicado en el párrafo anterior, esto es desestimular la demanda global, mediante la subida de las tasas de interés y promoviendo una elevación del tipo de cambio.

$$\text{Inflación } \downarrow D_g = \uparrow I + E_x \uparrow \text{ del tipo de cambio}$$

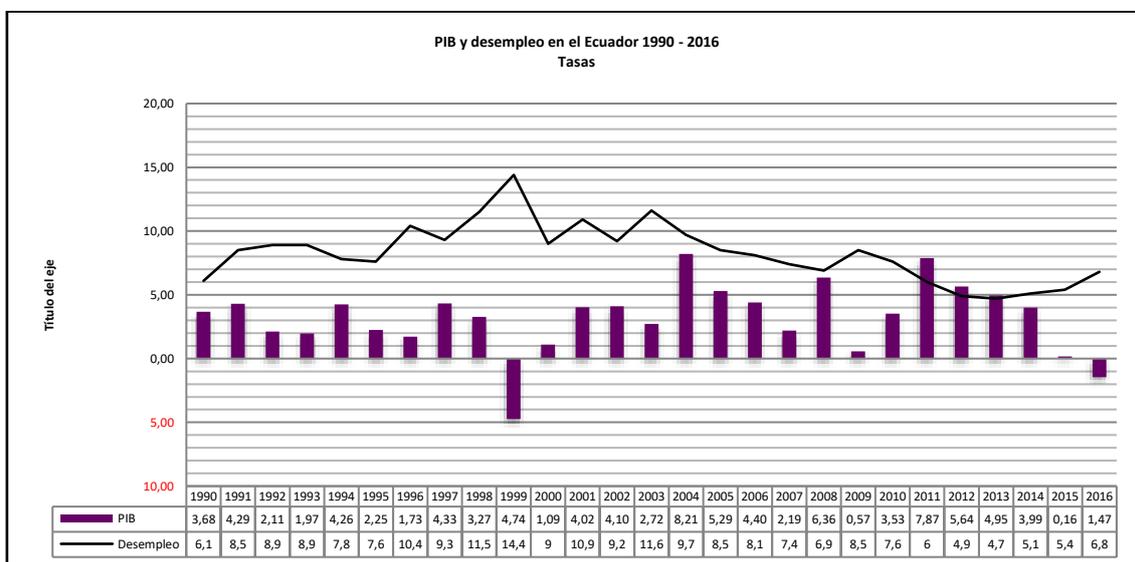
La teoría de Keynes como lo hemos venido revisando, está ligada a la demanda global mientras que la teoría de Milton Friedman está ligada a lo que es la oferta y de manera particular la oferta monetaria.

Según Michael Parkin y Eduardo Loria Díaz, los objetivos de la Política Monetaria son: máximo empleo, precios estables y tasas de interés a largo plazo moderadas. Estos

objetivos podrían entrar en conflicto a mediano plazo y a largo plazo, podrían estar en armonía. (Loria, 2010)

Sin duda alguna, alcanzar estos y otros objetivos macroeconómicos, no es fácil a pesar que ciertos países cuentan con mejores condiciones, una de las causas principales que considero está discurrida con un eje transversal en cualquier tema económico, es la política internacional, las políticas que toman el sector externo independientemente de lo que se resuelva de manera interna, es fundamental considerar o al menos tener una base y seguimiento de lo que pretenden hacer otros países que tiene influencia directa con el nuestro.

Gráfico 1
Variación del PIB a precios constantes (1990 – 2016)



Fuente : CEPAL (<https://www.cepal.org/es>)

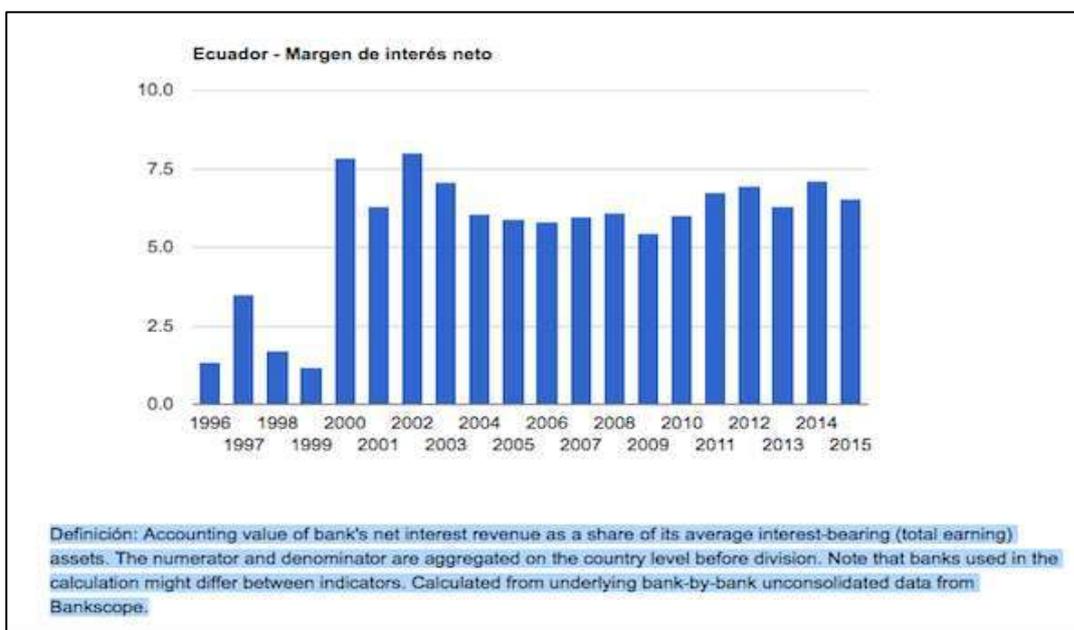
Elaborado : Autor

Si observamos el gráfico uno, podemos evidenciar con claridad la relación inversa que tuvo el PIB y el desempleo en el año 1999, mientras la inflación sube de manera excesiva, el PIB baja con velocidad y distancia similar.

Las tasas de interés posterior a la crisis, especialmente la tasa activa, sigue alta para el año 2001 (www.cepal.org, 2018) con relación al resto del periodo (tasa de 16,03) llegando hasta el 8,4 para el año 2016, mientras que la tasa pasiva esta relativamente en todo el periodo en un rango de 4 a 8 puntos.

La distancia entre la tasa activa y pasiva entre el 2000 y 2004, es mayor que la del 2005 al 2016, lo que significa que saliendo de una crisis financiera significativa de 1999, la propuesta de alzar las tasas para disminuir la demanda global y así estabilizar el empleo y la inflación, posiblemente dieron un resultado positivo, ya que la tendencia de la curva tanto en inflación como desempleo, tendieron a la baja. Ahora bien, después de tan elevada curva en 1999 para ambos problemas, el escenario consolador, era que no suba más y se mantenga la curva, en este caso cambió la tendencia con pendiente negativa de las curvas, lo cual es de mayor beneficio.

Gráfico 2
Margen de interés neto (1996 – 2015)



Fuente : CEPAL - (theglobaleconomy.com, 2008)

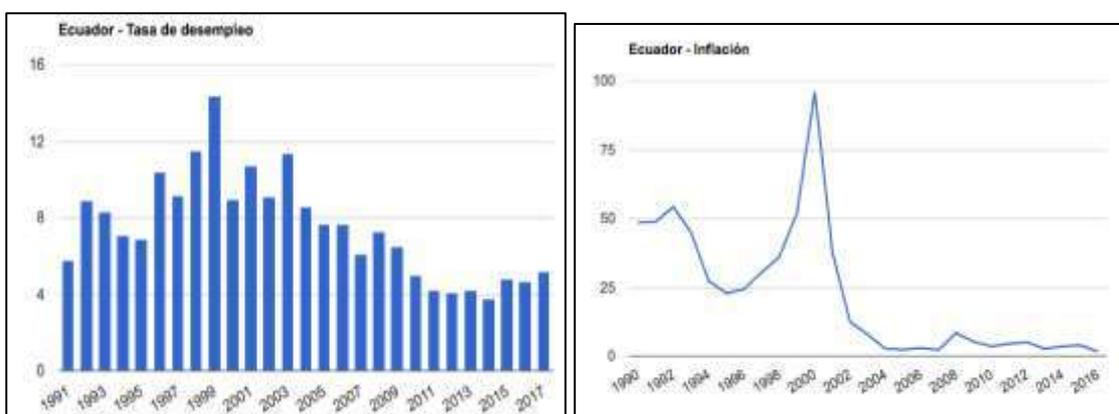
Elaborado : Autor

Respecto del gráfico dos, podemos denotar que en el año 1999, es cuando menos ingresos recibe el sector bancario, lo cual corrobora lo anteriormente indicado, el problema nace con las facilidades y falta de control para incrementar instituciones financieras y efectuar créditos vinculados, lo cual produce principalmente que la oferta de servicios es demasiado mayor para el mercado y por lo tanto los costos son muy altos, más el no pago de intereses ni capital por el tema de créditos vinculados, el resultado es bastante negativo.

En el año 2000, se reactiva la economía y la curva de la tasa de crecimiento del PIB, comienza a tener pendiente positiva, efecto que obedece en gran parte al tema de dolarización.⁷

También se puede observar que, la tasa del año 2015, es menor que la del año 2014 y la tendencia se deja ver para abajo es decir los ingresos netos van disminuyendo en tendencia.

Gráfico 3
Tasa de desempleo e inflación



Fuente : Theglobaleconomy (theglobaleconomy.com, 2008)

Elaborado : Autor

La teoría explica que hay una relación inversa entre la inflación y el desempleo, cuando el uno sube el otro baja y viceversa, pero en las siguientes gráficas podemos confirmar en el Ecuador y para el año 1999 especialmente, crecieron las dos variables, la inflación y el desempleo.

Actualmente el Ecuador no cuenta con ciertos instrumentos que le permitan trabajar en política monetaria, como es el tipo de cambio, al no tener una moneda local, no se puede influir en bajar o subir las exportaciones.

⁷ La **dolarización** es el proceso por el cual un país adopta de manera oficial el uso de la moneda estadounidense, de allí el origen del término, para su uso en transacciones económicas domésticas. La moneda extranjera estadounidense reemplaza a la moneda doméstica en todas sus funciones (reserva de valor, [unidad de cuenta](#), medio de [pago](#)). Es adoptada como moneda de curso legal exclusiva o predominante, perdiendo o cediendo parte de [soberanía monetaria](#).

Las políticas restrictivas y expansivas deben ser ejecutadas con precisión y cautela, a diferencia de otras ciencias, la Economía no tiene un laboratorio que le permita hacer pruebas efectivas.

Conclusiones.

- A efectos de resolver los problemas económicos de un determinado país, es necesario ejecutar una política de manera integral, especulando todos los posibles escenarios que se pudieran presentar e involucrando cada herramienta económica a una alternativa global.
- Se debe considerar la política del sector externo, especialmente de los países con los cuales tenemos mayor relación comercial o de aquellos que tienen mucha influencia a nivel mundial.
- Las leyes que se promulgue, deben ser apegadas a hechos reales y objetivos, no se debe presumir lo que podría suceder, se debe hacer al menos un análisis que si bien no exime de riesgo alguna, pero si lo minimiza.
- Las teorías no se deben aplicar de manera estricta, ya que la realidad económica es diferente y por lo tanto los efectos a mismas acciones posiblemente difieran entre si.

Referencias Bibliográficas.

Constitución de la República de Ecuador. (2008). Quito: Registro Oficial .

Wikipedia. (09 de 02 de 2008).

https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_fiscal. Recuperado el 09 de 02 de 2008, de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_fiscal

Arthur Andersen . (1999). *Diccionario de Economía y Negocios* . Madrid, España: Espasa Calpe, S. A.

Roura, J. R. (2010). *Política Económica*. (C. Sanchez, Ed.) Madrid, España: INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

<https://www.cepal.org/es>. (s.f.). <https://www.cepal.org/es>. Recuperado el 05 de 01 de 2008, de <http://interwp.cepal.org/cepalstat/engine/index.html>: <http://interwp.cepal.org/cepalstat/engine/index.html>

www.inec.gob.ec. (10 de 02 de 2008). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/#>: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/#>

<https://www.iadb.org>. (15 de 02 de 2008). <https://www.iadb.org>. Obtenido de <https://publications.iadb.org/handle/11319/8601>: <https://publications.iadb.org/handle/11319/8601>

theglobaleconomy.com. (03 de 01 de 2008). *theglobaleconomy.com*. Obtenido de http://es.theglobaleconomy.com/Ecuador/Government_size/:
http://es.theglobaleconomy.com/Ecuador/Government_size/

www.cepal.org. (16 de 02 de 2018). *www.cepal.org*. Obtenido de <http://interwp.cepal.org/cepalstat/engine/index.html>:
<http://interwp.cepal.org/cepalstat/engine/index.html>

Loria, M. P. (2010). *Macroeconomía versión para Latinoamérica*. (Vol. 9). México DF, México: PEARSON.

Para citar el artículo indexado.

Chamba L., Sánchez D., Suárez H., Procel M.. (2019). Política Monetaria en el Ecuador.. *Revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 284-293. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org/>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 27-02-2019 / Aceptado: 28-03-2019 / Publicado: 05-04-2019

El impuesto a los consumos especiales (ICE) aplicado a las bebidas alcohólicas incluida la cerveza.

The special consumption tax (ICE) applied to alcoholic beverages including beer.

Fanny Graciela Egas Moreno.¹, Luz Marina Cifuentes.², Domitilo Toala Preciado.³, Proaño Gonzalez Esther Angélica.⁴

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.477>

Resumen.

El impuesto a los consumos especiales (ice) aplicado a las bebidas Alcohólicas incluida la cerveza en el Ecuador, es una investigación de enfoque cuantitativo, de alcance correlacional y de corte longitudinal que partió desde la identificación del problema de estudio y la situación actual según la reforma del 01 de Mayo del 2016, que aplica el Impuesto a los Consumos Especiales(ICE) a las Bebidas Alcohólicas, en base a la información se definieron claramente los objetivos tanto generales y específicos, por lo tanto el estado del arte ayudo afianzar los resultados que engloban características y conceptos relacionados con el tema de estudio y de investigación. Para su desarrollo utilizamos el método deductivo y analítico que se aplicó con énfasis al reconocimiento de la problemática y el conocimiento general de las variables el tipo de investigación fue descriptiva y de campo mientras el diseño fue no experimental. La población y la muestra fueron seleccionadas de la matriz de contribuyentes autorizados para la comercialización de bebidas alcohólicas, la recolección de datos se realizó mediante una encuesta que permitieron definir las respectivas conclusiones y recomendaciones cumpliendo con los objetivos de estudio que permitieron elaborar y determinar cómo incide la reforma Tributaria (ICE) en los impuestos a los consumos especiales en las bebidas alcohólicas.

Palabras claves: Impuesto, Reforma administrativa, alcoholismo, Contabilidad Nacional

¹ Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Esmeraldas Ecuador, fanny.egas@utelvt.edu.ec

² Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Esmeraldas Ecuador, luz.cifuentes@utelvt.edu.ec

³ Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Esmeraldas Ecuador, domitil2009@hotmail.com

⁴ Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Esmeraldas Ecuador, esther.proano@utelvt.edu.ec

Asbtract

The tax on special consumption (ice) applied to alcoholic beverages including beer in Ecuador, is a quantitative approach research, correlational scope and longitudinal cut that started from the identification of the study problem and the current situation according to the reform of May 01, 2016, which applies the Special Consumption Tax (ICE) to alcoholic beverages, based on the information, the general and specific objectives were clearly defined, therefore the state of the art helped to consolidate the results which encompass characteristics and concepts related to the subject of study and research. For its development we used the deductive and analytical method that was applied with emphasis to the recognition of the problem and the general knowledge of the variables. The type of research was descriptive and field while the design was non-experimental. The population and sample were selected from the matrix of authorized taxpayers for the commercialization of alcoholic beverages, data collection was performed through a survey that allowed to define the respective conclusions and recommendations fulfilling the study objectives that allowed to elaborate and determine how the Tax Reform (ICE) affects taxes on special consumption in alcoholic beverages.

Keywords: Tax, Administrative reform, alcoholism, National Accounts

Introducción

Ecuador ocupa el sexto lugar a nivel de Latinoamérica en el consumo de alcohol por lo cual el gobierno con otros organismos de control tanto nacionales como extranjeros plantea medidas para disminuir y el excesivo consumo de alcohol, como medida de prevención ante las excesivas muertes que causa por ingerir bebidas alcohólicas (Servicios de Rentas Internas , 2018). A partir del 01 de mayo de 2016, está vigente la nueva tarifa específica de bebidas alcohólicas incluida la cerveza establecida por el Servicio de Retas Internas en las cuales se encuentran nuevas tarifas específicas y AD VALOREM para el cálculo del (ICE), la misma que se encuentra establecida en la Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas, publicada en el Suplemento del Registro Oficial 744 del 29 de abril de 2016 (Servicios de Rentas Internas , 2018). El análisis de este problema socio/económico pretende evidenciar que ha ocasionado que en la ciudad de Riobamba incrementa su consumo de alcohol, lo cual debió disminuir. En otras naciones y en nuestro país, el gobierno obliga a vender bebidas alcohólicas a mayores de 18 años, no vender los días domingos y definir un horario de atención donde se expendan toda clase de bebidas alcoholizadas, lo que no es suficiente para disminuir el consumo masivo. Sin embargo, no podemos dejar de notar los ingresos que este impuesto (ICE) ha generado para el país, en lo que tiene ver recaudación de impuesto. (Córdova , 2013)

El Servicio de Rentas Internas (SRI) y Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) son las principales entidades reguladoras de la percepción de este impuesto cada año analizan puntos a favor y en contra de la recaudación de todos tributos que se recaudan en el Ecuador

como son; mensuales, semestral y anualmente (SRI, 2018). La falta de cultura tributaria y la irresponsabilidad en el cumplimiento por parte de muchos contribuyentes en la declaración de impuestos y retraso de los mismos, originan multas e intereses sobre dichos pagos, lo que no genera más ingresos. (Zabala , 2015)

Los impuestos en el Ecuador tienen como objetivo principal la distribución de los recursos necesarios y equitativos para cubrir los gastos que debe hacer el Estado anualmente mediante el Presupuesto General del Estado (PGE), existen dos principales tipos de impuestos; los directos son los que recaen sobre las personas o entidades y gravan directamente la capacidad económica de las personas, mientras que los impuestos indirectos grava el consumo, no afecta de manera directa los ingresos de un contribuyente sino que recae sobre el costo del consumidor final (Sierra , 2015). Bajo estos antecedentes la presente investigación se encuentra basada en un estudio y análisis del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) a las bebidas alcohólicas incluida la cerveza como producto específico, mediante la última reforma del 01 de Mayo del 2016 establecida en la Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas, publicada en el Suplemento del Registro Oficial 744 del 29 de abril de 2016 (Asamblea Nacional Del Ecuador , 2008). Determinar cuál fue su impacto de efectividad y evolución en la recaudación tributaria en el cantón Riobamba y así describir, analizar los posibles efectos económicos y sociales que causa el impuesto, y conocer como el gobierno toma medidas por el excesivo consumo de alcohol, la metodología que se utilizó se basa en una investigación descriptiva y diseño no experimental, analítica, explicativa.

Mediante la aplicación del sistema tributario y sus entes reguladores para los impuestos a los consumos especiales es necesario comprender y conocer la base legal en la que se maneja; en el marco teórico especificando, a quien afecta directa o indirectamente este impuesto, al consumidor final como principal objeto de investigación, finalmente la información analizada y recopilada servirá para determinar las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados descritos anteriormente (Santillan, 2015).

El presente tema elegí es para saber y conocer cómo influye la nueva resolución emitida el 04 de mayo del 2016 y niveles máximos de ingresos y consumo de alcohol en la ciudad de Riobamba y que medidas preventivas el Gobierno ha tomado para controlar el excesivo consumo de alcohol. S

e ha comprobado que el consumo de bebidas alcohólicas incremento en el Ecuador según las dos últimas reformas tributarias, lo que sobrelleva a muertes y enfermedades catastróficas para la sociedad, por el consumo de este producto es una de las causas que contribuye negativamente a la salud de los consumidores igualmente positivamente a la recaudación de impuestos que favorece al estado ecuatoriano. Con el propósito de calmar o contrarrestar el consumo de bebidas alcohólicas se implementó el impuesto a los consumos especiales, la relación obtenida ha sido inversa ya que su finalidad cumplió otra al mismo tiempo, en sentidos opuestos.

Este trabajo logra demostrar los resultados obtenidos relacionados al impacto económico y social que ha marcado el impuesto a los consumos especiales en la comercialización de bebidas alcohólicas. El análisis del impacto económico social del impuesto a los consumos especiales en la comercialización de bebidas alcohólicas en la ciudad, podremos llegar a entender que la aplicación de las medidas que aplique el estado tiene efecto en la ciudadanía.

Mediante este análisis nos permitirá conocer minuciosamente el impacto que ha sufrido la economía ante las nuevas reformas tributarias en los consumidores de Bebidas alcohólicas.

Método y materiales

La metodología para realizar este análisis, será descriptiva y de enfoque cuantitativo, de alcance correlacional y de corte longitudinal la cual permitió obtener información confiable de fuentes primarias y secundarias mediante cuadros comparativos y para las encuestas con la recolección, depuración y validación de los datos e información obtenida mediante los diferentes estudios previamente elaborados.

Donde se aplicarán los siguientes métodos como es el deductivo, se aplicará en la comprensión de conceptos, principios, definiciones, leyes y normas generales que rodean a la Investigación el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) aplicado a las bebidas alcohólicas además el método analítico se aplicará con énfasis en el reconocimiento de la problemática en el Ecuador, así como en la determinación de conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos.

El diseño de la Investigación para obtener la información de la investigación es no experimental ya que no se van a manipular las variables y de enfoque cualitativo y de tipo de investigación de campo ya que se trabajar directamente con los expendedores y comercializadores de bebidas alcohólicas.

Población La población de la investigación constituye 315 expendedores autorizados por el Servicio de Rentas Internas (SRI) que se encuentran distribuidos en las parroquias de la ciudad de Riobamba para la venta y comercialización de bebidas alcohólicas hasta este año. Para el estudio se trabajará con encuesta. quien será dirigida a los representantes o dueños de las principales expendedoras y embotelladoras de un sector a los expendedores

Análisis de resultado

Esta vigente la nueva tarifa específica de bebidas alcohólicas incluida la cerveza, en las cuales se encuentran bebidas alcohólicas, cerveza artesanal e industrial y las nuevas tarifas específicas y valore para el cálculo del (ICE), la misma está establecida en la Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas, publicada en el Suplemento del Registro Oficial 744 del 29 de abril de 2016.

Tabla 1. Productos Marcados A Nivel Nacional

<i>Producto</i>	Productos Marcados A Nivel Nacional
Cerveza	1.971,414 millones
Bebidas alcohólicas	88,121 millones
Cigarrillos	115,309 millones
Total	2.174,844 millones

Elaborado por: Grupo investigador

Es un sistema de identificación, marcación, autenticación, rastreo y trazabilidad fiscal que se aplicará a cigarrillos, cervezas y bebidas alcohólicas de fabricación nacional. Este servicio brindará una solución integral para obtener información respecto de la producción, comercialización y aspectos de interés tributario de los mencionados productos gravados con el Impuesto a los Consumos Especiales ICE. El Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud (CMCT), fue firmado por Ecuador en marzo de 2004 y ratificado en julio de 2006. Su artículo 15 señala que es necesaria la eliminación de todas las formas de comercio ilícito de productos de tabaco (contrabando, fabricación ilícita y falsificación).

El 22 de julio de 2011 se publica en Ecuador, la Ley Orgánica para la Regulación y Control del Tabaco mediante el Registro Oficial Nro. 497, en el cual se establece las directrices para efectuar el control del tabaco.

El Protocolo para la eliminación del Comercio ilícito de productos del Tabaco, fue suscrito por Ecuador en el año 2013 y ratificado en junio de 2015. En su artículo 8, señala que cada parte establecerá bajo su control, un sistema de seguimiento y localización de todos los productos de tabaco que se fabriquen o importen en su territorio.

Tabla 2. ¿Sabe usted que existe reformas tributarias para bebidas alcohólicas?

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	17%
NO	75	83%

Elaborado por: Grupo investigador

Del total de 90 encuestados referentes al 100% podemos observar que 75 de los comercializadores de bebidas alcohólicas no saben o no tiene conocimiento de la existencia de reformas tributarias dando como resultado un 83%, y que 15 de comercializadores encuestados si tiene conocimiento proporcionando el 17% de la población encuestada.

Tabla 3. ¿Usted conoce lo que compone el ICE en bebidas alcohólicas para su comercialización?

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	24%
NO	68	76%

Elaborado por: Grupo investigador

De los 90 expendedores y comercializadores de bebidas alcohólicas entrevistados el 24% afirma que si tiene conocimiento como está compuesto el Ice para su comercialización, mientras que el 76% de la población restante tiene un desconocimiento.

Tabla 4. ¿Cree que el Impuesto (ICE) disminuyo el consumo excesivo de bebidas alcohólicas?

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	8%
NO	83	92%

Elaborado por: Grupo investigador

De los resultados obtenidos se desprende 7 expendedores entrevistados sobre un total de 90 que si piensa que el Impuesto a los Consumos Especiales disminuyo el consumo excesivo de bebidas alcohólicas en el Ecuador, por otra parte 83 expendedores y comercializadores piensan que no disminuyo el consumo de alcohol dando un total del 92% del total de la población entrevistada.

Tabla 5. ¿Cree que la última reforma tributaria actualizada en el 2016 aumento la recaudación de los tributos para el presupuesto General del Estado?

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	43%
NO	39	57%

Elaborado por: Grupo investigador

Se puede observar que el total de 90 encuestados, 51 afirman que la última reforma tributaria emitida en el 2016 aumento la recaudación de los tributos para el Presupuesto General del Estado dando un 43% y los 39 restantes consideran que no hubo un incremento de recaudación dando un total del 57% sobre el 100%.

Tabla 6. ¿Dejo de vender y comprar bebidas alcohólicas por el alza del impuesto (ICE) a las bebidas alcohólicas

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	23%
NO	69	77%

Elaborado por: Grupo investigador

Mediante la encuesta realizada se pudo determinar que 21 de los comercializadores y expendedores de bebidas alcohólicas en el Ecuador si dejo de vender y comprar por el alza del Ice dando un 23%, mientras que el 77% considera q no afecto sus ventas y compras siendo las 69 comercializadores restantes.

Tabla 7. ¿De las siguientes bebidas alcohólicas incluida la cerveza cual es la que tuvo mayor demanda de consumo?

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cerveza	58	64%
Vino	2	2%
Whisky	17	19%
Ron	8	9%
Tequila	5	6%
Otra	0	0%

Elaborado por: Grupo investigador

A través de la encuesta realizada para conocer cuál es la bebida que tiene mayor demanda de consumo en la ciudad de Riobamba en el año 2016 nos supieron manifestar 58 encuestados que es la cerveza tiene mayor demanda de consumo dando un 68%, seguido del whisky siendo un 19%, el ron con el 9%, seguido del tequila con el 6% y por último tenemos al vino con un 2% dando un total del 100% de la población encuestada.

Tabla 8. ¿Cuál del siguiente listado de bebidas alcohólicas incluida la cerveza le genero más ingresos económicos al establecimiento?

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cerveza	52	58%
Vino	0	0%
Whisky	20	22%
Ron	7	8%
Tequila	10	11%
Otra	1	1%

Elaborado por: Grupo investigador

La encuesta realizada para conocer cuál es la bebida alcohólica que le genera más ingresos económicos al establecimiento manifestaron que la cerveza con un 58% es la que les genera más ingresos, mientras que el whisky cuenta con el 22%, el tequila el 11%, el ron cuenta con el 8%, y por ultimo tenemos otras bebidas que 1 establecimiento manifestó que el zhumir le generaba más ingresos económicos con el 1%, dando un total del 100% de la población entrevistada.

Tabla 9. ¿Está de acuerdo que el gobierno disponga de tarifas específicas mediante reformas tributarias para las bebidas alcohólicas?

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	46	51%
NO	44	49%

Elaborado por: Grupo investigador

Al realizarla encuesta al referirnos si están de acuerdo que el gobierno disponga de tarifas específicas para bebidas alcohólicas 46 comercializadores nos supieron que, si están de acuerdo el 51%, mientras que 44 encuestados manifestaron que no están de acuerdo dando el 49% restante.

Discusión

Se pudo observar que existe una falta de información por parte de los comercializadores y expendedores de bebidas alcohólicas en el Ecuador, al momento de vender sus productos un 82% de comercializadores desconoce que existen reformas tributarias en bebidas alcohólicas,

de la misma manera existe una escasa cultura tributaria, esto implica una consecuencia como poner precios variados al momento de ser expendidos, de la misma manera desconoce cómo está compuesto el ICE en sus productos al momento de ser comercializados.

En cuanto a la interrogante sobre si piensan que el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) disminuyo el consumo excesivo de bebidas alcohólicas y la nueva reforma que fue emitida el 01 de Mayo del 2016 aumento la recaudación de los tributos en el Ecuador, en relación a los resultados obtenidos son que el consumo de bebidas alcohólicas va en aumento y representa el 57% y manifiestan que las personas no les importa pagar un valor adicional o extra por tomar una bebida alcohólica, y en relación si aumento la recaudación de los tributos ellos si piensan que mediante reformas el estado lograra recaudar mayores ingresos de impuestos y esto incrementará el presupuesto General del Estado para el próximo periodo. Con un 64% del total de encuestados manifestaron que la cerveza tiene mayor demanda de consumo en el Ecuador ya que es una bebida tradicional y que se la toma a cualquier hora del día ya que no es una bebida muy fuerte como el wisky, ron, tequila, aguardiente etc. De la misma manera el 58% manifestó la cerveza es la que le genera mayores ingresos económicos al establecimiento al momento de su comercialización. Las personas expendedoras y comercializadores manifestaron que están de acuerdo que el gobierno promulgue y disponga tarifas especificas mediante reformas tributarias para la comercialización de bebidas alcohólicas ya que esto les ayuda para tener precios fijos entre todos los comercializadores en tiendas, bares, restaurants, con un 51% del total de encuestados.

Conclusiones

- El incremento de los impuestos en los consumos especiales, es una medida que ha ayudado a mantener el presupuesto de nuestro país, sin embargo, no ha podido cumplir con el objetivo 30 primordial, ir reduciendo el consumo de bebidas alcohólicas. Los niveles de recaudación por el Impuesto a los consumos especiales (ICE) aumentó un 5.58% en relación a los años 2015 y esto hace referencia que si influye satisfactoriamente la aplicación de la nueva reforma tributaria. La bebida alcohólica que tiene mayor demanda de consumo y de ingresos económicos en los establecimientos autorizados por el Servicio de Rentas Internas (SRI) en el Ecuador es la cerveza, seguido del wiski y del tequila.

Referencias Bibliográfias

Asamblea Nacional Del Ecuador . (20 de mayo de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de www.oas.org: https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf

- Córdova , A. (2013). Análisis del impuesto a consumos especiales en el comercio exterior de whisky en el Ecuador, y su incidencia en el comercio exterior ecuatoriano, en el periodo 2008-2011. *Tesis pre grado UNiversidad Tecnológica Equinoccial*. Quito, Ecuador . Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8269/1/52728_1.pdf
- Hurtado , M., & Rodriguez , E. (2 de marzo de 2010). Impuesto al consumo especiales: Base imponibles. *Tesis de pre grado, Univerisdad de Cuenca*, 41. Cuenca, Azuay, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1421/1/tcon449.pdf>
- Santillan, J. (2015). *Sistemas de Control Interno* (Tercera edición ed.). México. Obtenido de http://www.pearsonenespanol.com/docs/librariesprovider5/santillana/9786073231190_santillana_resolucion_pdf51e66e8b436366b1aea8ff00004a2a88.pdf
- Servicios de Rentas Internas . (12 de abril de 2018). *Fiscalia Internacional* . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/fiscalidad-internacional2>
- Sierra , P. (15 de abril de 2015). Diseño e implementación de un manual de control interno para la asociación de ganaderos del Altiplano Cundiboyacense y Occidente De Boyaca “Asogaboy”. *Tesis de pregrado Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia*. Bogota. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2047/1/TGT-658.pdf>
- SRI. (2018). *Sistema de identificación, marcación, autenticación, rastreo y trazabilidad fiscal de bebidas alcohólicas, cervezas y cigarrillos de producción nacional*. Obtenido de SIMAR: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/simar>
- Zabala , R. (9 de febrero de 2015). El impuesto a los consumos especiales (ICE) aplicado a las bebidas alcohólicas en Ecuador, caso: cervezas (2008-2013). *Tesis de pos grado Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas*, 96. Guayaquil, Guayas, Ecuador . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7036/1/TESIS%20ROXANA%20ZAVALA%20.pdf>

Para citar el artículo indexado.

Egas F., Cifuentes L., Toala D., Proaño E. (2019). El impuesto a los consumos especiales (ICE) aplicado a las bebidas alcohólicas incluida la cerveza., *revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 294-304. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.





Recibido: 16-02-2019 / Aceptado: 25-03-2019/ Publicado: 05-04-2019

Gestión integral de activos fijos con enfoque en el control contable administrativo

Integral management of fixed assets with focus on administrative accounting control

Lady Alexandra García Jiménez.¹, Cecilia Ivonne Narváez Zurita.² & Juan Carlos Erazo Álvarez.³

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.479>

Abstract.

Nowadays, the Fixed Asset Management Models have become important tools for the easy achievement of strategic objectives within organizations. Therefore analyze their behavior, reduce costs, and maximize their investments are processes of great significance at the moment when a value is produced.

This article submits the proposal of a Fixed Asset Integral Management Model based on three main components: planning, execution, control, and performance. The particular feature of this model is the organization of the accounting system and administrative to leverage the resources of the organization and reach its maximum performance responsibly and sustainably.

To achieve the development of the model first a phase of Literature analysis related to the topic was carried out. Next, a diagnostic was made in the Agroartesanal Association of Ecological Producers of Palanda and Chinchipe from the province of Zamora Chinchipe, Ecuador. Then, a correlation matrix of the results was established, and subsequently, the model structure was sketched. Finally, each of its components was described.

Keywords: Fixed Assets, Integral Management, Audit Control, Administrative Control, Depreciation, Revaluation.

¹ Universidad Católica de Cuenca, Departamento de Posgrado, Cuenca, Ecuador, ladyalexandragarciajimenez@gmail.com

² Universidad Católica de Cuenca, Departamento de Posgrado, Cuenca, Ecuador, inarvaez@ucacue.edu.ec

³ Universidad Católica de Cuenca, Departamento de Posgrado, Cuenca, Ecuador, jcerazo@ucacue.edu.ec

Resumen.

En la actualidad los modelos de gestión de activos fijos se han convertido en herramientas que facilitan la consecución de los objetivos estratégicos en las organizaciones; por tanto, analizar su comportamiento, reducir sus costos y optimizar sus inversiones son procesos que revisten de gran importancia al momento de producir valor.

En este artículo se presenta la propuesta de un modelo de gestión integral de activos fijos, sustentado en cuatro ejes: planificación, ejecución, control y actuación. El modelo tiene como característica particular la articulación de los procesos contables y administrativos en forma práctica, de manera tal, que se aprovecha los recursos de la organización para alcanzar su máximo rendimiento de manera responsable y sostenible.

Para el desarrollo del modelo se inició con una fase de análisis de la literatura referente al tema, posteriormente se realizó un diagnóstico en la Asociación Agroartesanal de Productores Ecológicos de Palanda y Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe, Ecuador, luego se estableció una matriz de correlación de resultados, se bosquejó la estructura del modelo y finalmente se describió cada uno de sus componentes.

Palabras claves: Activo Fijo, Gestión Integral, Control Contable, Control Administrativo, Depreciación, Revalorización.

Introducción.

Santos (2008) y Agudelo (2013) expresan que en la actualidad un gran número de organizaciones, consideran a los activos fijos como un elemento determinante en sus planes estratégicos para alcanzar los objetivos planteados y sobre todo el éxito, por ende resulta imprescindible establecer una dinámica específica relacionada con su administración y mantenimiento, de tal manera que contribuyan a la generación de valor en la entidad, asegurando su estabilidad, competitividad y crecimiento en el mercado, obtenida a través del aprovechamiento correcto de la capacidad máxima de los activos en los procesos operativos y productivos, la reducción de sus costos siempre y cuando esto no conlleve a repercusiones negativas en su desempeño, disminuir su incidencia en el ambiente y minimizar los riesgos.

Una gestión integral de activos debe involucrar el área operativa, proyectos e ingeniería, área administrativa, productiva, adquisiciones y mantenimiento, esto con el fin de coadyuvar al mejoramiento de la confiabilidad de los activos y favorecerse de los resultados, a través de la aplicación de un cúmulo de procesos y herramientas que permiten hacer frente a la vertiginosa competencia y a las variaciones en el ambiente económico, incluyendo estrategias para disminuir e incluso evitar el mal uso y desperdicio de los recursos.

Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).

Monge (2005) y Espejo (2007) manifiestan que desde la perspectiva empresarial existe un amplio escenario de la realidad comercial, tecnológica y social, así como la alternativa de comerciar en cualquier mercado financiero de los diferentes países, por ende, es necesario establecer normas que regulen el actuar en el entorno contable, pudiendo ser asimilados por los usuarios de la información económica – financiera de las organizaciones y así posibilitar el contraste de los datos y aumentar la transparencia de los mercados.

Por tanto, las NIC constituyen un conjunto de normas contables de interés público, elaboradas y emitidas por el International Accounting Standards Committee (de aquí en adelante IASC), que regulan la presentación de los estados financieros; gozando de aceptación en los diferentes países, siendo observadas y aplicadas rigurosamente por empresas de todo el mundo. Debe señalarse que las normas internacionales consideran el análisis de los activos fijos directamente en la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 16, siendo necesario primero indicar que los activos fijos también se denominan propiedad, planta y equipo.

Coral (2013) afirma que la NIC 16 tiene como finalidad señalar la contabilización de dichos activos, el establecimiento de su importe en libros, cargos por concepto de depreciación y pérdidas ocasionadas por el deterioro, que constituyen el principal problema que se identifica en el reconocimiento contable; de tal manera que los interesados en los estados financieros dispongan de suficiente información relativa a los activos para su uso o producción, ayudando en la obtención de rentabilidad en un periodo de tiempo determinado en concordancia con su enfoque social.

La NIC 16 toma en consideración diferentes componentes en lo que corresponde al registro contable de los activos fijos, entre ellos se resaltan los siguientes:

a. Medición en el momento del reconocimiento.

Para que un activo fijo sea reconocido como tal, debe existir la garantía que en el futuro se obtendrá algún provecho económico procedente del mismo, la medición de su costo debe ser fidedigno y será útil a la entidad por un largo periodo de tiempo.

Siendo las piezas de repuesto y el equipo auxiliar normalmente considerado en calidad de inventarios, se registrará su consumo dentro de los resultados al finalizar el periodo. Por otra parte, las piezas de repuesto significativas y el equipo de mantenimiento que se tenga de forma permanente, estimados a ser empleados en más de un periodo, reúnen generalmente las cualidades para ser reconocidos como elementos de propiedades, planta y equipo.

De igual forma, la búsqueda permanente para incrementar la seguridad y la preocupación por el aspecto medioambiental constituyen los principales motivos para adquirir elementos de la

partida de propiedades, planta y equipo. Si bien dicha adquisición no conlleva a un aumento de los beneficios económicos que se derivan de los elementos de la partida en mención existentes, coadyuvan a que adicionalmente la empresa se beneficie de forma económica de los activos restantes. Los costos de fuerza de trabajo y consumibles que se deban efectuar para el mantenimiento diario del elemento, conocidos con la denominación de reparaciones y conservación del elemento de propiedades, planta y equipo, deberán ser reconocidos en el resultado más no en el valor en libros de un elemento de propiedades, planta y equipo.

Un elemento de propiedades, planta y equipo, que reúna las características para ser considerado como un activo, debe medirse por su costo, el cual comprende: el valor cancelado al momento de su adquisición, considerando los aranceles por la importación e impuestos indirectos que no sea posible recuperarlos, una vez deducido cualquier rebaja del importe a pagar, y adicionalmente, tomando en cuenta los desembolsos monetarios que se efectúen para ubicar el activo en un lugar adecuado de tal manera que esté en capacidad para operar de la forma prevista.

b. Medición posterior al reconocimiento.

Una vez reconocido los activos como tales, la entidad goza de libertad para elegir el modelo de medición posterior al reconocimiento más conveniente acorde a sus características y posteriormente legitimarlo para su aplicación como parte de sus políticas contables. Cabe indicar que si el reconocimiento del costo de un elemento se efectúa luego de deducir del mismo, el monto de la depreciación acumulada y el total de las pérdidas generadas como consecuencia del deterioro, la entidad estaría empleando el modelo del costo. No obstante, si emplea el valor razonable y disminuye su depreciación acumulada y las pérdidas totales ocasionadas por el deterioro de valor, estaría utilizando el modelo de revaluación.

Con la finalidad de mantener la concordancia y reducir la variación entre el importe en libros y el valor razonable determinado, resulta imprescindible efectuar una revaluación con regularidad. Como producto de la revaluación se puede obtener un aumento o una disminución del importe en libros: en el primer caso se deberá identificar en el resultado integral y se reflejará en el patrimonio empleando la denominación de superávit de revaluación, en el segundo caso deberá ser identificado y registrado en el resultado del ejercicio. No obstante, si se cuenta con saldo acreedor en el superávit de revaluación del activo, la disminución podrá reconocerse en otro resultado integral (IASB, 2005).

Bernal (2004); Espejo (2007); Parkin, Esquivel y Muñoz (2007) y Coral (2013) coinciden que las propiedades, planta y equipo a excepción de los terrenos pierden su eficiencia, efectividad y capacidad de servicio, debido al desgaste natural por el uso continuo o porque pueden volverse obsoletos a causa de los avances tecnológicos, extinguiéndose su período de vida útil y perdiendo progresivamente su valor con el tiempo; por ende es preciso recurrir a la depreciación para reconocer tal hecho.

Es por ello que, al finalizar la vida útil de un activo, éste conservará un valor residual, pudiendo ser objeto de enajenamiento, si se descuenta dicho valor de su costo inicial se obtiene su importe depreciable, el mismo que en forma periódica, proporcional y razonable, debe ser imputado a cada periodo por el lapso de vida útil del activo, siendo este proceso denominado depreciación. Para ello el IASB (2005) señala que será imperioso efectuar el cálculo de la depreciación en forma aislada para cada parte que integre el elemento de propiedades, planta y equipo cuando su costo sea relevante en relación al costo global del elemento. Cabe indicar que un activo empezará a depreciarse desde el momento que se encuentre en el lugar y condiciones favorables para su utilización y cesará cuando el activo se catalogue como mantenido para enajenarse o al momento en que se realice la baja en cuentas del mismo, lo que ocurra primero, así mismo un activo seguirá depreciándose incluso cuando no esté prestando sus servicios momentáneamente al ente económico o se haya separado de la utilización activa, salvo que esté depreciado en su totalidad.

Para tal efecto, existen varios métodos de depreciación, entre ellos se puede citar: legal, línea recta, alícuotas unidades de producción y acelerado o suma de dígitos, de los cuales la entidad analizará y empleará el más conveniente, teniendo presente la forma cómo se consumirá los beneficios económicos que genere el activo en el futuro. En el Ecuador, la depreciación se efectúa tomando en consideración lo establecido por la administración tributaria (Servicio de Rentas Internas - SRI), la misma que establece que los porcentajes de depreciación de los activos fijos estarán de conformidad a lo que estipula el Art. 28 del Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI), tal como se muestra en la tabla 1:

Tabla 1 Años de vida útil y porcentajes de depreciación

Activo fijo	Porcentaje de depreciación anual	Años de vida útil
Inmuebles (excepto terrenos).	5%	20 años
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles.	10%	10 años
Vehículos, equipos de transporte.	20%	5 años
Equipos de cómputo y software.	33%	3 años

Adaptado de: (Espejo, 2007; SRI, 2015)

c. Baja en cuentas.

Para este propósito existen algunos motivos por los cuales el valor en libros de un elemento de propiedades, planta y equipo podrá darse de baja, entre ellos: por su disposición que puede ser a través de la venta, en caso que no se prevea o sea poco probable beneficiarse económicamente por su utilización o disposición a futuro, hurto del activo fijo, destrucción por catástrofe fortuita, ciclo de depreciación cumplido y por obsolescencia.

En este sentido, se podrán deducir las pérdidas producto del deterioro, destrucción, extravío y otros acontecimientos que incidan económicamente a las propiedades, planta y equipo utilizados en las operaciones que producen la renta y que sean por imprevistos, fuerza mayor o actos delincuenciales, solamente en la proporción en que esté desprotegida por indemnización o seguro y debiendo justificar tal pérdida mediante una declaración juramentada efectuada ante un notario o juez (Espejo, 2007).

Según el IASB (2005), el resultado que se obtenga como consecuencia de dar de baja en cuentas un bien, sea pérdida o ganancia, no se considerará como ingreso de operaciones ordinarias, pero si formarán parte del resultado del ejercicio. La variación que exista entre el valor neto obtenido mediante la disposición del elemento y el valor que se encuentra registrado en libros, permitirá establecer la pérdida o ganancia de la baja en cuentas.

Es así que, en base a los fundamentos abordados anteriormente, Candelario (2013) y Cerón, Orduña, Aponte y Romero (2015) consideran que con el fin de lograr un manejo óptimo y eficaz de los activos fijos de una entidad se debe adoptar a la gestión integral como el instrumento clave para garantizar este fin, misma que coadyuva a la planificación de actividades metódicas y tácticas, prácticas eficientes y políticas necesarias para un plan estratégico organizacional que contribuya al incremento del rendimiento, control del nivel de riesgo y gasto a lo largo de la vida útil de los activos fijos, a corregir falencias y a la generación de valor a través de su empleo.

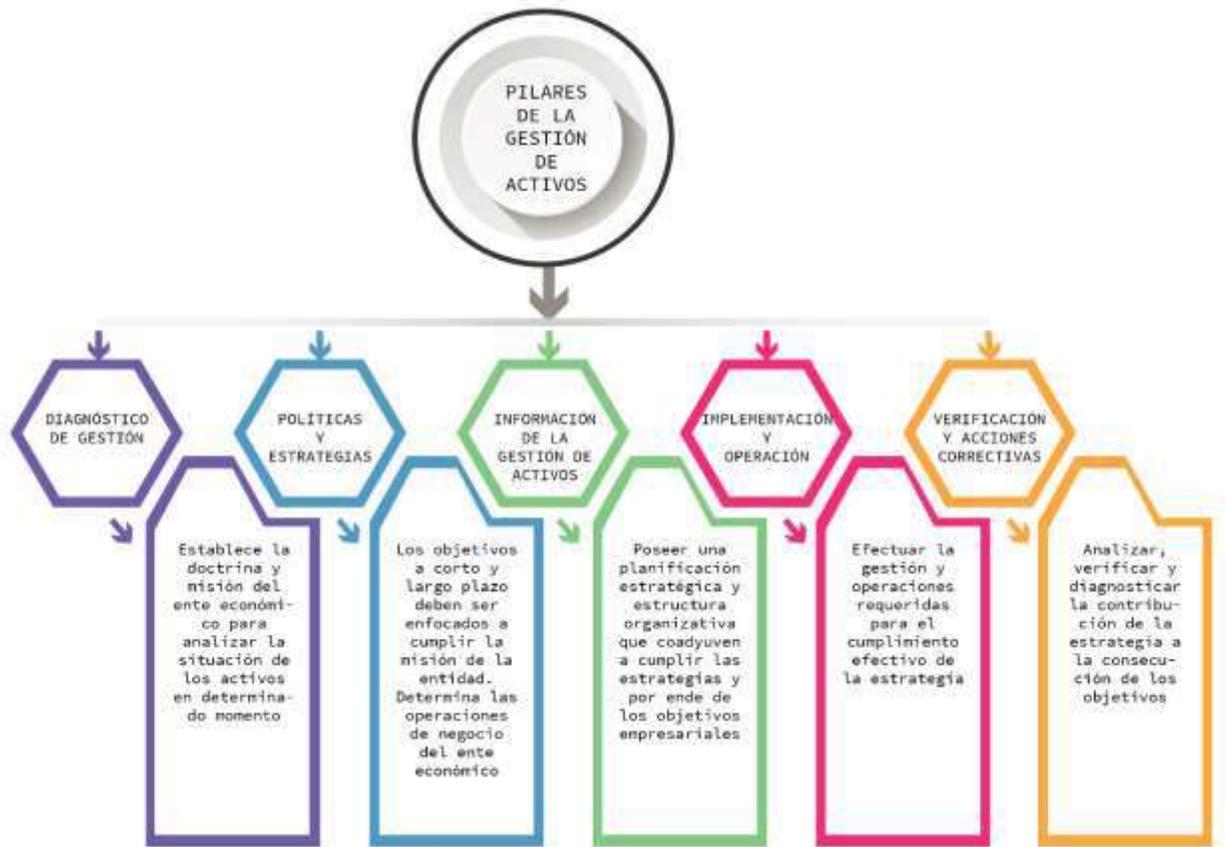
Beneficios de la gestión de activos fijos.

Bedoya (2014) expresa que una adecuada gestión de activos ofrece una serie de beneficios a la entidad, entre los cuales se pueden destacar que: garantiza que las acciones ejecutadas sean acertadas y estén produciendo el beneficio esperado, usando el cien por ciento de la capacidad instalada de sus activos fijos; permite llevar un control riguroso de la ejecución de los planes para el mantenimiento y conservación de los activos; logra la disminución de fallas en el producto final; contribuye a la consecución y obtención de valor en tanto que equilibra los costos de índole financiero, del ambiente y la sociedad, mejora la productividad, la calidad del servicio y desenvolvimiento de los activos; garantiza la recuperación del dinero invertido en activos; controla durante la vida útil de los activos, los riesgos a los que se encuentran expuestos; prolonga la vida útil de los bienes.

Pilares de la gestión de activos fijos.

Amendola (como se citó en González , González y Esparza, 2017) y Amendola (2011) expresa que los pilares fundamentales de la gestión de activos son los siguientes:

Figura 1. Pilares de la gestión de activos.



Modelos de gestión integral de activos fijos y su implementación.

En la literatura especializada se identifican principalmente 3 modelos de gestión de activos fijos, de los cuales Amendola (2011) señala dos:

- a. **Modelo de gestión asociado al sistema de gestión integral de activos físicos.**- en este modelo intervienen: una fase de análisis y valoración, otra de actividades y conservación, de índices técnicos – financieros y finalmente de estrategias o técnicas de confiabilidad. Todo dentro de un marco de explotación de competencias certificadas, fortalecido con un aprendizaje íntegro y especializado. Adicionalmente los elementos del modelo deben receptor, procesar y generar información a través de su interrelación; así como también cada elemento simultáneamente ejecuta procedimientos internos relevantes.
- b. **Modelo conceptual GFMAM “Global Forum for Maintenance and Asset Management”.**- garantiza el potencial de la gestión de activos, concibiéndola como una fusión de principios, calidad en la realización de las transacciones y actitud comprometida de las personas con la institución; además brinda especial relevancia al discernimiento y

habilidad para gestionar adecuadamente los activos. Su filosofía radica en los principios de la gestión de activos: perspectiva de salida, la capacidad, protección y enseñanza.

Al respecto, el autor plantea las siguientes 7 fases para implementar una adecuada gestión de activos en una entidad:

Fase 1: Diagnóstico y análisis de la situación actual: la alternativa más viable consiste en investigar y analizar las tendencias en gestión de activos físicos y contrastarlas con patrones empíricos reconocidos a nivel mundial como óptimos.

Fase 2: Análisis de criticidad: determinar qué aspectos serán objeto de análisis, considerando su enfoque y fundamentando con documentación. Los costos de mantenimiento, periodos de parada y eventualidades que disminuyen la producción, pueden ser parámetros de selección.

Fase 3: Estrategias de confiabilidad: consiste en la búsqueda de métodos y estrategias que coadyuven a la conservación de activos, a incrementar su eficiencia y disminuir los costos, conllevando a la formación de una programación equilibrada, que logre la interacción del mantenimiento: de corrección, prevención, predicción y proactivo.

Fase 4: Desarrollo del plan de mantenimiento de activos: dispondrá de tres tipos de operaciones: las acciones cotidianas a ser desempeñadas por el personal de mantenimiento, por los operarios de producción y actividades denominadas on/off tales como de reajuste o reparación, llevadas a cabo por especialistas de equipos.

Fase 5: Plan de acción de cobertura predictivo a implementar: establecer las estrategias a emplear y ejecutar y los elementos cuya intervención es necesaria para un control adecuado de los equipos, sean estos rotativos, permanentes, eléctricos e instrumentación.

Fase 6: Plan general de gestión integral de activos fijos: se enfocará en el mantenimiento proactivo, es decir localizará los inconvenientes en los equipos y maquinaria de la entidad y tomará las acciones necesarias para prevenir que ocurran nuevamente, así como conseguir que los activos incrementen su rendimiento.

Fase 7: Implementación de un modelo de confiabilidad con fundamento en la gestión integral de mantenimiento de activos: estimar los resultados tanto de gestión, así como monetarios del plan de gestión integral de activos fijos que involucrará las etapas de: planear, programar, dar seguimiento y vigilar el mantenimiento de los activos fijos, así como obtener datos para la elaboración de indicadores.

Cabe señalar que, la gestión integral puede ser considerada como una actividad enfocada a prevenir y detectar errores en los equipos de operaciones, no obstante, en varias ocasiones dicha labor no siempre resulta completamente táctica. En los últimos años los entes económicos, enfocados en potencializar su capacidad productiva y operar eficientemente,

han automatizado gran parte de sus operaciones, dejando relegada la actividad manual. Por ende, la gestión integral procurará que las líneas de producción aprovechen al máximo sus estándares de diseño, garantizando una producción óptima.

Por otra parte, Agudelo (2013) propone un modelo de gestión de activos fijos con enfoque en procesos, que fusiona la gestión de calidad con la gestión de activos fijos de manera acertada y audaz para implementarla de forma sincrónica, con ello se atenua la posibilidad de duplicar la realización de tareas gastando esfuerzos innecesarios y que pueden aprovecharse de manera óptima; mejorando la disposición, accesibilidad, seguridad y confianza en la propiedad, planta y equipo, y emitiendo directrices que guían su comprensión y ejecución. El mencionado modelo involucra: el tratamiento y análisis de documentación y sus registros, elemento humano, abastecimiento de recursos, instalaciones, dispositivos para supervisar y medir, así como también una serie de labores que se pueden llevar a cabo para resarcir errores.

La búsqueda de un control íntegro de los activos fijos se debe abordar desde dos perspectivas: contable y administrativa. Respecto al control contable, Norka (2005); Carmenate (2013) y Contaduría General de la Nación (2015) manifiestan que este proceso lo constituyen los métodos, procedimientos, técnicas y planificación de la entidad orientados a la preservación de los activos y a garantizar que los informes y registros financieros sean veraces.

El control interno contable es de gran utilidad para verificar que se registren en su totalidad las operaciones que involucren activos fijos, en forma y momento oportuno, por la cuantía correcta, en las cuentas correspondientes y en el ejercicio contable en que fueron ejecutadas, con el propósito de coadyuvar a la preparación de los informes financieros; evitar que se presenten inconsistencias entre lo contabilizado y los activos físicos existentes, permitiendo efectuar una conciliación, y de la misma manera buscar el motivo que originó divergencias para tomar las medidas correctivas pertinentes; que en forma previa a la ejecución de cualquier labor que involucre los activos fijos se disponga del consentimiento general y específico para tal acción, de tal manera que se mantenga un control de su manejo (Estupiñán, 2015). También, resulta vital su utilización para procurar que las actividades de operación y custodia de activos fijos sean ejecutadas por personas completamente independientes del manejo de la contabilidad, esto con el fin de precautelar los intereses de la entidad y evitar condiciones favorables para que se ejecuten y oculten actos ilegales.

Según Mantilla y Cante (2005) para un adecuado control contable, en el mayor general se debe llevar una cuenta auxiliar por cada tipo de activo fijo, mismo que deberá incluir datos que permitan su fácil localización e identificación. La base de datos para un buen control contable de activos fijos, deberá contener: código de identificación física, código de equipo y modelo, descripción amplia del activo, fecha y documento de adquisición, costo y número de registro contable de la compra, área usuaria, depreciación anual y acumulada según lo establece la ley, valor neto del activo, estado actual y vida útil estimada.

Por otra parte, en cuanto al control administrativo, Schermerhorn (2010); Ramírez (2013) y Estupiñán (2015) concuerdan que constituye un plan de organización que permite valorar el desenvolvimiento de los encargados respecto al uso de los recursos y activos fijos de la entidad, con el propósito de asegurar que sus acciones aporten al cumplimiento de la estrategia empresarial trazada, a satisfacer o superar los objetivos empresariales y contribuir a la generación de valor.

La importancia del control administrativo de activos fijos se ve influenciado por el vertiginoso y cada vez más agresivo ambiente en que se desenvuelven e interactúan las organizaciones, ocasionando que enfoquen sus esfuerzos en poseer un sistema de información capaz de verificar el nivel de eficiencia del empleo de recursos y activos fijos, así como estimar en qué nivel la empresa es capaz de generar valor para cada uno de sus componentes, alineados a los objetivos empresariales, considerando que la falta de compromiso en cuanto al control del sistema ocasiona deterioro y disminución de su valor. Cuando un ente económico actúa al margen de un sistema de control administrativo carece de información vital para identificar a tiempo las desviaciones o irregularidades y efectuar acciones correctivas con prontitud inherentes a su propiedad, planta y equipo. Por otra parte, el control administrativo también permite cuantificar los aciertos en la administración de activos fijos, con la finalidad que sean aprovechados en proyectos posteriores.

Cabe mencionar que, la responsabilidad del control administrativo de los activos fijos se delegará a un encargado, sin embargo, también corresponderá a los trabajadores. El responsable tendrá a su cargo: la recepción, adjudicación y registro de los muebles y enseres, equipos de cómputo y otros activos; la asignación de un código para su identificación; mantener, arreglar y sustituir repuestos de los activos fijos; constatar los bienes de manera regular, sin previo aviso y a solicitud de dependencias superiores; salvaguardar, fiscalizar y solicitar oportunamente el mantenimiento y arreglo de los activos custodiados.

Es importante mencionar que, se extinguirá la responsabilidad del funcionario respecto de los activos que se encontraban bajo su tutela, cuando se retornen los mismos al responsable de los bienes de la entidad, mediante un acta que respalde la operación. En cuanto al almacenamiento de los activos fijos devueltos, se designará un espacio específico para tal fin, que permita una adecuada salvaguarda de los bienes devueltos por el personal, ya sea por discontinuidad de vínculo laboral, variación en sus actividades, u obsolescencia de los bienes.

De la misma manera, existen ciertas medidas de seguridad que se deben observar y cumplir para el logro de una administración satisfactoria de los bienes, mismas que se detallan a continuación:

Equipos de computación: no estará permitida la manipulación de líquidos cerca de equipos de cómputo, deberá evitarse su exposición a la luz del sol en forma directa y factores

medioambientales como polvo que pueda afectar su normal desempeño. El espacio donde se ubiquen las computadoras estará acondicionado con una fuente de energía eléctrica segura.

Equipos de fotocopiadora: se delegará a un trabajador responsable de la tutela del bien, quien conocerá acerca de su manejo correcto, con el fin de garantizar su preservación y solicitud del servicio de reparación en caso que sea necesario.

Vehículos: las obligaciones, horarios y restricciones referentes a la utilización, protección y custodia de los vehículos deberá ser regulada a través de un reglamento interno.

Mantenimiento de inmuebles, equipos y vehículos: la responsabilidad del mantenimiento preventivo recae sobre el encargado de activos fijos, quién dará fiel cumplimiento al cronograma definido, verificará el servicio de mantenimiento y reemplazo de repuestos, emitiendo regularmente un informe sobre el estado actual de los bienes; sin embargo, en caso de suscitarse alguna avería en éstos, el trabajador encargado de su custodia, deberá solicitar oportunamente el arreglo.

Instalaciones eléctricas: Los trabajadores deberán ser cuidadosos y colaborar apagando los equipos y desconectarlos una vez terminada la jornada laboral.

Equipos de incendio: revisar que los extintores estén funcionando correctamente, estén recargados, no presenten ninguna anomalía, que cuenten con la capacidad necesaria, que estén colocados estratégicamente como mínimo a 10 cm. del suelo y 130 cm. como máximo.

En el mismo sentido, tomando como base lo establecido por la Contraloría General del Estado (2016) en lo referente a la identificación de bienes de larga duración y acoplado estos preceptos al sector privado, se concluye que en forma permanente se deberá identificar y revisar los activos fijos de la entidad, así como preparar un registro que señale el estado real, conteo físico y conciliar con los registros de contabilidad.

Entre las principales técnicas de identificación de los activos fijos se encuentran:

Plaqueo: emplea una placa o etiqueta que funciona con un sistema de código de barras que da origen a una interfase con la base de información principal para la identificación de los elementos de propiedad, planta y equipo inventariados.

Marcación: consiste en identificar los bienes a través del marcado que se efectúa directamente en el sistema de empaque, ya sea imprimiendo dicha marca o empleando rótulos que se adhieran, etiquetas o algún tipo de sticker.

Etiquetado: las etiquetas se ubican sobre las placas, su principal beneficio es que contribuyen a la economía y es relativamente fácil reemplazarlas o enmendarlas, ya que la impresión de las etiquetas se puede efectuar al momento que se ingresa el bien al sistema.

Código de barra: consiste en un grupo de líneas paralelas de diferente dimensión y espaciado, que constituyen cadenas de caracteres y de forma conjunta almacenan un código específico, permitiendo el reconocimiento instantáneo de un bien y sus características.

Lector de chip: las tarjetas RFID constituyen unos dispositivos de pequeña dimensión que se asemejan a una pegatina, y pueden ser adheridas a un activo fijo facilitando su identificación. Dispone de antenas que facilitan la recepción y respuesta a peticiones por radiofrecuencia.

En forma adicional es importante señalar, que las operaciones de la entidad deben estar orientadas a consolidar la estrategia empresarial, debido a que en ella se establecen las metas conjuntamente con las acciones que se requieren para alcanzarlas. En vista que es a través del control administrativo que se ejecutan las estrategias, las metas de la organización encierran una gran importancia por lo que podrían ser consideradas como la piedra angular para su diseño. Es así que, un sistema de control administrativo debe considerar el desarrollo en tres actividades principales, siendo éstas:

1. Establecer los objetivos y metas: los objetivos del sistema de control administrativo deben provenir de la estrategia organizacional, ser fijados en términos cuantificables y de fácil valoración en cuanto a cumplimiento. Cabe señalar, que resulta conveniente segmentar los objetivos en sub-objetivos, con el fin de favorecer y simplificar las modificaciones que se precisen realizar en las distintas áreas de la organización y lograr que el personal sea parte activa en la consecución de los resultados.
2. Determinar los indicadores: para evaluar y tener la certeza que los objetivos planteados se están consiguiendo; siendo necesario fijar estándares de desempeño aceptables que sirvan de guía para efectuar una confrontación y determinar si se debe aplicar medidas correctivas. Dichos indicadores deberán poseer características básicas, entre ellas: revelar las operaciones estratégicas para cumplir los objetivos de la organización, ser fáciles de asimilar por todos los integrantes de la empresa, evitar la subjetividad, ser sencillos de cuantificar, enfocarse a corto plazo pero considerando que la entidad pueda crecer y sea sostenible en el largo plazo.
3. Monitoreo, reporte de resultados y retroalimentación: se debe identificar dos actividades importantes: por un lado reconocer y recompensar a las áreas que cumplieron a cabalidad con los indicadores predeterminados, y por otra parte, reforzar las áreas que experimentaron dificultades para el cumplimiento de las metas planteadas e implementar gestiones para rectificar cualquier irregularidad (Ramírez, 2013).

Metodología.

El trabajo de investigación fue no experimental, en vista que se recolectó la información de manera directa en la asociación APECAP dedicada a la producción y comercialización de café en grano y procesado, sin efectuar ningún tipo de manipulación de las operaciones, para ser examinadas posteriormente. El enfoque fue de carácter mixto por cuanto empleó herramientas cualitativas para elaborar las bases teóricas que sustentan la investigación, así mismo, se utilizó factores cuantitativos para valorar los criterios proporcionados por el personal de la asociación, permitiendo identificar patrones de comportamiento con fundamento en los resultados obtenidos. En lo referente al alcance, se empleó el método descriptivo en la interpretación de resultados del diagnóstico organizacional efectuado; el método explicativo aportó para el conocimiento detallado de los componentes del modelo de gestión integral de activos fijos. La investigación tuvo una finalidad transversal, debido a que la información se recolectó mediante visitas in situ a la asociación para conocer y poseer elementos de juicio suficientes que permitan diagnosticar la situación empresarial real, en un solo momento en el tiempo.

Los métodos empleados en la investigación fueron: el histórico - lógico, utilizado en la indagación de las diversas conceptualizaciones sobre gestión integral y control contable – administrativo de activos fijos, siguiendo un orden cronológico, y efectuando un análisis crítico de los elementos que se ha ido incorporando para su complementación y perfeccionamiento; el inductivo - deductivo puesto que se partió del estudio de temáticas generales hasta centrarse en argumentos que respaldan y se configuran como la esencia de la gestión integral de los bienes; analítico – sintético que contribuyó en la desagregación de las variables, ayudando a un mejor discernimiento de sus componentes de manera individual y con posterioridad al análisis global; métodos estadísticos, para la tabulación de las encuestas, obteniendo cuadros de frecuencias y porcentajes que fueron representados gráficamente e interpretados para facilitar su comprensión; modelación, para el estructuramiento del modelo de gestión integral que se conformó por cuatro componentes principales: planificar, ejecutar, controlar y actuar.

De la misma manera, fueron útiles las siguientes técnicas e instrumentos para la investigación: encuesta, se diseñó y aplicó de manera estratificada, diferenciando en personal del departamento contable y departamentos administrativos, apoyándonos para ello en el planteamiento de preguntas estratégicas reunidas en un cuestionario; entrevista, se mantuvo una conversación con el presidente de la asociación para contrastar los datos con las respuestas de los demás colaboradores respecto a determinados temas de interés, para ello se diseñó una guía de preguntas; revisión documental, contribuyó a verificar y despejar dudas originadas por las inconsistencias presentadas, empleando para ello una ficha documental.

En la presente investigación se trabajó con dos universos de estudio: el primer universo de estudio estuvo conformado por las personas que intervienen en la adquisición, manejo y registro de los activos fijos de la asociación y se muestra en la tabla 2:

Tabla 2 Población Asociación APECAP

	Área	Cargo	N° Personas
Asociación APECAP	Contabilidad	Contadora	1
		Auxiliar contable	1
	Administración	Presidente	1
		Administrador	1
		Bodega	Bodeguero
Total			5

Fuente: Asociación APECAP.

El segundo universo de estudio estuvo compuesto por las transacciones relacionadas con los activos fijos, que se ejecutan anualmente, mismas que se muestran en la tabla 3:

Tabla 3 Transacciones anuales de activos fijos de APECAP

Proceso	N° de casos	Casos a analizar
Depreciación	12	12
Revalorización	1	1
Total		13

Fuente: Asociación APECAP.

Resultados.

Los resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación para el análisis del control contable administrativo de activos fijos en APECAP, se muestran a continuación:

✓ *Inventario de activos fijos*

Los activos fijos constituyen los bienes tangibles que requiere la asociación para la producción y comercialización de café molido, en tal razón, el inventario de los activos fijos es relevante en el sentido que aporta valor fundamental para el control de existencias, cumplimiento de la normativa contable y cumplimiento de la normativa tributaria.

Del diagnóstico efectuado sobre este indicador se estableció que la asociación carece de una planificación de activos fijos para cada periodo contable que le permita identificar la cantidad de recursos tangibles (bienes) que se requieren para el giro del negocio, a pesar de existir un presupuesto general, no se dispone de un presupuesto detallado de activos que se requieran

comprar a futuro, así como no se cuenta con información específica sobre la presupuestación de venta y baja de activos fijos.

En lo referente al control de los activos fijos se evidencia la ausencia de una política de control que permita validar periódicamente las existencias, estado actual de los activos y su ubicación, además se observa una falta de consenso de los responsables del manejo contable de la empresa y del bodeguero ya que no disponen de documentos que certifiquen el levantamiento y control de los activos fijos durante los últimos doce meses.

✓ *Adquisición de activos fijos*

Las actividades y acciones inherentes a la adquisición de activos fijos deben asegurar que su desarrollo se efectúe en cumplimiento de los objetivos de gestión de la entidad, por consiguiente, la identificación de partidas en el presupuesto asegurará su adecuado desarrollo. La adquisición de los activos fijos en la asociación es un proceso que responde al análisis previo de sus necesidades y a la solicitud de proformas por parte de los oferentes a fin de seleccionar los bienes que se consideran más adecuados. Para los efectos tributarios y contables estas compras se encuentran respaldadas con los comprobantes de venta e ingresados a bodega previa la revisión del cumplimiento de las características solicitadas.

Entre los criterios más relevantes identificados por los responsables del departamento contable al momento de adquirir los activos fijos prevalecen en primera instancia la calidad, luego el precio y en menor importancia la forma de pago. En cuanto al procesamiento de la información contable cabe mencionar que la totalidad de transacciones que involucran activos fijos se registraron de manera oportuna, por el importe correcto, en las cuentas correspondientes y dentro del periodo contable en que tuvieron lugar.

✓ *Reparación y mantenimiento de activos fijos*

Para que un activo fijo pueda rendir y aportar con su capacidad máxima a la generación de beneficios económicos futuros, es imprescindible que se encuentre en perfectas condiciones, siendo necesario para ello recurrir a mantenimiento de tipo correctivo e incluso preventivo para mantener o de ser el caso recuperar sus características normales para el funcionamiento.

En este sentido, se determinó que la asociación APECAP planifica en forma trimestral el mantenimiento de activos fijos, sin embargo, no se da cabal cumplimiento a esta planificación, en vista que el mantenimiento se realiza cuando se percibe ligeras fallas en los activos fijos específicamente en la maquinaria y equipo.

En lo que respecta a las acciones que tienen lugar cuando un activo fijo presenta algún desperfecto, se pudo identificar que una vez que el funcionario responsable informa a la autoridad competente dicha novedad, la reparación del bien ocurre generalmente dentro de

una semana, situación que inevitablemente genera retrasos y malestar en el desempeño de las operaciones interrumpiendo su flujo normal. En este sentido, se atribuye dicho evento a la inexistencia de una planificación de mantenimiento preventivo que evite la presencia de fallas y por tanto reducir el tiempo muerto empleado en la reparación del bien.

✓ *Aseguramiento de activos fijos*

Con el propósito de garantizar el futuro económico, salvaguardar la estabilidad y proteger el patrimonio de una empresa es necesario la contratación de un seguro que cubra los posibles daños que podrían sufrir sus activos, producto de los múltiples riesgos que amenazan la actividad económica-financiera, tales como desastres naturales, incendios, hurto y otros.

En este aspecto, se constató que la asociación si bien ha contratado un seguro para los activos fijos, éste cubre únicamente el vehículo y la motocicleta, generando que los demás activos fijos se encuentran desprotegidos y expuestos a una serie de eventualidades que pueden afectar sus características físicas y funcionales, entre ellos la maquinaria y equipo que constituye su principal herramienta de trabajo para el procesamiento del café en grano.

✓ *Depreciación de activos fijos*

La constante utilización de los activos fijos tanto en actividades administrativas como productivas ocasiona su desgaste físico o pérdida de valor; consecuentemente, es imprescindible emplear un mecanismo denominado depreciación, que permite asignar la disminución progresiva del valor del bien, a los costos o gastos del periodo contable, en función del área en la cual dichos bienes prestaron sus servicios.

En virtud de ello, la asociación APECAP efectúa el cálculo de la depreciación de sus activos fijos empleando el método de línea recta, sin embargo, por medio de la revisión documental se pudo corroborar la falta de control de la vida útil y depreciación de los activos fijos, inobservando las disposiciones del reglamento a la LORTI en lo que respecta al porcentaje de depreciación y años de vida útil establecidos para tal efecto, puesto que, el edificio se está depreciando para un número de años mayor al establecido por la normativa tributaria, así como también el equipo de cómputo adquirido en el año 2013 se continúa depreciando a pesar de haber concluido su vida útil; particularidades que generan gastos no deducibles que influyen en la preparación de estados financieros.

De igual manera se evidenció que no se ha diferenciado y asignado correctamente la depreciación de los activos fijos en función del área en la cual se utilizan, cargando el valor total de la depreciación a los gastos del periodo, inclusive el importe por el desgaste de la maquinaria y equipo tales como: fumigadora, despulpadora, tostadora y piladora que contribuyen directamente en la elaboración del producto, desconociendo su aporte en el proceso productivo.

✓ *Revalorizaciones*

En la actualidad, debido a las fluctuaciones innatas del mercado económico-financiero puede ocurrir que ciertos activos fijos experimenten un incremento representativo en su valor, siendo preciso ajustarlo de tal forma que se actualice el importe del patrimonio real con que cuenta la organización para la ejecución de sus operaciones.

En tal sentido, se determinó que la asociación APECAP no ha efectuado la revalorización de activos fijos tales como: edificio, terrenos y maquinaria, desconociendo el valor real de los mismos, y ocasionando por tanto que el patrimonio no refleje fidedignamente la situación de la entidad.

✓ *Baja de activos fijos*

Cuando un activo fijo ha sufrido algún deterioro o daño que imposibilite su funcionamiento normal, concluido su vida útil, ha sido objeto de hurto o eventualmente ha quedado rezagado debido a los avances tecnológicos, y en este contexto, carece de capacidad para generar beneficios futuros a la entidad, se procede a desvincularlo del grupo de propiedad, planta y equipo, depurando así los bienes útiles para la empresa.

En este aspecto, en la asociación APECAP se determinó que en el último año, la Junta de Vigilancia no ha realizado una verificación y análisis de las características actuales de los activos fijos para determinar aquellos que reúnen las condiciones para ser desvinculados y dados de baja de los registros contables, en vista que no aportan al desarrollo de las operaciones organizacionales y generación de valor. No se ha realizado además un control de bienes para determinar si existen faltantes, con el fin de efectuar una investigación exhaustiva para esclarecer los hechos y determinar responsabilidades.

✓ *Base de datos*

Disponer información detallada y organizada de forma correcta del grupo de activos fijos, permitirá diseñar posibles estrategias que puede implementarse para una ubicación táctica, buen uso y custodia, orientado a lograr un mayor aprovechamiento de bienes.

En virtud de ello, la asociación APECAP cuenta con registros auxiliares independientes por cada bien, mismos que se concilian con los mayores en forma trimestral, sin embargo, la última vez que se cotejó esta información fue en el año 2018; así mismo, se determinó que la base de datos que mantiene la asociación carece de información íntegra y no se encuentra actualizada, siendo necesario incluir aspectos relevantes para la buena administración, tales como: código de identificación, modelo, marca, departamento usuario, así como su estado actual. En el mismo sentido, se evidenció que la asociación carece de una técnica de identificación de activos fijos, que le permita llevar un mejor control sobre los bienes.

✓ ***Determinación de procesos y responsabilidad de activos fijos***

Una entidad que pretenda una gestión eficiente deberá identificar, estructurar y documentar sus procesos en forma dinámica, estableciendo los pasos a seguir y el personal involucrado; lo cual permitirá establecer patrones de desempeño ineficaces o incluso estrategias de mejora, evitar duplicidad del esfuerzo para una misma tarea y aprovechar al máximo los recursos empresariales. Además, resulta imprescindible que el personal que utiliza los activos fijos, conozca y asuma sus responsabilidades, logrando la ejecución de sus acciones con un alto grado de compromiso, procurando el buen empleo y protección de los bienes.

Es así que, se evidenció que la asociación no cuenta con procesos claramente estructurados que guíen el desarrollo de las operaciones, desconociendo el protocolo a seguir para su ejecución, en cuanto a la segregación de funciones se identificó que el personal que interviene en la custodia de los bienes es completamente independiente a los encargados del manejo contable, sin embargo, los mismos efectúan un cruce de información para conciliar los activos físicos existentes con lo contabilizado, además se identificó que existe un jerárquico superior encargado de autorizar el uso y demás actividades que involucran activos fijos.

De igual manera, se determinó que no ha se diseñado un documento que certifique la entrega de bienes que se encontrarán bajo la custodia de los funcionarios, careciendo de un respaldo para tomar las acciones respectivas en función del tipo de responsabilidad que tuviere lugar, en caso de suscitarse alguna contingencia. En este contexto, también es vital, el aporte del bodeguero para la buena administración de los activos, sin embargo, a pesar de afirmar que se lleva un control para facilitar su identificación y ubicación, por medio de la revisión documental se determinó que no existe un registro escrito actualizado de dicha tarea.

Del mismo modo, se evidencia falta de formalidad en la socialización de las responsabilidades y prohibiciones que debe acatar el personal, pues si bien las medidas de seguridad de activos fijos se conocen a breves rasgos por sentido común, más no se ha organizado una charla y/o capacitación respecto del uso correcto y aprovechamiento de éstos.

✓ ***Evaluación de Resultados***

Examinar el uso correcto, rendimiento y aprovechamiento de los activos fijos de la organización a través de estándares o indicadores, proporcionará indicios de la eficiencia operativa para definir estrategias y políticas que perfeccionen los procesos y por ende el desempeño organizacional.

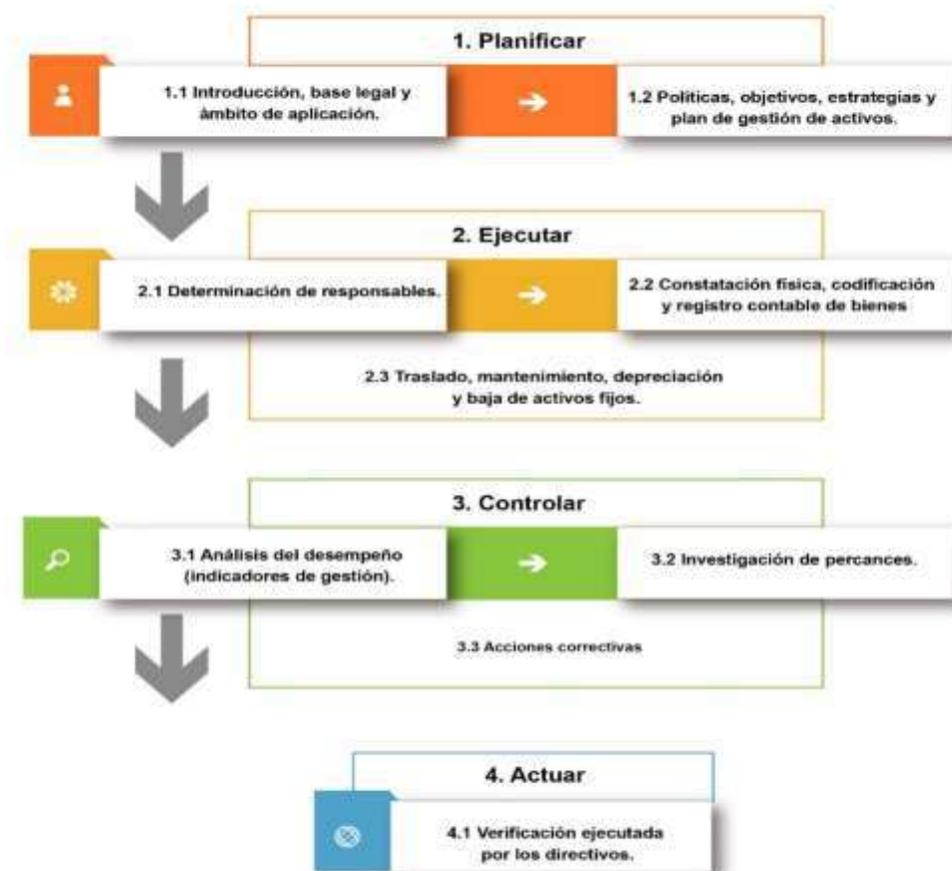
Es así que, se determinó que la asociación no ha efectuado un análisis del rendimiento de los activos en función del capital desembolsado para su adquisición, desconociendo si se está retribuyendo razonablemente y recuperando esta inversión; de igual manera, a pesar que el personal responsable manifiesta efectuar un estudio crítico del aprovechamiento de la

capacidad instalada no existen registros escritos que validen la evaluación correspondiente para determinar si se están explotando al 100% de su capacidad o se están subutilizando.

Propuesta.

El modelo de gestión integral de activos fijos propuesto se efectuó con enfoque en cuatro aspectos claramente definidos: planificar, ejecutar, controlar y actuar, con el fin de mejorar la administración de la propiedad, planta y equipo que dispone la empresa (figura 2).

Figura 2. Esquema de la Propuesta de Gestión de Activos Fijos



A continuación, se describe sus principales componentes:

- 1. Planificar:** se partió de una introducción resaltando la importancia de una adecuada gestión integral de activos fijos, así mismo, el conocimiento del contexto organizacional, misión, visión, identificación de los stakeholders de la asociación, el organigrama, base legal en la cual se encuentran enmarcadas las actividades, y, especificación de los funcionarios que estarán obligados a regirse y acatar las directrices del modelo de gestión. De igual manera se estableció las principales políticas contables relacionadas con el alcance y periodicidad del conteo físico de

activos fijos, proceso y responsabilidad para la constatación física, técnica de identificación y parámetros para el reconocimiento de un activo fijo como tal, control y aseguramiento, mejoras y mantenimiento, depreciación y baja de los activos fijos. En el mismo sentido se establecieron los objetivos del modelo propuesto, se planteó estrategias para la adecuada administración de los bienes, detallando las actividades, recursos, cronograma y responsabilidades en el plan de gestión de activos.

2. **Ejecutar:** tiene como punto de partida la determinación de responsabilidades, para lo cual se planteó el uso de la matriz RACI (Responsible, Accountable, Consulted, Informed), se efectuó también el estructuramiento de matrices donde se detallan los pasos a seguir y diseño de flujogramas que permiten una mejor comprensión de los procesos referentes a la constatación física, adquisición, recepción de activos fijos adquiridos, solicitud y traslado, mantenimiento y reparación de bienes, depreciación, bajas de activos fijos por venta y por chatarrización; además se abordó la técnica de codificación de los activos fijos.
3. **Controlar:** para evaluar y medir el nivel de desempeño de los funcionarios en los distintos procesos se propone el uso de indicadores de gestión o desempeño, los cuales permitirán identificar falencias, procesos ineficientes y demás aspectos débiles que deben ser mejorados; llevar a cabo la investigación de percances tales como hurto, pérdida, daño y otros hechos que involucren los activos fijos, para estar en capacidad de tomar las respectivas acciones correctivas.
4. **Actuar:** consiste en una fase de seguimiento y verificación del desarrollo, rendimiento y resultados de la implantación del modelo de gestión integral de activos fijos, que será ejecutada por los directivos de la entidad para valorar en qué medida se logró mejorar el control contable – administrativo de los activos fijos.

Conclusiones.

- ✓ La gestión de activos constituye una herramienta imprescindible para aprovechar al máximo su capacidad instalada en pro del desarrollo empresarial, de igual manera es importante reconocer su desgaste, así como también cuando ha concluido su vida útil para depurar los recursos productivos con los que realmente cuenta la entidad.
- ✓ El control contable y administrativo cumplen una importante función, puesto que la clave del éxito empresarial radica no solamente en la cantidad de bienes y recursos que se disponga, sino sobre todo del uso, control y protección que se ejerza sobre ellos para lograr su máximo rendimiento, así como del adecuado registro y procesamiento de la información contable.
- ✓ La propuesta del modelo de gestión integral de activos fijos constituye un instrumento eficaz para que la asociación esté en capacidad de controlar eficientemente la vida útil y depreciación de los activos fijos que posee; administrar su buen uso por medio de la asignación de responsabilidades para su protección y custodia, y seguimiento de

los procesos estructurados para su correcta ejecución, favoreciendo el cumplimiento de los parámetros de desarrollo y rentabilidad planificados.

Referencias bibliográficas.

Agudelo Pulido, A. I. (2013). Propuesta de modelo de gestión de activos fijos con enfoque en procesos. 5(2), 45-56. Recuperado el 08 de Mayo de 2018, de <http://revistas.usta.edu.co/index.php/signos/article/viewFile/2181/2289>

Amendola , L. (2011). Gestión integral del mantenimiento de activos como estrategia de negocios (assessment, PAS 55 - ISO 55000). 1. Valencia, España. Recuperado el 5 de Febrero de 2018, de <http://www.mantenimientomundial.com/sites/mm/notas/Amendola2011.pdf>

Amendola, L. (febrero de 2011). La madurez como factor de éxito en la gestión integral de activos físicos asset management PAS 55. *Global Asset Management*. Recuperado el 5 de Febrero de 2018, de <http://www.mantenimientomundial.com/sites/mmnew/bib/notas/Factor-Exito-PAS55.pdf>

Bedoya, C. (Septiembre de 2014). ISO 55000 Gestión de activos, una mirada hacia el futuro desde el área de mantenimiento. *XXXI Congreso técnico FICEM*, 16. Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado el 5 de Febrero de 2018, de http://ficem.org/boletines/boletines2014/BOLETIN_DE_RESULTADOS_CT_2014/_PRESENTACIONES_CT_2014/3_MANTENIMIENTO/1_CARLOS%20MARIO%20BEDOYA_ARGOS/GESTION_ACTIVOS_APORTE_MTTTO_2014_V4.pdf

Bernal, M. (2004). *Contabilidad, sistema y gerencia. Nuevo enfoque teórico - práctico para la gestión y aplicación de la contabilidad como sistema de información*. Caracas, Venezuela: CEC S.A. Recuperado el 29 de Enero de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=8w6XMU_drbMC&printsec=frontcover&dq=contabilidad&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiN-eDj5efYAhWS7VMKHY-nAU0Q6AEILjAB#v=onepage&q=contabilidad&f=false

Candelario, J. (diciembre de 2013). Diseño e implementación de un modelo de gestión integral de activos físicos para la gestión de cadena de suministro en la industria. *Protocolo doctoral tesis: diseño e implementación de un modelo de gestión integral de activos físicos para la gestión de cadena de suministro en la industria*, 3. Valencia, España. Recuperado el 5 de Febrero de 2018, de <http://www.upv.es/contenidos/ENCDOC/info/U0657514.pdf>

- Carmenate Ávila, Y. (s.f.). Control interno en las entidades cubanas. Recuperado el 02 de mayo de 2018, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1245/importancia-control-interno.html>
- Cerón, A., Orduña, I., Aponte, G., & Romero, A. (junio de 2015). Panorama de la gestión de activos para transformadores de potencia. *La Serena*, 26(3). Recuperado el 5 de Febrero de 2018, de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642015000300014&script=sci_arttext&tlng=en
- Contaduría General de la Nación. (2015). *Procedimiento de control interno contable y de reporte del informe anual de evaluación a la Contaduría general de la nación*. Recuperado el 02 de mayo de 2018, de [http://www.contaduria.gov.co/wps/wcm/connect/48a87b4c-dfa2-48a1-aca6-7b1b53e2c1f3/Proyecto+Procedimiento+Control+Interno+Contable+\(17-12-2015\)+\(1\).pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=48a87b4c-dfa2-48a1-aca6-7b1b53e2c1f3](http://www.contaduria.gov.co/wps/wcm/connect/48a87b4c-dfa2-48a1-aca6-7b1b53e2c1f3/Proyecto+Procedimiento+Control+Interno+Contable+(17-12-2015)+(1).pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=48a87b4c-dfa2-48a1-aca6-7b1b53e2c1f3)
- Coral, L. (2013). *Contabilidad universitaria* (Séptima ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill. Recuperado el 29 de Enero de 2018
- Espejo, L. (2007). *Contabilidad General* (Primera ed.). Loja, Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja. Recuperado el 22 de Enero de 2018
- Estupiñán Gaitán, R. (2015). *Control interno y fraudes: análisis de informe COSO I, II y III con base en los ciclos transaccionales* (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones. Recuperado el 08 de Marzo de 2018
- International Accounting Standards Board. (01 de Enero de 2005). NIC 16. Recuperado el 29 de Enero de 2018, de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/16_NIC.pdf
- Monge, P. (Enero - junio de 2005). Las normas internacionales de contabilidad. *Actualidad contable FACES*, 8(10), 36-38. Recuperado el 29 de Enero de 2018, de <http://www.redalyc.org/html/257/25701005/>
- Norka, V. (julio - diciembre de 2005). Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización. *Actualidad contable FACES*, 8(11), 87-92. Recuperado el 08 de Marzo de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701111>
- Parkin, M., Esquivel, G., & Muñoz, M. (2007). *Macroeconomía* (Séptima ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación. Recuperado el 30 de Enero de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=NCMmkjTxKa4C&pg=PA115&dq=qu%C3>

%A9+es+la+depreciaci%C3%B3n&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjvudLH7pvZAhWto1kKHUkjBsoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=depreciaci%C3%B3n&f=false

Ramírez Padilla, D. (2013). *Contabilidad administrativa un enfoque estratégico para competir* (Novena ed.). México: Mc Graw Hill .

Santos Jiménez, N. (s.f.). Decisión de comprar o alquilar activos fijos. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 11, 9-17. Recuperado el 02 de mayo de 2018, de <https://www.redalyc.org/html/816/81619829002/>

Schermerhorn, J. (2010). *Administración* (Segunda ed.). (G. Noriega, Ed.) México: Limusa Wiley. Recuperado el 12 de marzo de 2018

PARA CITAR EL ARTÍCULO INDEXADO.

García L., Narváez C. & Erazo J., (2019). Gestión integral de activos fijos con enfoque en el control contable administrativo., *revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 305-328.
Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia Digital**.





Recibido: 13-09-2017 / Aceptado: 05-12-2017 / Publicado: 01-01-2018

Retiro productivo para los trabajadores de una empresa petrolera.

Productive retirement for the workers of an oil company.

Washington Edy Santillán Marroquín.¹, Diana Elizabeth Burbano Pozo.², Francisco Javier Arízaga Proaño.³, Jenny del Pilar Viracocha Aguirre.⁴ & Josué Fernando Santillán.⁵

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.1.480>

Resumen

En la actualidad, nos encontramos frente a un sector de la población Ecuatoriana con una esperanza de vida superior a la de generaciones precedentes y con una enorme vitalidad, cuya actividad en el mercado laboral ha finalizado, pero sus condiciones personales los motivan a seguir activos y productivos.

La sociedad, mantiene una equivocada creencia que asocia la productividad y el empleo remunerado, sin destacar que la contribución de los adultos mayores a la sociedad va más allá; es decir, el criterio de productividad puede ser más amplio, que minimizarlo estrictamente en términos económicos.

El proponer y lograr en una empresa en el Ecuador un “Plan de Retiro” es contribuir de alguna forma con la sociedad como “Responsabilidad Social Corporativa” y obviamente con los colaboradores de dicha Institución.

Este programa práctico, será una herramienta de información que se podrá utilizar para un plan profesional de jubilación.

Palabras claves: Generaciones, mercado laboral, productividad, empleo remunerado, adultos mayores, plan de retiro.

¹ Instituto Superior Tecnológico Bernardo O Higgins., Quito, Ecuador, investigación@instituto-ohiggins.com

² Universidad Internacional SEK, Quito, Ecuador, dianaebp@hotmail.com

³ Instituto Superior Tecnológico Bernardo O Higgins., Quito, Ecuador, franarizaga@gmail.com

⁴ Instituto Superior Tecnológico Bernardo O Higgins., Quito, Ecuador, coordinación.academica@instituto-ohiggins.com

⁵ Universidad Internacional SEK, Quito, Ecuador, franarizaga@gmail.com

Abstract

Today, we are faced with a sector of the Ecuadorian population with a life expectancy of greater than the preceding generations and a tremendous vitality, whose activity in the labour market has ended, but their personal conditions motivate them to continue active and productive. The society maintains a mistaken belief that associated with productivity and wage employment, without mentioning that the contribution of the elderly to society goes beyond; i.e. the productivity criterion may be broader than strictly minimize it in economic terms. Propose and achieve a company in Ecuador a "Retirement Plan" is to contribute in some way with society as 'Corporate Social responsibility' and obviously the staff of that institution.

This hands-on program, will be a tool of information that may be used for a professional retirement plan.

Keywords: Generations, labour market, productivity, gainful employment, older adults, retirement.

Introducción

La Institución objeto de estudio, es una empresa petrolera, situada en Ecuador que se dedica al almacenamiento, refinación y comercialización del crudo a nivel nacional e internacional, creada en la década de los 90.

“El objetivo de la empresa es generar riqueza y desarrollo sostenible para el Ecuador, con talento humano comprometido, gestionando rentable y eficientemente los procesos de transporte, refinación, almacenamiento y comercialización nacional e internacional de hidrocarburos”.

El “Plan de Retiro Productivo” es una herramienta importante, que puede otorgar una empresa para el beneficio de sus colaboradores en la parte final de su vida laboral, como un aporte alineado a la responsabilidad social y en un futuro, podría formar parte de los reglamentos y procedimientos formales de la Empresa, para que exista la obligatoriedad de ejercer su cumplimiento.

Esta investigación dará a conocer de manera cuantitativa y cualitativa las expectativas de colaboradores activos de la Institución, en cuanto a sus requerimientos y temores de lo que significa para ellos el retiro y de lo que esperan de la Empresa como apoyo práctico.

Algunos datos generales de la empresa. El 4.37% de la población, se encuentra en edades para acogerse a la jubilación y al momento no existe un procedimiento o un plan humanizado de retiro, a pesar de que perciben la Jubilación Patronal 1.640 ex colaboradores, las

autoridades no han visualizado todavía la importancia o los beneficios que esta herramienta puede proporcionar a sus colaboradores y familias.

En la actualidad, nos encontramos frente a un sector de la población con una esperanza de vida superior a la de generaciones precedentes y con una enorme vitalidad, cuya actividad en el mercado laboral ha finalizado, pero sus condiciones personales los motivan a seguir activos y productivos.

La sociedad, mantiene una equivocada creencia que asocia la productividad y el empleo remunerado, sin destacar que la contribución de los adultos mayores a la sociedad va más allá; es decir, el criterio de productividad puede ser más amplio, que minimizarlo estrictamente en términos económicos.

Metodología.

La investigación de tipo transversal, de campo, con carácter descriptiva de análisis cualitativa y cuantitativa.

Según datos de la investigación realizada en el Diario El Comercio. La población Ecuatoriana “totalizó el año 2016 la cifra de 16’528.730, que el 2017 subió a 16’776.977, y para el 2018 fue de 17’023.408... la esperanza de vida alcanza los 76.5 años, lo cual determina un crecimiento generoso... A la siguiente década, esto es, para el 2030 envejecerá la población, porque la proporción será de 38.5 de adultos mayores por cada 100 jóvenes y llegará en el 2031 a 1’963.312... El Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC) ya revela que el 2031 la población empezará a envejecer, porque las personas mayores de 65 años cubrirán los dos millones; pero el 2050 superarán los 3.4 millones, con lo cual habrá menos tributación” (Diario El Comercio)

Esta Empresa, con corte a junio de 2018, determinó que existe una población de 198 colaboradores en edad para acogerse a la jubilación o que estarían próximos a jubilarse en el transcurso de este año 2019.

De esta realidad este trabajo de investigación, busca investigar cuáles son las expectativas, necesidades y requerimientos de los colaboradores próximos a jubilarse, con la finalidad de que la Empresa en un futuro pueda implementar un “Plan de Retiro Productivo” basado en requerimientos reales de los colaboradores activos y que tipo de recursos y herramientas prácticas la Empresa podría proporcionar a sus trabajadores en retiro.

El “Plan de Retiro Productivo” bien estructurada y excelentemente socializada, se podría convertir en una herramienta potente, que puede otorgar una empresa para el beneficio de sus colaboradores, como un aporte alineado a la responsabilidad social y en un futuro

podría formar parte de las políticas de la Empresa, para que exista la obligatoriedad de ejercer su cumplimiento.

En la actualidad el colaborador que cumple con los requisitos para la jubilación, se retira de la Empresa sin recibir recursos y herramientas que le permitan sostenerse como un ente activo para la sociedad, sin recibir el debido reconocimiento al aporte que ha brindado por los 30 o más años de servicio en la Institución.

Esto ha generado un imaginario en el personal activo y pasivo que se acerca cada año a realizar su registro de Jubilación Patronal, que la Empresa, actúa con un interés demasiado instrumental, viendo al colaborador como un medio o un elemento y podría generar en los colaboradores y ex colaboradores un sentimiento de rencor hacia la empresa y poco sentido de pertenencia en los últimos años de su carrera profesional.

Con este proyecto “Plan de Retiro Productivo”, la Empresa Petrolera, mejorará su imagen con el cliente interno, lo que generará simultáneamente un ambiente en el que los colaboradores se sienten valorados y reconocidos por su esfuerzo.

La Dirección de Talento Humano, también se verá beneficiada porque los colaboradores podrán sustituir la reputación de un departamento frívolo y operativo, en un área donde realmente se está buscando beneficiar al personal con programas o planes en pro de los colaboradores que han entregado sus mejores años en la Empresa.

Este “Proyecto de Retiro Productivo para los colaboradores de una Empresa Petrolera” busca dar a conocer, como se manifiesta en los colaboradores activos de la Empresa que están próximos a jubilarse, sus expectativas; en cuanto a lo que esperan de la Empresa, de la sociedad y de sus familias, con la finalidad de proponer una práctica diferente de retiro.

Resultados.

Para el efecto, se realizó encuestas cerradas de opción múltiple a un grupo poblacional representativo de la Empresa que está próximo a jubilarse.

Adicionalmente, se realizó un “Focus Group” con un grupo de hasta cinco ex trabajadores para analizar cualitativamente sus percepciones desde la realidad sobre la jubilación.

Las encuestas fueron aplicadas a la totalidad de la población objetivo (198 colaboradores de la Empresa Petrolera), sin embargo 136 colaboradores respondieron a las mismas. Para determinar la confianza de los resultados se utilizó la fórmula propuesta por (Murray y Larry) la cual se indica en la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 x p x q x N}{e^2(N - 1) + Z^2 x p x q}$$

Donde:

- n= tamaño muestra
- z= Confianza
- e= tolerancia error
- p= prevalencia de lo esperado
- q= prevalencia de lo no esperado
- n= Población

Normalmente se utilizaría esta ecuación para determinar el número de encuestas a aplicar dentro de una población definida, sin embargo, en este caso la misma fue utilizada para calcular un rango de confianza de acuerdo al número de encuestas que fueron efectivamente respondidas.

Para esto se asumió una tolerancia máxima de error del 5%; y una prevalencia del 50% de lo esperado, lo cual significa que se espera que la mitad de las encuestas se llenaron honestamente. Bajo este panorama se probaron diferentes valores de confianza de acuerdo a la distribución normal de Gauss, determinándose que la misma oscila en un rango entre 97.5% y 99%.

Para esta investigación se realizaron veinte y tres preguntas con la finalidad de obtener información por parte de los colaboradores activos de la EMPRESA que próximamente tendrán que jubilarse; es decir de edades de 60 años en adelante.

- La primera pregunta se relacionó con el sitio de vivienda del potencial jubilado.

Tabla. 1 ¿Con quién vive?

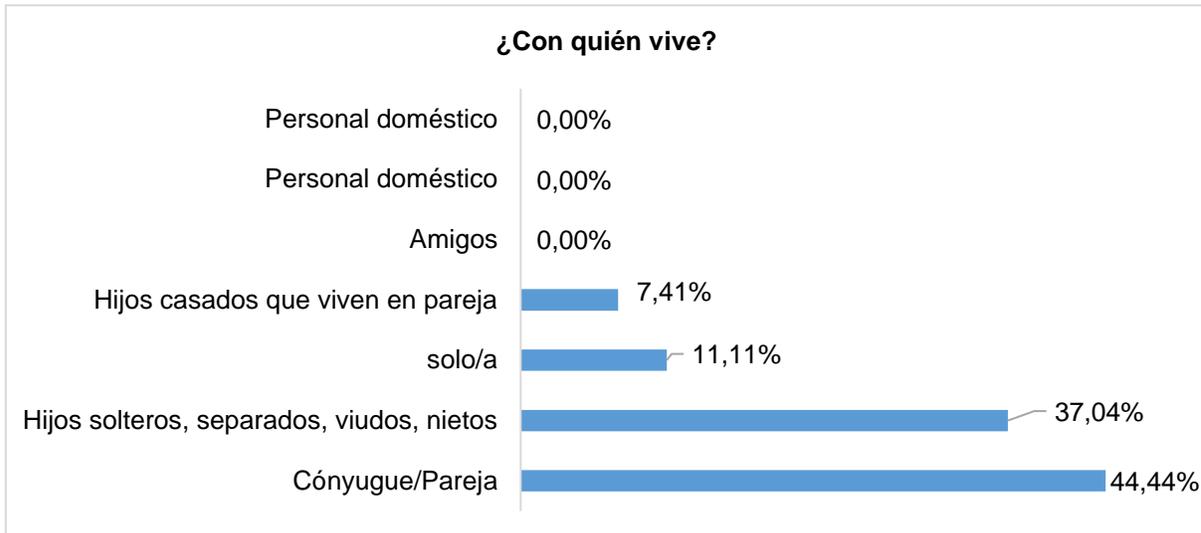


Figura 1. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La segunda pregunta se relaciona a la tenencia de la vivienda de los servidores próximos a jubilarse.

Tabla. 2 ¿La tenencia de su vivienda es?

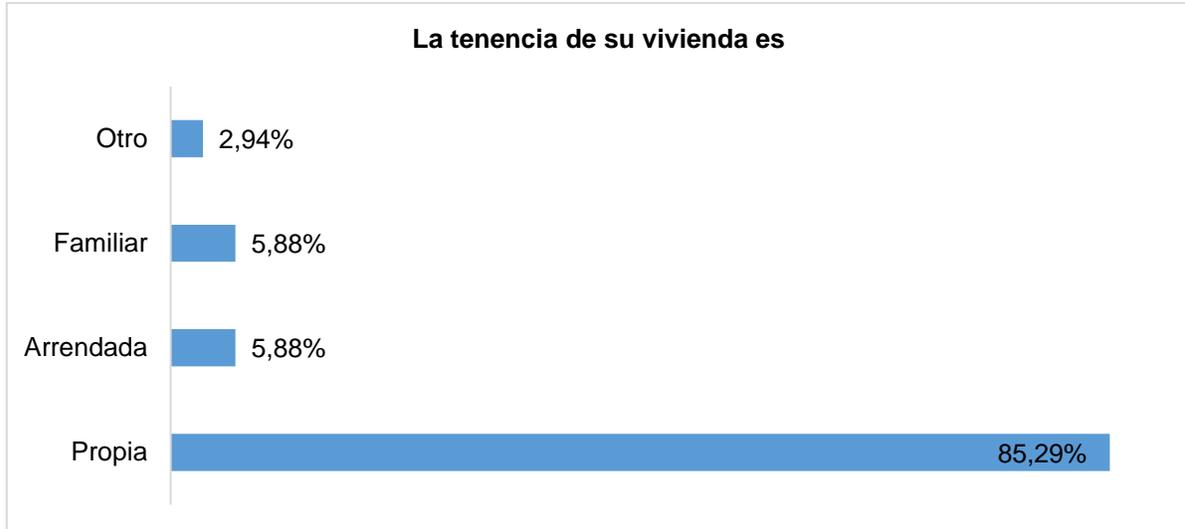


Figura 2. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La tercera pregunta se relaciona a las expectativas después de jubilarse.

Tabla. 3 ¿Cuáles son sus expectativas luego de la jubilación?

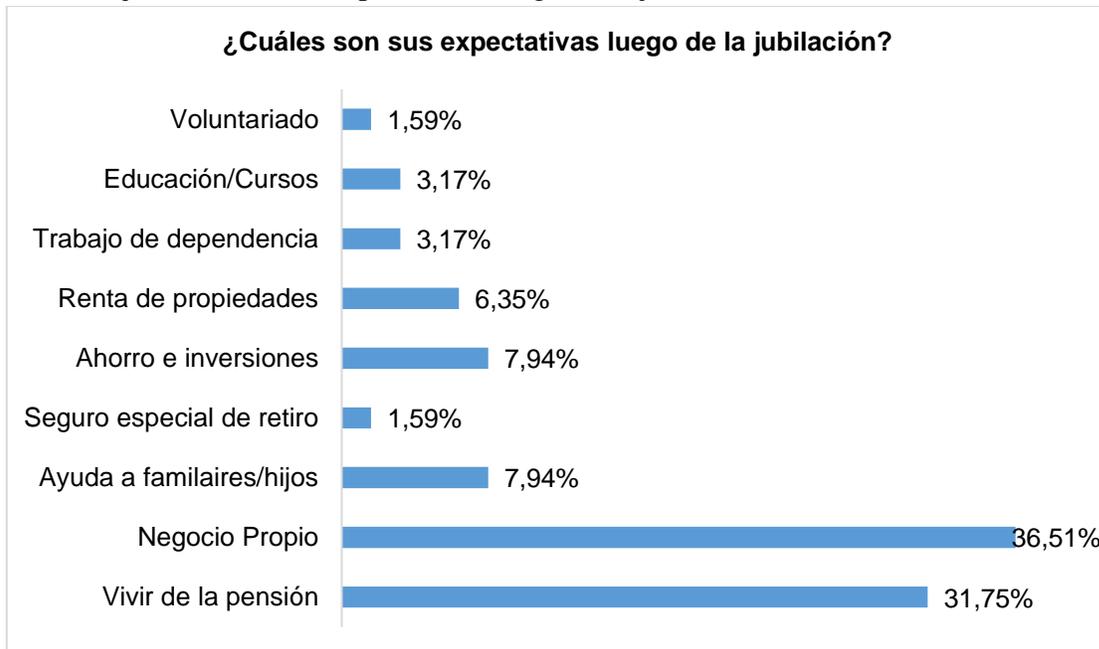


Figura 3. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La cuarta pregunta consulta sobre la visualización dentro de la sociedad después de la jubilación.

Tabla. 1 ¿Cómo se visualiza dentro de la sociedad después de la jubilación?

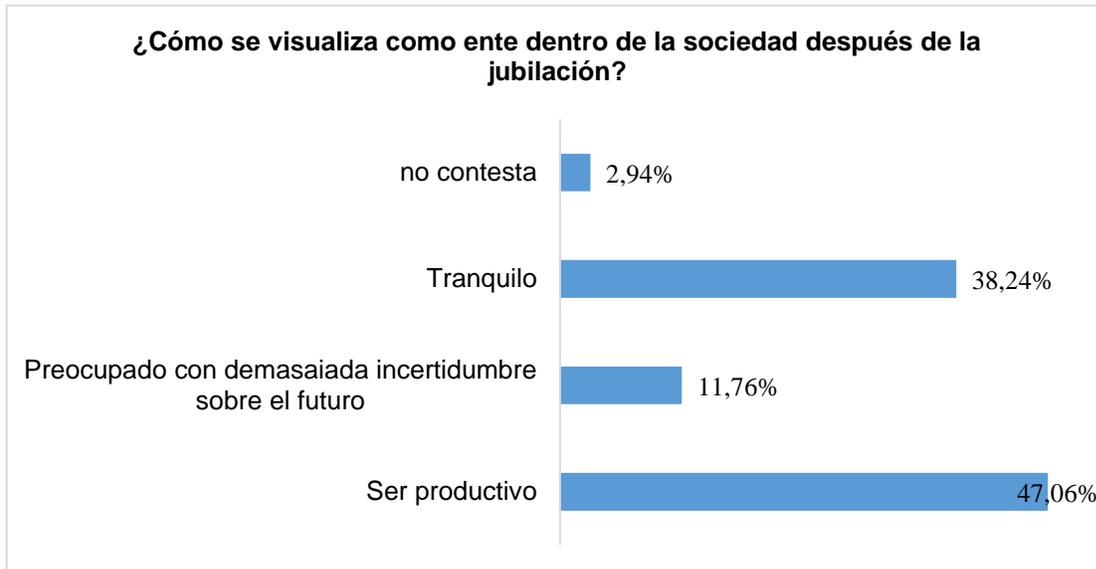


Figura 4. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La quinta pregunta consulta sobre la definición de su estado de salud en general.

Tabla. 2 ¿Cómo definiría su estado de salud en general?

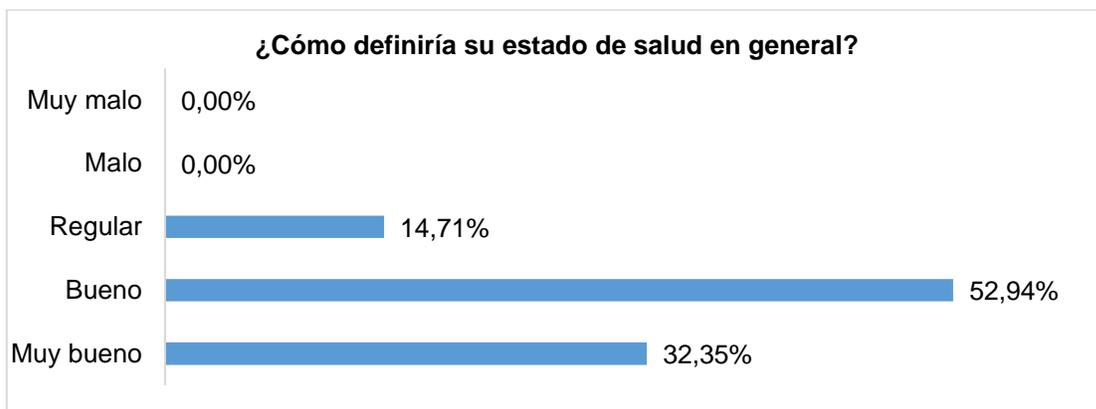


Figura 5. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La sexta pregunta consulta si los colaboradores próximos a jubilarse presentan alguna discapacidad.

Tabla. 6 ¿Tiene alguna discapacidad?

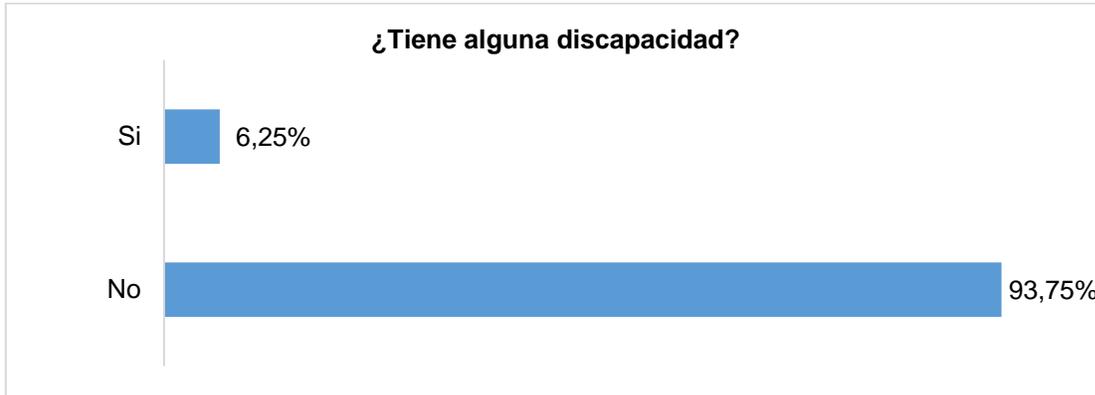


Figura 6. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La séptima pregunta consulta si los colaboradores reciben algún tratamiento de salud permanente.

Tabla.7 ¿Recibe algún tratamiento médico permanente?

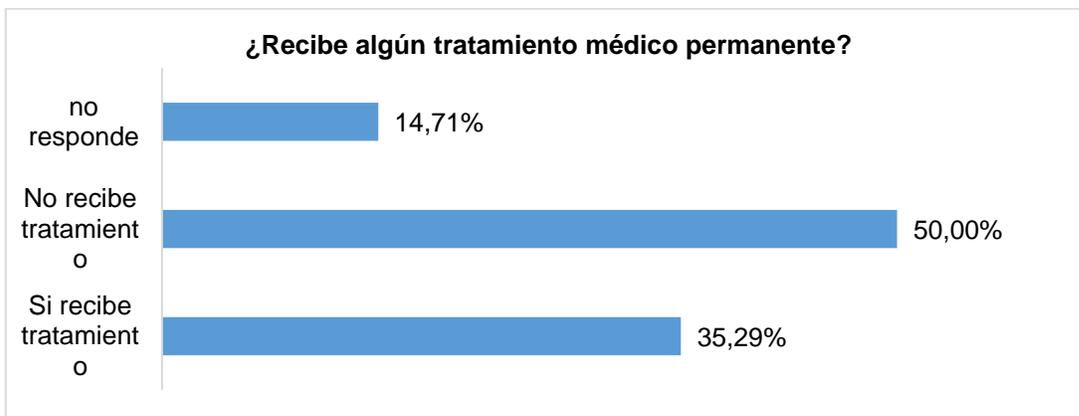


Figura 7. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La octava pregunta consulta como han pensado distribuir el tiempo después del retiro.

Tabla. 8 Cuando se retire ¿Cómo ha pensado distribuir su tiempo?

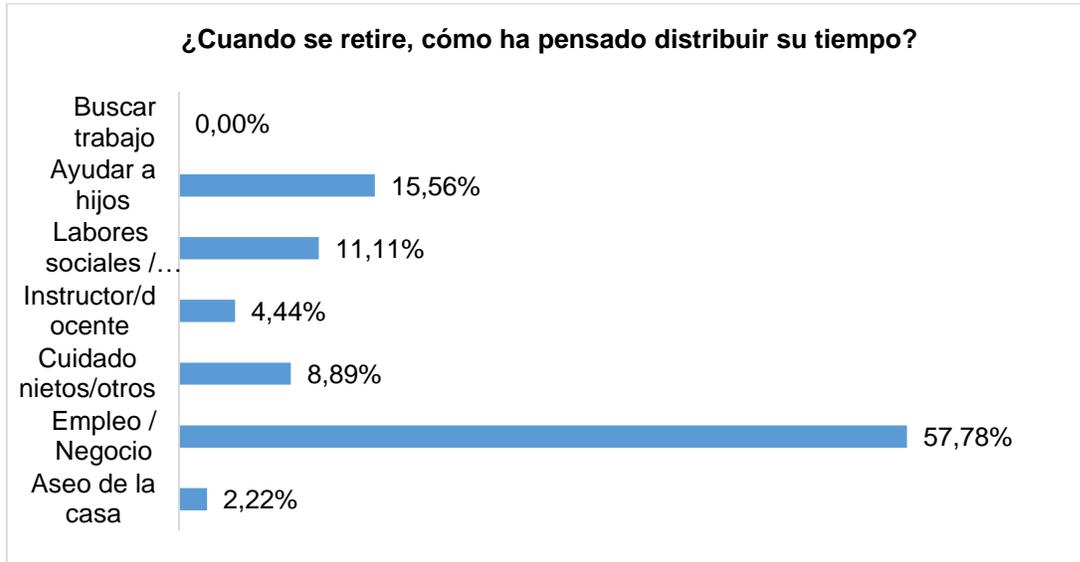


Figura 8. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La novena pregunta consulta si consideran que solo el trabajo es un aporte para la sociedad.

Tabla. 9 ¿Considera que sólo el trabajo es un aporte para la sociedad?

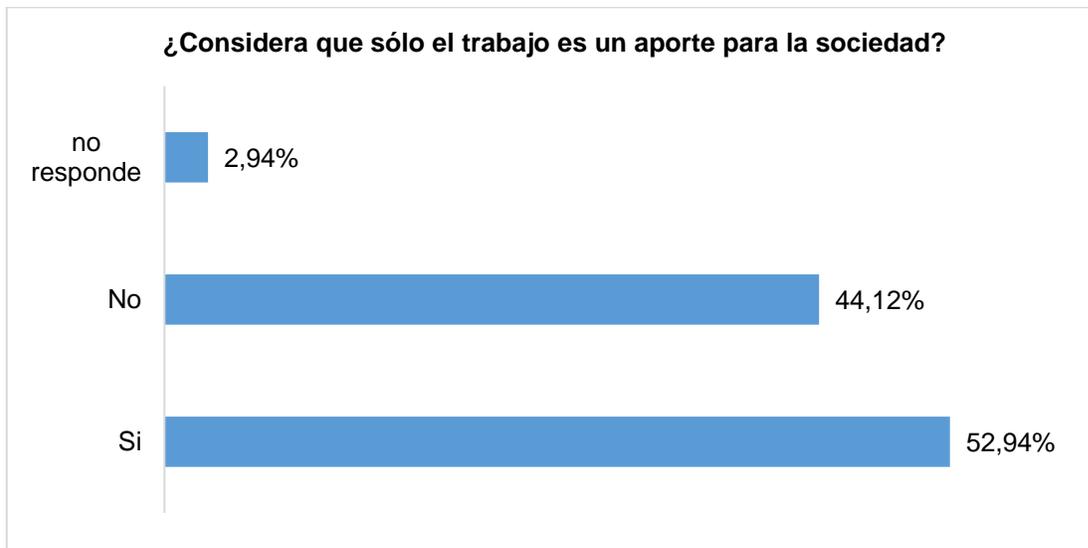


Figura 9. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La décima pregunta consulta ¿cómo los colaboradores definen su estado de ánimo con la idea del retiro para acogerse a la jubilación?

Tabla. 10 Con la idea de su retiro para acogerse a la jubilación ¿Cómo define su estado de ánimo?

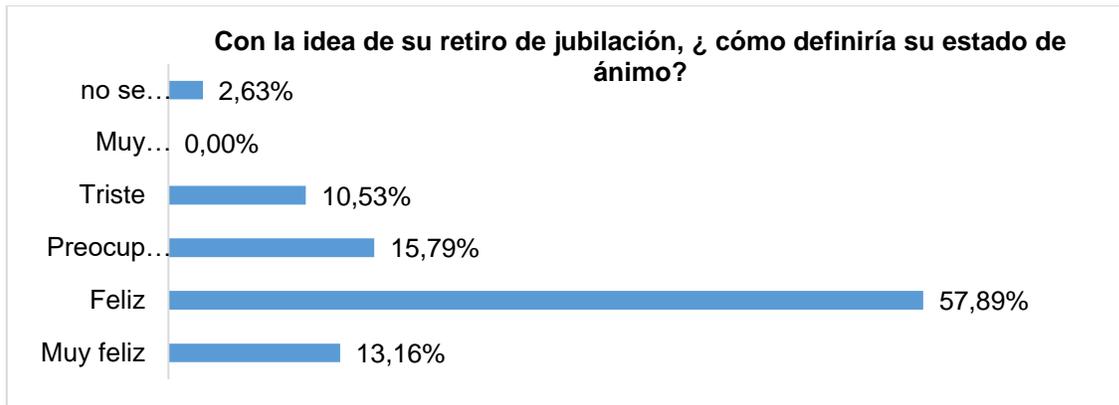


Figura 10. Ciencia Digital

Fuente: Elaboración propia.

- La décimo primera pregunta, consulta ¿Qué tan aceptada es su decisión de jubilarse dentro de su entorno social y familiar?

Tabla. 11 Dentro de su entorno familiar y social ¿Que tan aceptada es su decisión de jubilarse?

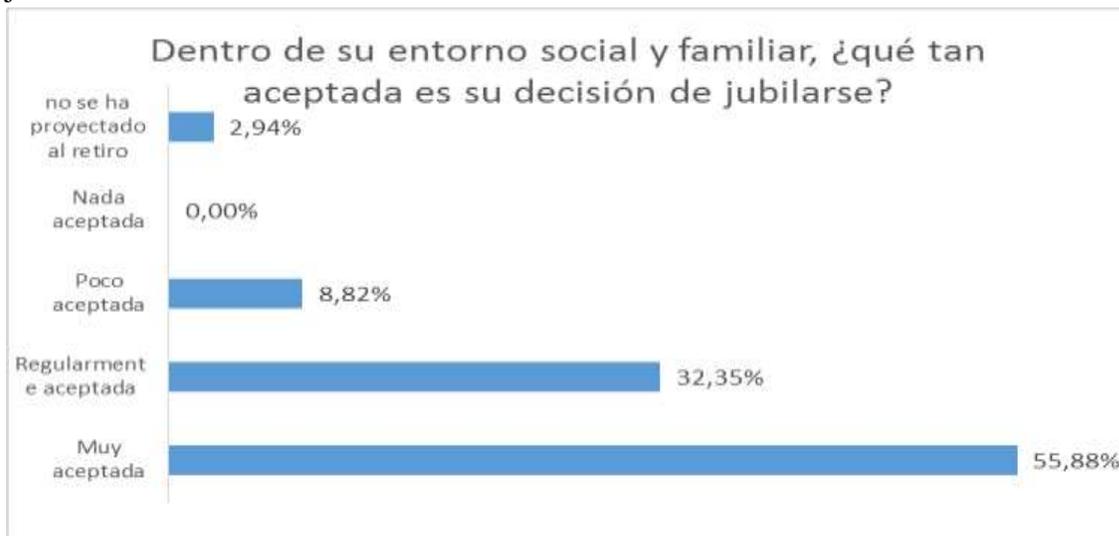


Figura 11. Ciencia Digital

Fuente: Elaboración propia.

- La décimo segunda pregunta, consulta sobre las preocupaciones de los colaboradores en relación a su entorno familiar.

Tabla. 3 Cuáles son las cosas de usted o su familia que le preocupan actualmente?

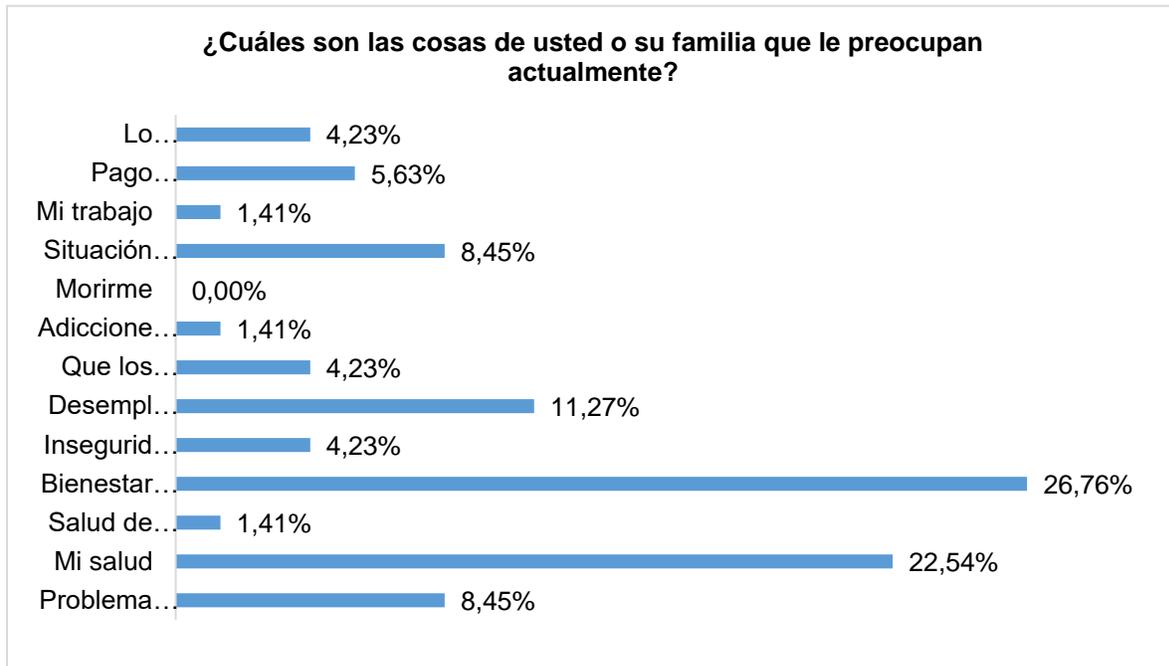


Figura 12. Ciencia Digital

Fuente: Elaboración propia.

- La décimo tercera pregunta, consulta sobre la percepción de los colaboradores cuando escuchan la palabra “vejez”.

Tabla. 13 ¿Qué es lo que piensa cuándo escucha la palabra vejez?

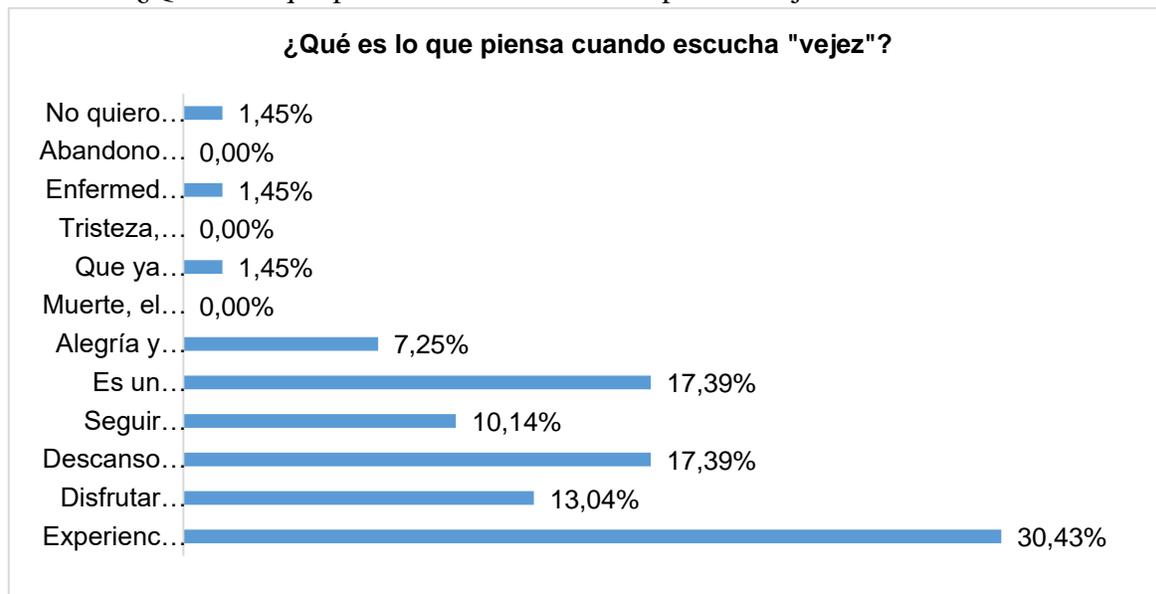


Figura 13. Ciencia Digital

Fuente: Elaboración propia.

- La décimo cuarta pregunta, consulta a los colaboradores sobre su percepción sobre las ventajas de la vejez.

Tabla. 4 ¿Cuáles considera que son las ventajas sobre la vejez?

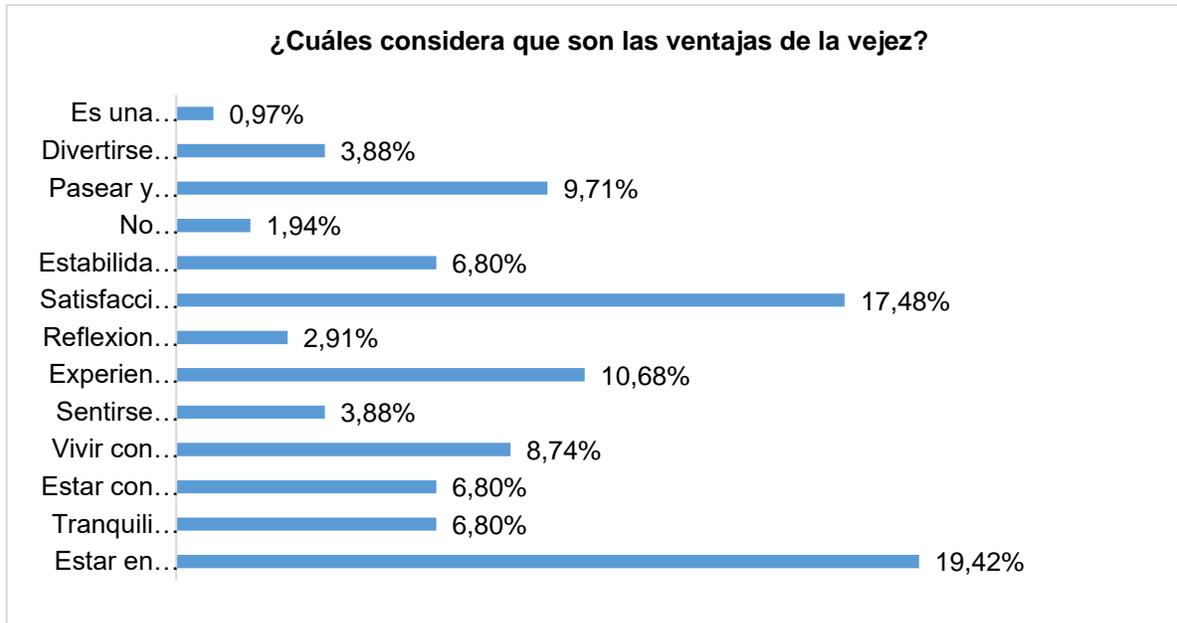


Figura 14. Ciencia Digital

Fuente: Elaboración propia.

- La décimo quinta pregunta, consulta a los colaboradores sobre ¿Cuáles considera son los problemas que atraviesan en la vejez?

Tabla. 15 ¿Cuáles son los problemas de la vejez?

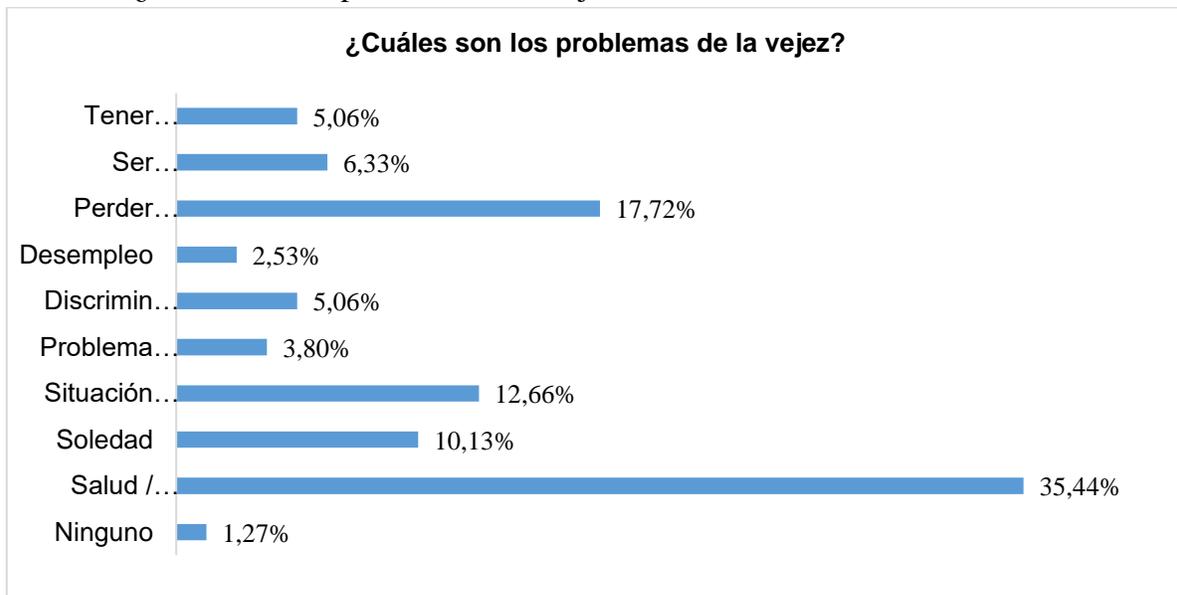


Figura 15. Ciencia Digital

Fuente: Elaboración propia.

- La décimo sexta pregunta, consulta a los colaboradores en que piensan cuando escuchan la palabra “retiro productivo”.

Tabla. 5 Cuando escucha retiro productivo ¿En qué piensa?

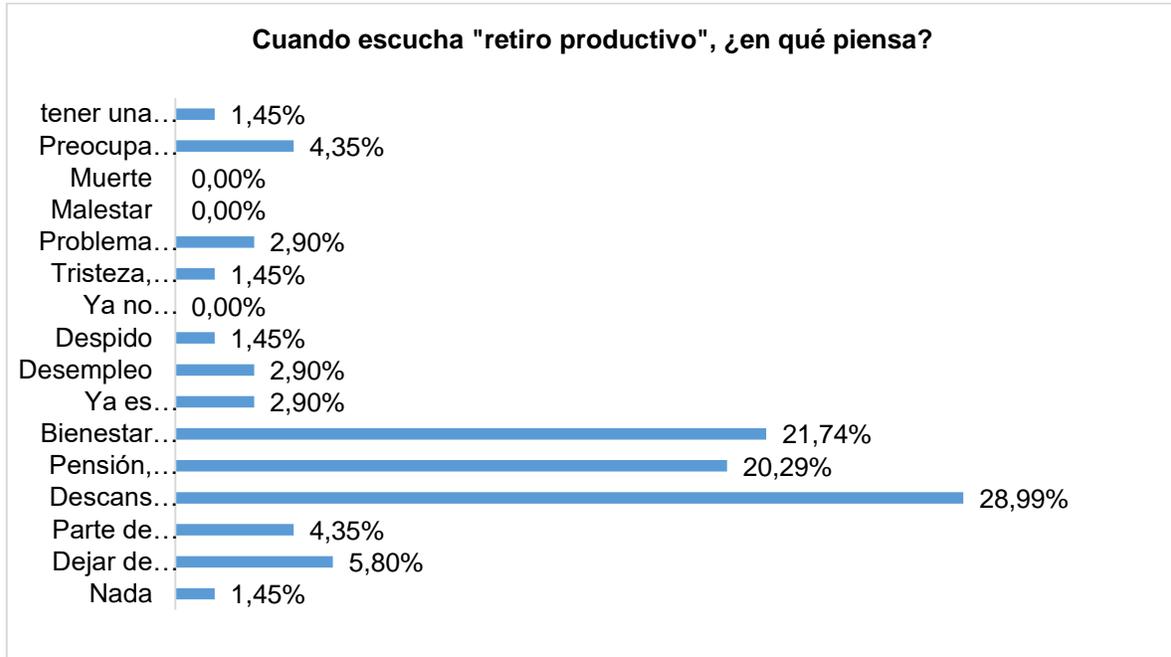


Figura 16. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La décimo séptima pregunta, consulta si los colaboradores han planificado su retiro.

Tabla. 6 ¿Ha pensado en alguna planificación para su retiro?

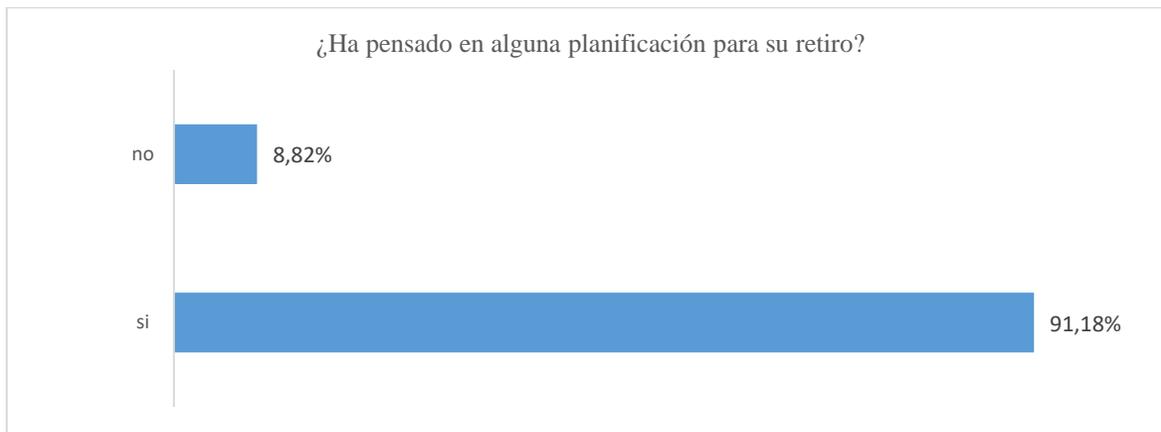


Figura 17. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La décimo octava pregunta, consulta a los colaboradores a qué áreas debería enfocarse los planes de retiro.

Tabla. 7 ¿A qué áreas debería enfocarse los planes de retiro?

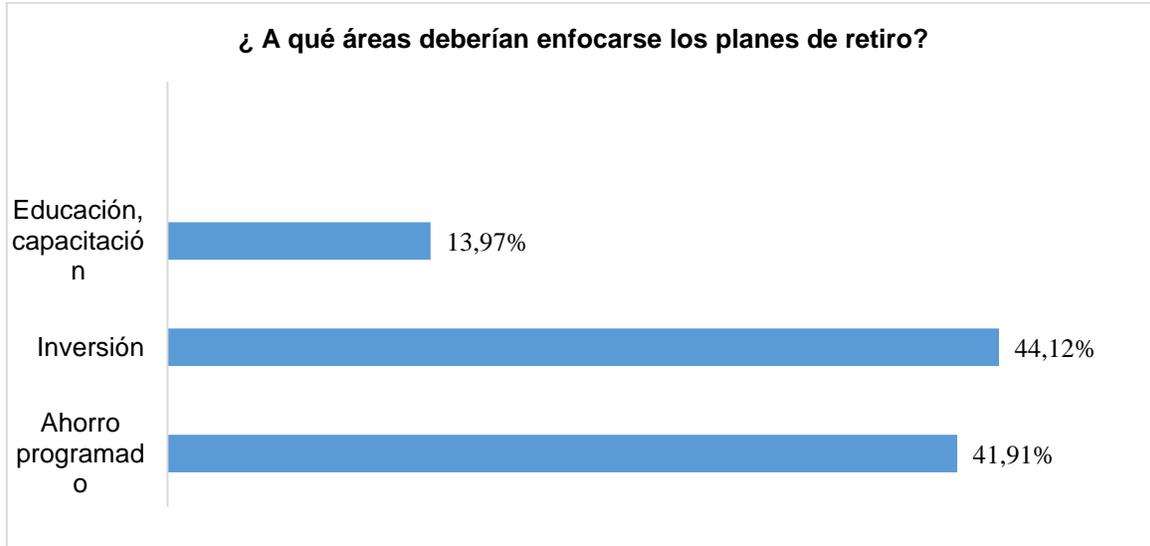


Figura 18. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La décimo novena pregunta, consulta a los colaboradores qué consideran importante para lograr un retiro efectivo.

Tabla. 8 ¿Qué cree que sería importante para logara un retiro efectivo?

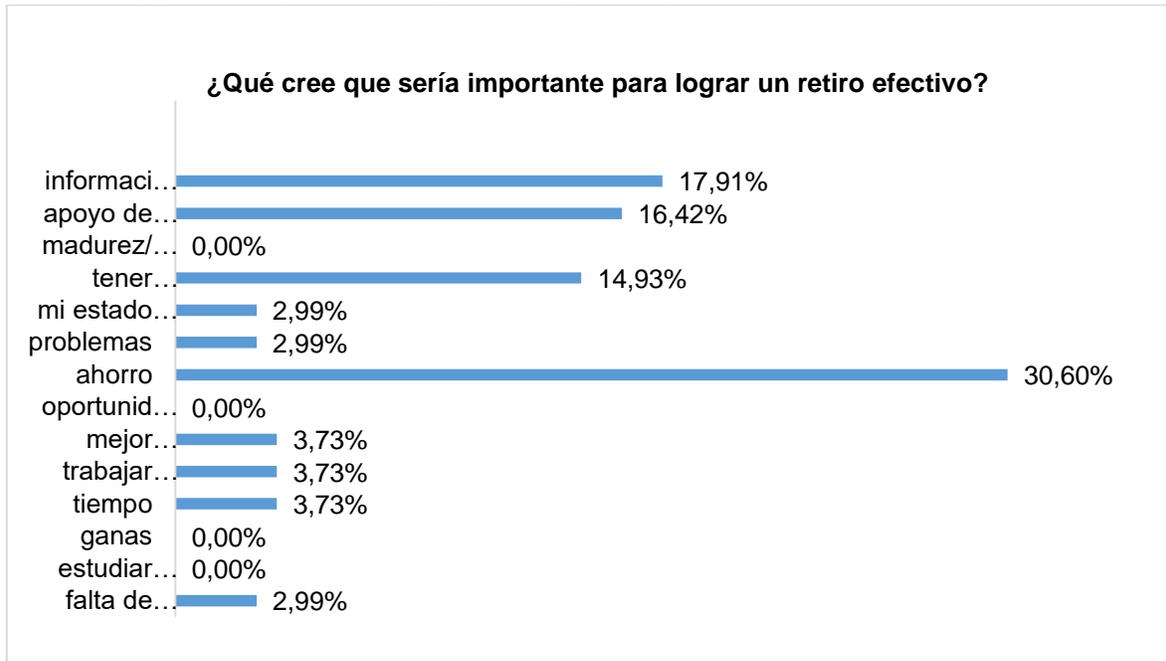


Figura 19. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La vigésima pregunta, consulta a los colaboradores si consideran que el ahorro permite tener una buena vida cuándo se dé el retiro.

Tabla. 20 considera que “ahorrar” ayuda a tener una buena vida cuando llegue el retiro



Figura 20. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La vigésima primera pregunta, consulta a los colaboradores si ahorran.

Tabla. 21 ¿Usted ahorra?

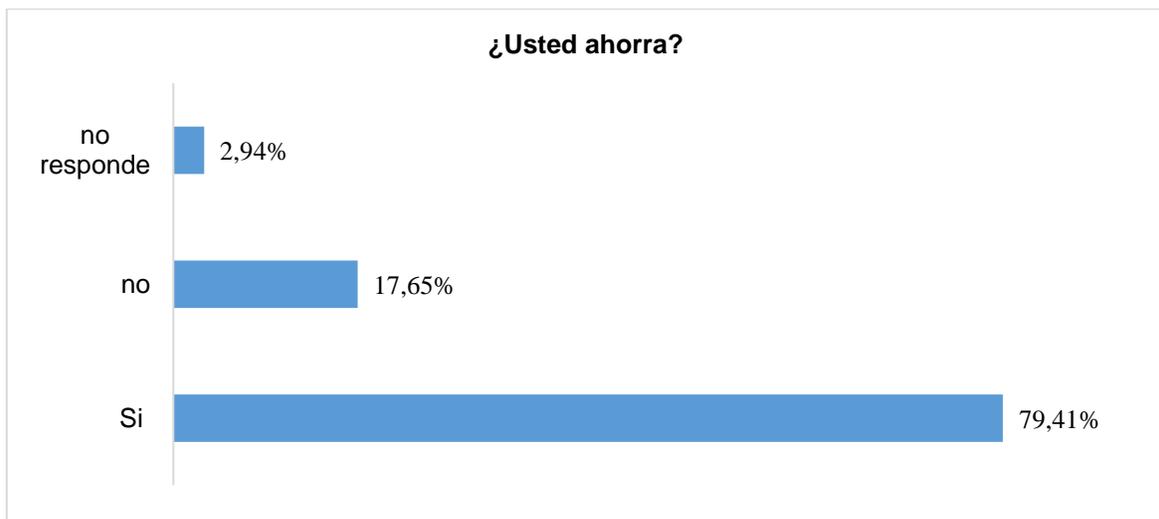


Figura 21. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La vigésima segunda pregunta, consulta a los colaboradores cuánto de sus ingresos ahorran para el retiro.

Tabla. 9 ¿Cuánto de sus ingresos ahorra para el retiro?

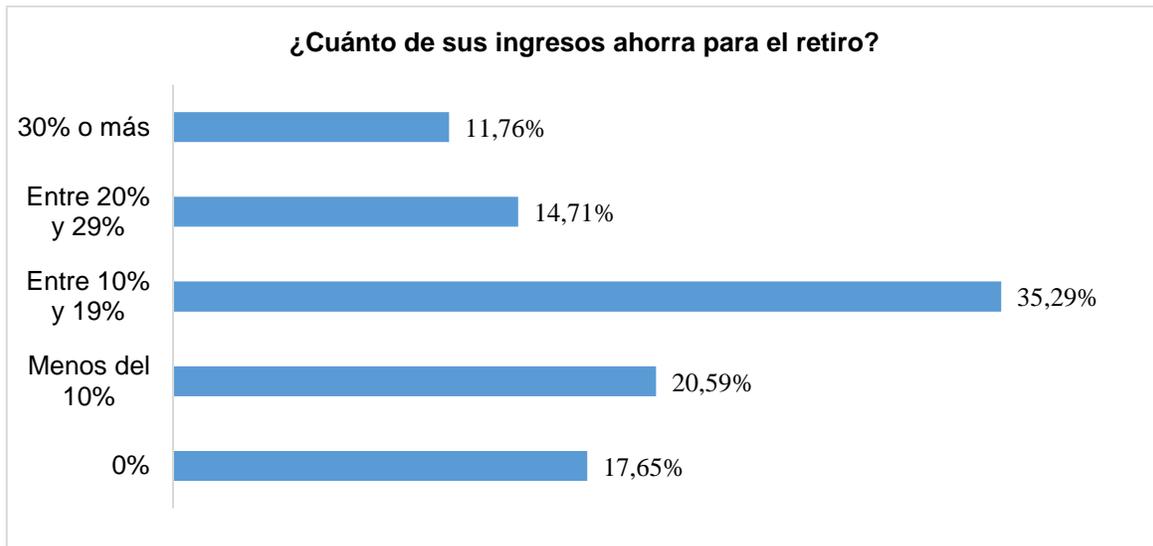


Figura 22. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

- La vigésima tercera pregunta, consulta a los colaboradores si compartirían su experiencia laboral y humana adquirida en la Empresa Petrolera brindado su colaboración como capacitadores.

Tabla. 10 Si le dieran la oportunidad de compartir su experiencia laboral y humana adquirida en la Compañía Petrolera, ¿Colaboraría con dicha Empresa como capacitador?

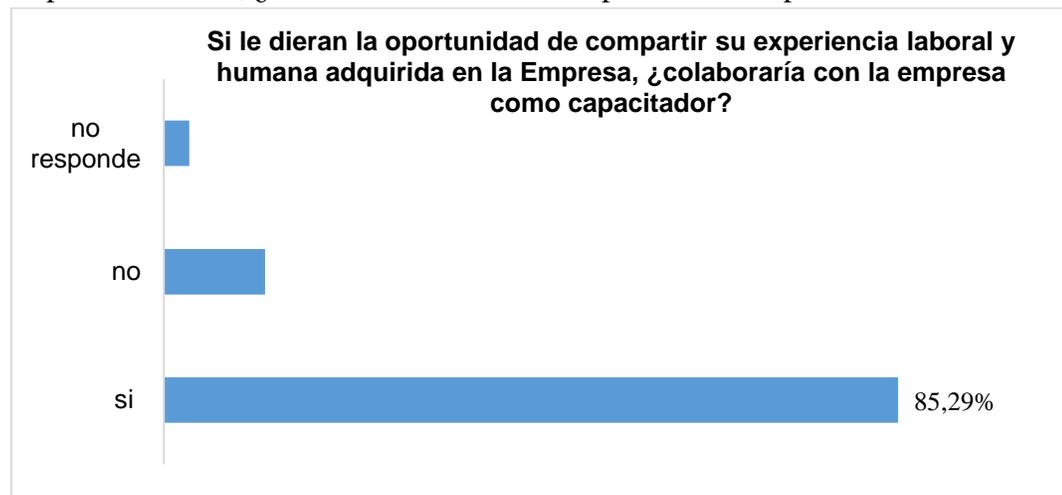


Figura 23. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

Con la finalidad de ampliar el criterio de la investigación se realizó un “Focus Group” a un grupo de 5 ex colaboradores de la Empresa Petrolera que trabajaron hasta el 2016.

Este grupo tiene rangos de edad desde los 43 años a los 62 años de género femenino.

1. ¿Con quién vive actualmente?

Las respuestas para esta pregunta son muy variadas de acuerdo al gráfico:

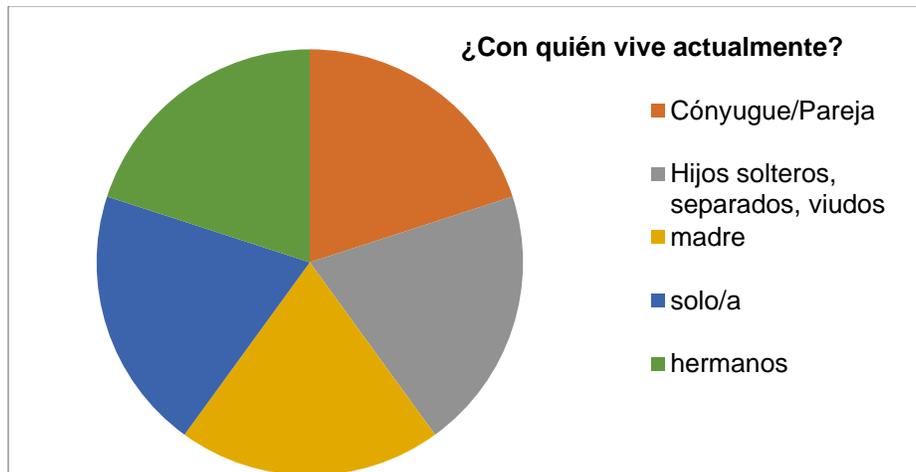


Figura 24. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

2. En lo relacionado a la tenencia de la vivienda todos los entrevistados indican tener una vivienda propia e incluso más de una vivienda con la que se ayudan para su economía, adicionalmente indicaron tener su dinero invertido en pólizas de acumulación.



Figura 25. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

3. Se consultó a este grupo de personas si se había cumplido sus expectativas al jubilarse, a la consulta indicaron 4 entrevistados que sí se habían cumplido sus expectativas pero un entrevistado indicó que hubiera querido continuar trabajando en la Empresa.

Actualmente está buscando reinsertarse nuevamente en el mercado laboral.

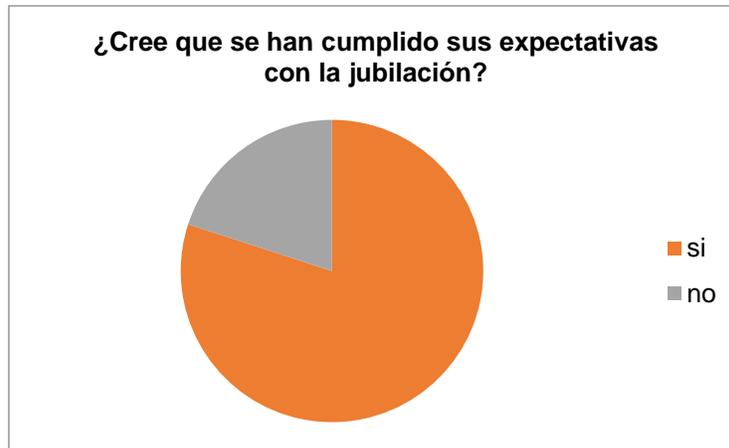


Figura 26. Ciencia Digital

Fuente: Elaboración propia.

También han indicado a esta pregunta que lo enriquecedor es poder compartir y colaborar con el bienestar de la familia, dedicarse al cuidado de sobrinos o padres, madres de la tercera edad. Por otro lado no tener la presión de tiempo también se considera como ventaja ya que tienen la libertad del uso de su tiempo.

4. En la pregunta de cómo se visualiza dentro de la sociedad como una persona jubilada o retirada, la mayor parte de los entrevistados respondieron que se sentían útiles y productivos pero una persona entrevistada tiene demasiada incertidumbre por el futuro debido a las obligaciones que aún se le presentan al tener hijos que educar.

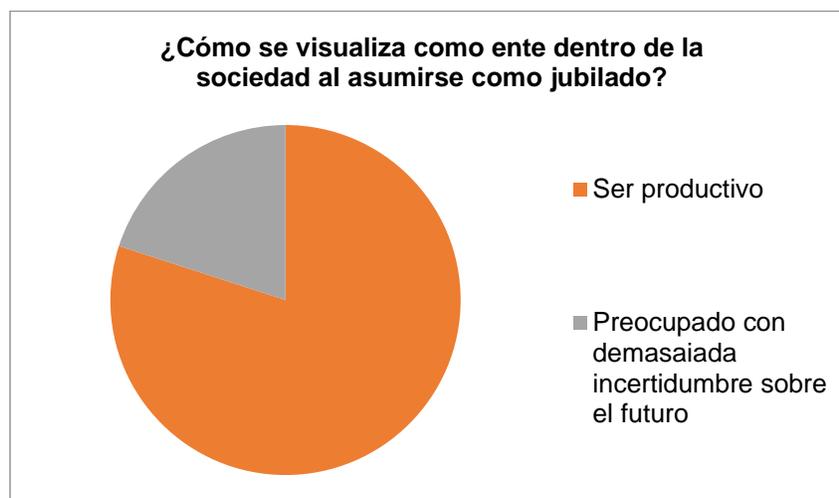


Figura 27. Ciencia Digital

Fuente: Elaboración propia.

5. En la pregunta sobre la distribución del tiempo todos los entrevistados dicen iniciar su rutina a partir de las 09:30 aproximadamente hasta las 16:30 donde suelen encontrarse en

grupos de amigos para realizar alguna afición como ir al cine, asistir a cursos, ir a paseos cortos.

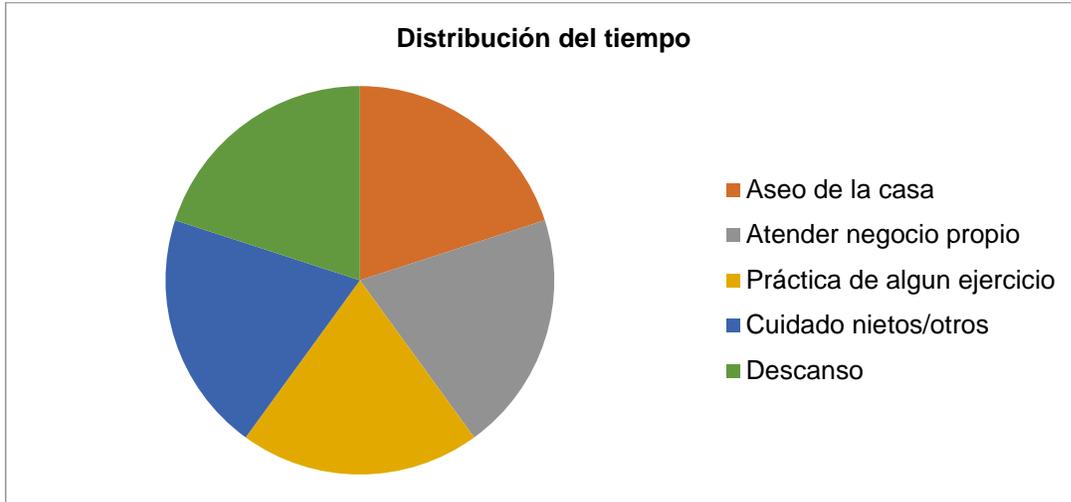


Figura 28. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

6. En la pregunta realizada, ¿Considera que solo el trabajo es un aporte para la sociedad? El grupo entrevistado manifestó que no necesariamente solo el trabajo es un aporte, porque atender a familiares, cuidar de familiares que requieren especial cuidado también es un aporte para la sociedad, adicionalmente manifiestan que ha sido suficiente trabajar en algunos casos más de 30 años.

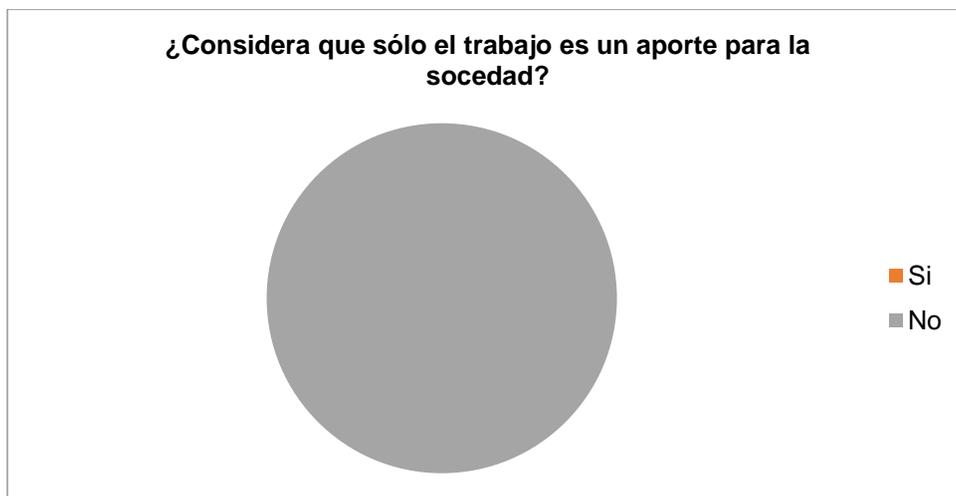


Figura 29. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

7. En esta consulta, todos los ex colaboradores, manifiestan sentirse muy felices.

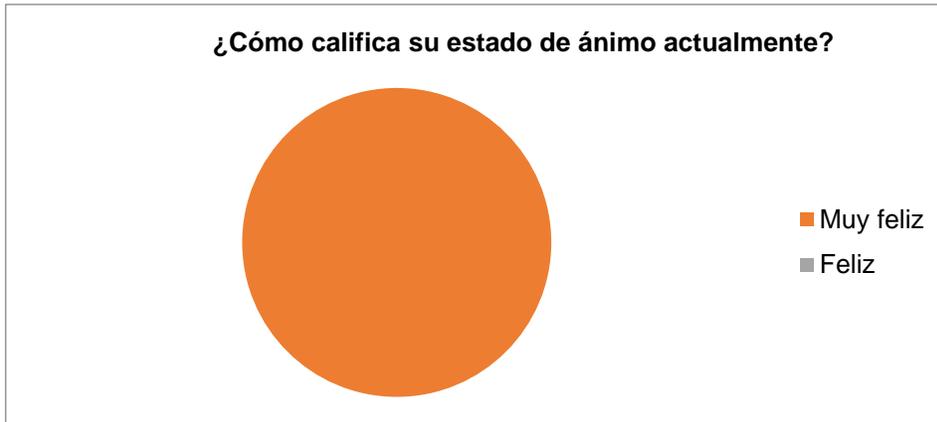


Figura 30. Ciencia Digital
Fuente: Elaboración propia.

8. La visión de los entrevistados en relación a la palabra vejez va ligada a la sabiduría, experiencia, madurez, tranquilidad, descanso y felicidad por haber llegado a esa edad.

9. En cuanto a las ventajas de estar jubilado el grupo entrevistado indicó que estar con la familia y colaborar con ellos es una gran ventaja.

10. A la consulta realizada de que piensan cuando escuchan el término retiro productivo, indicaron que es una manera de ser un aporte a la sociedad sin ser carga.

11. Para la pregunta, ¿Si la Empresa Petrolera, les pidiera colaboración para ser capacitador y compartir su experiencia laboral y humana adquirida, colaboraría con la empresa? Todos los entrevistados respondieron que sí.

En consenso el grupo mencionó que la planificación antes del retiro es una ventaja al igual que el ahorro, incluso tres de los entrevistados continúa ahorrando; por otro lado, ven muy importante que la Empresa se preocupe en brindar capacitación relacionada al retiro.

El proceso de OUTPLACEMENT es una gran herramienta en procesos de apoyo de retiro del personal que se puede utilizar con trabajadores que están a punto de jubilarse.

El OUTPLACEMENT Es una serie de procedimientos que las compañías utilizan para asistir a los empleados que quedan sin su puesto de trabajo debido a una reestructuración o recorte. Los expertos en outplacement establecen un programa que abordará la realidad actual en cuanto a trabajo, apoyo o acompañamiento psicológico, establecimiento de un plan de futuro y una búsqueda de objetivos como nuevos empleos o posibilidades dentro del ámbito laboral. El objetivo es facilitar la reinserción laboral de la persona en el mercado

laboral de modo que la empresa no vea afectada su imagen con los comentarios negativos del personal que quedo sin empleo.

Dentro de las ventajas que una empresa puede obtener con el outplacement está la reducción o eliminación de los problemas legales posteriores a la separación de los colaboradores, minimización de la imagen negativa de la empresa, incremento en el compromiso de los colaboradores con la institución y de las personas que se fueron de ella porque se evidencia el interés de la empresa con las personas. De acuerdo a lo publicado en la página de internet sobre conceptos y definiciones de esta técnica; se hace referencia de que a través de este mecanismo:

El ejecutivo que se retira de una empresa, recibe información sobre la actualidad del mercado laboral y consejos respecto a cómo explotar su perfil profesional.

El outplacement actúa sobre diversos campos para tener éxito en su reorientación del trabajador, brindando asistencia psicológica, contribuyendo a establecer nuevos objetivos y

desarrollando evaluaciones en conjunto con el individuo. Incluso, puede implicar el acceso a soportes, materiales, como una oficina o equipamiento informático a disposición de la persona que recibe la asistencia.

Dentro del outplacement se utiliza la estrategia de “El Proceso de Enfoque (ZIP Zeroing-In Process) que consiste en un análisis para el perfeccionamiento, esta estrategia es bastante utilizada en el ámbito del mercado; consiste en cinco pasos para enfocar las tareas en acciones que conduzcan al objetivo de recolocación en una nueva organización u otras posibilidades de trabajo como: docencia, consultoría, etc., cada fase tiene un propósito, la primera es la preparación, la segunda se relaciona a la investigación del mercado, la tercera al enfoque, la cuarta a la entrevista y negociación y la quinta a la dirección de carrera.

Conclusiones.

- Es un aporte para la sociedad implementar programas que busquen generar interdependencia, autorrealización y dignidad a los grupos que están próximos a jubilarse, tomando en cuenta que aproximadamente en el 2031 la población Ecuatoriana empezará a envejecer y las personas mayores de 65 años cubrirán los dos millones, grupo poblacional que aumentará para el 2050, donde se estima se superarán los 3.4 millones lo que implicará menos tributación o aumento en la edad para acogerse a la jubilación.
- También será un aporte para la sociedad que la Empresa, brinde herramientas que permitan tener otras posibilidades de tener ingresos; considero que en algún momento todas las Empresas deberán contar con planes similares tomando en cuenta el aumento de la edad de la población económicamente activa.

- Los jubilados son personas activas que presentan mucha vitalidad y necesitan de programas que potencien su interdependencia y autorrealización.
- Luego de la jubilación muchos colaboradores desean tener un negocio propio
- Un 16.42% de los encuestados considera que deber recibir apoyo por parte de la Empresa para la planificación de su retiro.
- La decisión de acogerse a la jubilación está relacionada con el apoyo y aceptación que se reciba de la familia.
- Finalmente, se considera que un “Plan de Retiro Productivo” será un aporte para el grupo familiar de los colaboradores y un aporte para los colaboradores porque se sentirán como entes productivos que contribuyen a la sociedad, sin ser discriminados o ignorados o limitados en el desarrollo de sus capacidades y aspiraciones para continuar emprendiendo proyectos personales que pueden mejorar a su comunidad.

Referencias bibliográficas.

- Aranibal, P. (2001). Acercamiento conceptual a la situación del adulto mayor en América Latina: La vejez como fenómeno social. Recuperado de http://www.redadultosmayores.com.ar/buscador/files/CALID025_Aranibar.pdf
- Asif, S. & Sargeant, A. (2000). “Modelling internal communications in the financial services sector”, *European Journal of Marketing*, vol. 34, n°.3/4, p. 299.
- Cifuentes, J. (2017). ¿A qué edad jubilan en otros países de sudamérica? La Tercera. Recuperado de <http://www2.latercera.com/noticia/edad-jubilan-otros-paises-sudamerica/>
- Frankl, V. (1997). *El hombre en busca de sentido*. Barcelona: Editorial Herder
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Internet Learning Center - ILCUSA. (2018). Obtenido de http://www.ilcusa.org/_lib/pdf/Productive_Aging.pdf
- Las 5 etapas del duelo (cuando un familiar fallece). (2018). Obtenido de <https://psicologiaymente.net/clinica/etapas-del-duelo> Kubler-Ross, E.: *On death and dying*. Nueva York: Routledge, 1973
- López, A. (2013). Planes de retiro una forma de dar valor a su empresa. Portafolio. p. 1. Recuperado de <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/planes-retiro-forma-dar-empresa-81714>
- Marx, C. (1988). *Antología*. España: Península Barcelona.
Ministerio del Trabajo: Asistencia en Jubilación Patronal
<http://www.trabajo.gob.ec/asistencia-en-jubilacion-patronal/>
- Muñoz, A., Madrigal, M., & Mancipe, D. (2018). Estrategias de afrontamiento utilizadas por personas adultas mayores con trastornos depresivos. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gerontologia/article/view/8869>
- NATIONAL INSTITUTE ON AGING U.S. DEPARTMENT OF HEALTH & HUMAN SERVICES: Estadística de ancianos a nivel mundial. Obtenido de

- <https://www.nia.nih.gov/>
¿Qué es el trabajo decente?. (2004). Obtenido de http://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_LIM_653_SP/lang-es/index.htm
- Redacción, Diario El Comercio (2016) En Ecuador la esperanza de vida es de 76,2 años, según el estudio de la OMS Recuperado de:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-esperanza-vida-salud-latinoamerica.html>
- Redacción BBC Mundo (2013) Los mejores y peores países para ser viejo. BBC Mundo. P.1. Recuperado de
http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/10/130726_salud_indice_paises_vejez_men
- Redacción, Diario El Telégrafo (2016) La Jubilación es una oportunidad para crecer
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/palabra/1/la-jubilacion-es-una-oportunidad-para-crecer>
- Rodríguez, E. (2018). La vejez y sus metáforas. Desarrollo Social, Población y Envejecimiento. Obtenido de <http://redadultosmayores.com.ar/la-vejez-y-sus-metaforas/>
- Sánchez, C. D. (2000). Gerontología Social. Argentina: Editorial Espacio.
- Santillán, W. (2017). Nuevas prácticas para mejorar el clima laboral. Quito: Don Bosco.
- Toro, F. (Ed.) (2010). Clima Organizacional, una Aproximación a su Dinámica en la Empresa Latinoamericana. Segunda Edición Medellín: Editorial Cincel.
- Wright, T.A., y Doherty, E.M. (1998). Organizational behavior «rediscovered» the role of emotional well-being. Journal of Organizational Behavior, 19, 481-485.
- Yalom, I.D. 1984. Psicoterapia Existencial. Barcelona: Editorial Herder.

PARA CITAR EL ARTÍCULO INDEXADO.

Santillán W., Burbano D., Arízaga F., Viracocha J. & Santillán J., (2019). Gestión integral de activos fijos con enfoque en el control contable administrativo., *revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 329-354. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia Digital**.





Aproximación semiótica para la interpretación del cementerio de Riobamba

Semiotic approach for the interpretation of the Riobamba cemetery

José Miguel Ocaña Morales.¹ & Raúl Edison Lomas Badillo.²

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.481>

Resumen

Este artículo se propone mostrar, el valor patrimonial y representación simbólica de la arquitectura funeraria del Cementerio de Riobamba, a partir del análisis semiótico que tiene como objeto analizar los elementos históricos y patrimoniales identificados en mausoleos, nichos, tumbas y estructura arquitectónica. Para su análisis se utilizó el método semiótico que permitió identificar las características trascendentales de los elementos funerarios existentes en el campo santo objeto de estudio, y sociológico mediante la aplicación de cuestionarios dirigidos a especialistas y población para evidenciar los hábitos e interacciones socio-culturales. Se comprobó que el Cementerio de la ciudad de Riobamba, Ecuador cuenta con suficientes elementos semióticos que enriquecen este espacio público de interacción y construcción socio-cultural, donde se desarrollan procesos permanentes de comunicación simbólica explícitas de creencias y memorias colectivas generacionales, que permitirían proyectarse al desarrollo de turismo cultural debido a su gran potencial patrimonial y semiótico.

Palabras Clave: Riobamba, Cementerio, Construcción Social, Cultura, Semiótica.

¹ Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Comunicación Social, Riobamba, Ecuador, mocana@unach.edu.ec

² Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Comunicación Social, Riobamba, Ecuador, rlomas@unach.edu.ec

Abstract

This article aims to show the patrimonial value and symbolic representation of the funeral architecture of the Riobamba Cemetery, based on a semiotic analysis that aims to analyze the historical and patrimonial elements identified in mausoleums, niches, tombs and architectural structure. For its analysis, the semiotic method was used to identify the transcendental characteristics of the funerary elements existing in the holy field under study, and sociological through the application of questionnaires addressed to specialists and the population to demonstrate socio-cultural habits and interactions. It was proved that the Cemetery of the city of Riobamba, Ecuador has enough semiotic elements that enrich this public space of interaction and socio-cultural construction, where permanent processes of symbolic communication are developed explicit beliefs and generational collective memories, which would allow to project to the development of cultural tourism or due to its great patrimonial and semiotics potential.

Keywords: Riobamba, Cemetery, Social Construction, Culture, Semiotics.

Introducción

Un cementerio es algo más que un repositorio de cadáveres. Es lugar donde está presente de manera inobjetable la omnipresencia del tiempo, la maravillosa obra humana convertida en piedra y levantada como un elocuente y magnífico monumento diverso y multiforme capaz de inducir a la reflexión colectiva y al conocimiento (Vento, 2002). Estos sitios, monumentos y elementos funerarios constituyen un caso particular, poco valorado y menos atendido del patrimonio cultural material e inmaterial.

Los cementerios representan espacios de “memoria habitada” de nuestra sociedad (Barberán, 2005). En estos lugares y desde la antigüedad, las personas de diversas culturas han demostrado respeto a sus muertos, a través de rituales y costumbres propias de cada región. Para Thompson (2014), visitar un cementerio es mantener latente el recuerdo de seres queridos, y todo lo que se recuerda se mantiene vivo en el medio social.

“La comunicación humana se realiza por medio de acciones expresivas que funcionan como señales, signos y símbolos” (Leach, 1976, p.14). En los cementerios se hace visible todo lo que el hombre representa como un signo funerario, relacionados directa o indirectamente con la muerte, que son relevantes, significativos y forman parte de la identidad cultural de una sociedad. “El análisis semiológico, es preciso enfocar, no solo desde el punto de vista de la composición de aquello que es tomado como signo, sino que también es imprescindible ubicarlo en el medio circundante de ese signo, o sea, de su entorno” (Monroy de Ortega, 1983, p.23).

Sin duda, es uno de los espacios sociales de mayor confluencia semiótica, aunque habitualmente se ubicaban fuera de la ciudad de los vivos. Su valor simbólico tiene tanto una dimensión tangible como intangible, pues en ellos convergen diversos significados históricos, sociales, artísticos, científicos, arquitectónicos, simbólicos, económicos y políticos, así como de diversidad cultural y religiosa, de tradiciones, usos y costumbres, entre otros. Los cementerios son parte del “Patrimonio Cultural”, es decir “el conjunto de bienes tangibles e intangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano, que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos” (DeCarli, 2006, p. 5).

En los cementerios se concreta, expresa y visibiliza todo lo que el hombre representa como signo, especialmente respecto a todos aquellos aspectos relacionados directa o indirectamente con la muerte (Finol & Fernández, 1995-1996). En este sentido los cementerios son “El conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracteriza a una sociedad y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.” (Pérez, 2014, p. 15).

El acercamiento a estos espacios patrimoniales debe concebirse desde una perspectiva integral, como un todo interrelacionado en el que los distintos elementos que lo componen cobran sentido al ser interpretados dentro del contexto global. Esta aproximación debe poner de manifiesto las superposiciones existentes entre los aspectos materiales e inmateriales, sus transformaciones, así como los significados y problemáticas actuales en relación a su reconocimiento y gestión.

Navarro & Ortiz (2015) señalan que es necesario establecer un seguimiento sincrónico de las transformaciones que sufren los signos, en este caso en los cementerios, bajo una posible dinámica cultural lo que ayer significaron ciertos espacios, hoy podrían suponer nuevas significaciones.

A pesar de lo señalado hasta ahora, es escaso el interés prestado desde la antropología social ecuatoriana para el estudio de la significación y representación simbólica que tienen los espacios funerarios. El objetivo principal de esta investigación es estudiar la significancia y representación simbólica que tienen estos espacios socio-culturales como del cementerio general de la ciudad de Riobamba (Ecuador). Entre cuyos aspectos patrimoniales se destacan los aspectos históricos, socio-culturales y arquitectónicos, espacios monumentales y singulares de la sociedad que constituyen valores materiales e inmateriales que representan la memoria colectiva y de construcción social. “Desde el punto de vista semiótico se comprende al hecho arquitectónico como un signo de características sociales que emiten mensajes, textos y discursos, profundizando en su clasificación, procesos generativos, así como en sus probables resultados” (González & Berenguer, 2015, p. 3).

Los cementerios son espacios que se vuelven un repositorio de la memoria social que requiere ser analizado, revisitado y reinterpretado en base a las nuevas prácticas socio-culturales, por eso este trabajo ofrece un marco teórico elaborado a partir de

concepciones semióticas que posibilitan formular un marco analítico adecuado para ser aplicado a espacios como los cementerios. En tal sentido, la semiótica asume el estudio de aquella relación de las personas con la muerte. Los panteones se convierten en una nueva forma de relación social, son símbolos de permanencia de los que ya no están. Se adquiere de manera indirecta una forma peculiar de trascendencia, lo que implica también pensar que los cementerios deben rastrear las dinámicas culturales de sus respectivas ciudades.

Marco Referencial

“La semiótica es la disciplina que estudia las relaciones entre el código y el mensaje, y entre el signo y el discurso” (Eco, 1973, p. 19). En tal consideración este estudio intenta explicar cómo se produce y capta el sentido (Greimas, 1949). Dado que los significados se producen mediante el contacto de los sentidos con materias expresivas comunicativas, significantes que representan bajo cánones socioculturales ciertos significados establecidos. Señalamos que es materia porque la producción y recepción del sentido necesita de un trabajo expresivo realizado sobre soporte material (Serrano, 1982). Ferdinand de Saussure es uno de los primeros autores que se refería a la semiología como: “Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social” (Zechetto, 2002, p. 7). Y define además al signo como una entidad biplánica compuesta por dos caras, el significante que es el soporte material y el significado la imagen mental.

Por su parte Charles Peirce (1974), se refiere a la semiótica como la doctrina de la naturaleza esencial y de las variedades fundamentales de cualquier clase posible de semiosis (...) Por semiosis entiendo una acción, una influencia que sea, o suponga, una cooperación de tres sujetos, “Representamen la representación de algo, o sea es el signo como elemento inicial de toda semiosis” (Zechetto, 2005, p. 57). “Objeto es aquello a lo que alude el representamen y dice Pierce, este signo está en lugar de algo: su objeto” (Zechetto, 2005, p.59). Y el interpretante: es lo que produce el representamen en la mente de la persona. En el fondo es la idea del representamen, o sea del signo mismo. Pierce dice que “un signo es un representamen que tiene un interpretante mental.” (Zechetto, 2005, p.58).

Los signos dentro del contexto de la investigación, análisis semiótico de los cementerios se manejan a través de dos reglas.

“Primera: Los signos no se pueden presentar aislados. Un signo es siempre miembro de un conjunto de signos contrastados que funcionan dentro de un contexto social específico. Segunda: Un signo sólo transmite información cuando se combina con otros signos y símbolos del mismo contexto” (Leach, cit. por Bernal 2013, p.27).

La percepción del mundo como interpretación no es sino un acto de adscripción a un patrón de categorías perceptuales organizadas sobre esquemas básicos de representación intersubjetivamente constituidos reconocido como construcción social, los cuales

ordenan las secuencias de experiencias en síntesis reticulares con arreglo a formas de sentido global que sostienen un mundo de vida: las creencias, actitudes y disposiciones mentales, atravesadas por valores de una sociedad o grupo social, en un espacio y tiempo determinados. (García, 1999 cit. por Asenjo et al. 2004, p. 1) menciona: “(...) modifica, transforma, significa o perpetua. Llena su entorno con signos que cumplen la finalidad de comunicar sucesos, experiencias vividas, historias personales, comunitarias o públicas, que adquieren sentido más allá de un aquí y ahora, y que necesitan continuas reinterpretaciones para poder explicar y dar cuenta de aquello que aconteció y sigue sucediendo”.

El signo como referente de cultura, según (Eco, 2005) tiene dos aspectos fundamentales, primero el convencimiento de que todo concepto filosófico, expresión artística y manifestación cultural, deben situarse en su ámbito histórico; y, en segundo lugar, la necesidad de análisis semiótica que permita interpretar cualquier fenómeno cultural como un acto de comunicación regido por códigos.

Los espacios son un marco de vida para el ser humano, en donde desarrolla su cotidianidad; las formas urbanas como: calles, monumentos, barrios, cementerios cada uno con su diseño y arquitectura, la distribución espacial, generan significados complejos vinculados con lo histórico, lo ideológico y ligados al factor económico.

“La ciudad es un artefacto complejo creado por el hombre en su práctica social, su gestación es un proceso multidireccional, al comprender en sí la evolución social de diversas culturas urbanas contiene también la historia, la acumulación de tradiciones, vivencias, objetivos y aspiraciones de las comunidades”. (Segre, 1997, p. 117).

“Los imaginarios urbanos estudian las culturas ciudadanas y que sus investigaciones avanzan hacia la construcción de una teoría del sentir ciudadano como expresión de deseos y hechos colectivos por su coincidencia en la búsqueda del mismo objeto. En rigor, son los imaginarios urbanos los que habitan a sus ciudadanos”. (Silva, 2007, p. 91).

“La cultura hace posibles interacciones sociales que dan sentido a la vida de un grupo, que regulan nuestra existencia desde el momento mismo en que nacemos hasta cuando dejamos de ser parte de la sociedad si, nos llega la muerte, pero siempre seremos miembros de una sociedad y de una cultura” (Guerrero, 2002, p. 51-52).

(Navarro & Ortiz, 2015, p. 7) mencionan que cultura es un “proceso social que implica necesariamente dinámicas de comunicación, es decir, interacción de diversos sistemas de significaciones estructuradas, que son a su vez capaces de producir nuevos y dinámicos sistemas de significados”. En este sentido, en algunos contextos sociales, entre ellos los cementerios, con el paso del tiempo van transformando sus iniciales concepciones de sentido para los cuales fueron creados. El aporte de la semiótica a este tipo de situaciones se encuentra en la posibilidad de reconstruir la memoria de este tipo de tejidos sociales mediante el estudio de sus signos y significados.

Entre los espacios señalados se destacan los cementerios. Ningún animal honra y entierra a sus muertos. (Heidegger, 1980) dejó dicho que el hombre es un ser para la muerte, pero también para después de la muerte. Sea como sea el animal humano es un ser trascendente y los primeros humanos lo expresaron ya muy tempranamente honrando a los muertos. Porque un muerto no es sólo un cadáver, un cuerpo inanimado (sin alma), es algo más, es un símbolo de algo que ha sido y con el que mantendremos de por vida un vínculo.

En definitiva, el cementerio se constituye en un espacio físico, “en contexto se define como el lugar y/o el espacio donde se reestablecen objetos, personas, acciones, entre otras, que cumplen un conjunto de semiosis múltiples” (Finol, 2004, p. 3). Es decir, son espacio geográfico que presenta la sintaxis dispuesta a ser leída con la ayuda de sistemas teóricos que permitan la comprensión de su estructura y su secuencia temporal en relación con otros acontecimientos, dándole al símbolo un valor de unidad de acción.

Los campos santos son lugares generadores de sentido de identidad a escala colectiva, posibilitando una reflexión que a futuro permita identificar otros fenómenos semióticos singulares y así ampliar su campo de investigación. Y situar a los cementerios como realidades que en su constitución general sean entendidas como sistemas de significación latentes en las pautas de comprensión del universo social que configura las identidades de los sujetos a nivel colectivo. (Maldonado, 2008)

En la cosmovisión andina el mundo de los muertos no es algo separado del mundo de los vivos. El hecho de morir no rompe los vínculos que había con la comunidad. Existe una comprensión cultural de la muerte, es bien asumida: así como nacemos, morimos. La muerte no es un tabú en Los Andes, ni se disimula el lugar de los muertos. Los rituales mortuorios, en la cultura andina, son muy ricos en simbolismo y muy complejos en su realización.

En la cosmovisión andina, también se cree en la vida después de la muerte, lo que hace pensar que los difuntos en el más allá requieren suplir algunas necesidades de la vida terrestre. Es así, que en la época de finados todavía se puede observar especialmente en el sector indígena que, a más de los arreglos de las tumbas, también llevan comida y bebida que fueron de especial agrado del difunto, para que en el otro mundo no sufran hambre o sed. Además, hay la creencia de que, al no realizar los rituales al difunto, este puede molestarse y convertirse en “alguien peligroso” (Janeta, 2015).

El presente trabajo de investigación aporta en la reconstrucción de la identidad cultural de los riobambeños, en la medida que el análisis semiótico de su cementerio plantea reconstruir el valor y significado de la muerte, en un espacio cargado de historia y significación que necesariamente deben ser repensados en la ciudad. Si partimos de la premisa que estos lugares místicos sufren de abandono físico y social, implica no reconocer en la práctica socio-cultural a estos escenarios como lugares generadores de historia y construcción social.

El campo santo de Riobamba es una muestra a pequeña escala de los cambios que ha experimentado la ciudad desde su reasentamiento en 1797. El cementerio reproduce el trazado en cuadrícula de la ciudad hispanoamericana. El crecimiento poblacional de la ciudad provocó la expansión urbana y paralelamente del cementerio, en este espacio se encuentran diferentes estilos arquitectónicos que surgieron durante los siglos XIX, XX y en la actualidad se continúa manifestando una misma relación iconográfica entre la ciudad de los vivos y de los muertos.

El cementerio de Riobamba fue construido en el año 1900 y cuenta con una extensión actual aproximada de 5.800 metros cuadrados, la cobertura física entre nichos y tumbas es de 33.000 sitios para inhumar y ocupados casi en su totalidad.

El cementerio general guarda mucha historia y en sus sepulcros se encuentran personajes ilustres que fueron parte importante en la construcción de la sociedad riobambeña, como las primeras familias influyentes de la época enterradas en los cuatro imponentes mausoleos que se localizan a la entrada. En su entorno se hallan tumbas de poetas, músicos, pintores, políticos o humanistas. (Cáceres, 2010, p. 16) afirma: “todo 'texto-ciudad' está inscrito en la reproducción social de formaciones históricas que han existido y existen”. En tal razón podríamos decir que un cementerio es considerado como un sistema complejo de signos y símbolos.

En nuestro contexto no existe investigación alguna que analice e interprete la multiplicidad de signos y códigos que se encuentran en este sitio. Es oportuno un análisis semiótico de los diferentes componentes materiales e inmateriales patrimoniales del cementerio para poder valorar su historia y cultural como espacio de construcción social.



Fotografía 1: Mapa del Cementerio General de Riobamba.

Metodología

Para la presente investigación se consideró la propuesta metodológica realizada por (Magariños, 2007) y referenciada por (Navarro & Ortiz, 2015) donde se establece a la semiótica como método de interpretación y análisis de la realidad social:

“Yo defiendo la tesis de que la semiótica proporciona, en este momento de la historia del conocimiento científico (o, simplemente, riguroso), un enfoque y un conjunto de instrumentos que la sitúan como un método preciso y eficaz en el campo, al menos, de las ciencias sociales. La semiótica tiene la riqueza y la consistencia necesaria para acompañar la producción y la interpretación de sus múltiples aspectos teóricos y empíricos”. (Magariños, 2007, p. 1)

Desde lo planteado el presente artículo apunta a pensar que, en un sentido general, para analizar los procesos de interacción social y de sentido, así como de significación de los bienes materiales patrimoniales existentes, en este caso del cementerio porque siempre será necesario “re-semantizar los mensajes entre los seres humanos.” (Navarro, 2011).

Adicionalmente se utilizó la metodología cuali-cuantitativa, a través del método científico que permitió conocer acerca del Cementerio General de Riobamba, mediante fundamentación teórica y la recolección de datos a partir de la aplicación de encuestas a la población; el método inductivo deductivo permitió realizar deducciones lógicas de los fenómenos observados; complementariamente se utilizó la metodología cualitativa, con entrevistas a expertos en el ámbito semiótico, cultural e histórico de los bienes patrimoniales materiales e inmateriales del cementerio en cuanto a su forma color y tipografía. Los cuestionarios se hicieron anónimamente, sin conocimiento, unos expertos de otros, y se realizó consenso entre las aportaciones de los participantes. También para contrastar y registrar los hábitos socio-culturales se realizó un análisis descriptivo y estadístico a la población que interactúa con el contexto del Cementerio de Riobamba, para así llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de la colectividad.

A nivel de la delimitación de la muestra a analizar semióticamente, se realizó una selección de 113 unidades de las materias expresivas simbólicas existentes en el cementerio, como mausoleos, lápidas, tumbas, nichos y construcciones arquitectónicas.

Se realizaron entrevistas, mediante la aplicación de cuestionario a especialistas en el ámbito semiótico, cultural e histórico; y encuestas a 400 personas seleccionadas en función a una muestra representativa, obtenida de una población de 157.780 habitantes según el INEC 2010, la misma que fue dirigida exclusivamente a los habitantes de Riobamba urbano, quienes pudieron verter opiniones y posiciones en relación a los hábitos socio-culturales desarrollados en el contexto del cementerio.

Resultados y Discusión

Análisis semiótico de expertos

De la muestra de 113 materiales expresivos entre mausoleos, tumbas, nichos y construcciones arquitectónicas del Cementerio de Riobamba se presentaron y consultaron con un grupo de expertos en semiótica, cultura e historia de la ciudad de Riobamba, mediante entrevistas que sirvieron para consensuar las respuestas e interpretaciones semióticas. Los expertos seleccionados fueron Guillermo Montoya, presidente de la Casa de la Cultura de Chimborazo; Franklin Cepeda Astudillo, historiador; y Rafael Salguero, semiólogo. Quienes describieron a modo de resumen los elementos expresivos simbólicos, enfocados en la forma, color y tipografía que aparece en los símbolos y otros signos que sirvieron para la aplicación del método semiótico (Navarro & Ortiz, 2015).

De los cuestionarios realizados a expertos y del consenso de los mismos se obtuvieron las aportaciones complementarias y consensuadas siguientes.

En el contraste anónimos de sus respuestas y aportaciones coinciden en señalar elementos comunes en el simbolismo, valor patrimonial y cultural que representan los objetos existentes en el lugar. También coinciden en el sentido y significación que tienen estos centros como esencia de la vida, historia, cultura y religión, y cómo son ahora parte de la identidad de los pueblos mestizos y andinos, que se han convertido en espacios públicos de comunicación, interacción y construcción social, como lo ratifica (DeCarli, 2006, p. 5) al señalar que “el conjunto de bienes tangibles e intangibles constituyen el patrimonio cultural de los pueblos”.

A criterio de Montoya, el simbolismo del cementerio tiene la representación del recuerdo, admiración de personajes ilustres y sobre todo el amor a quienes ya no están entre nosotros, pero dejaron su huella al pasar el umbral existencial. Cepeda cree que las ciudades tienen su espejo en los cementerios, refiere que, si se quiere conocer una ciudad, el mejor referente es el cementerio y en el caso de Riobamba, donde existe una hibridación de lo antiguo con lo moderno, perdiendo la posibilidad de convertirle al cementerio en una necrópolis, como reflejo de una ciudad ilustrada. Salguero dice que cuando hablamos de simbolismo hay que partir de la concepción de los riobambeños de su alto apego a las tradiciones religiosas, es así que, el cementerio constituye un punto simbólico importante para la ciudad, ya que hay muchas personas que van a visitar a sus familiares y depositan elementos simbólicos que tratan de mantener vivos los recuerdos de quienes ya no están. Es posible entender entonces, que en estos lugares se activan los vínculos de identidad construidos en la proyección temporal en relación a diversos códigos culturales presentes en el proceso de encuentro entre el ser vivo y la memoria fuerte del ser muerto, definida como: “una memoria masiva, coherente, compacta y profunda (...) Una memoria fuerte es una memoria organizadora, en el sentido de que es una dimensión importante de la estructuración de un grupo y, por ejemplo, de la representación que éste va a hacerse de su propia identidad” (Candau, 2001, p. 40)

En cuanto a la representación simbólica de las estructuras arquitectónicas que yacen en el cementerio, Montoya relata que hay tres edificaciones que son muy importantes que destacan, aparte de otras estructuras comunitarias. Cepeda expresa que en la parte central y las más antigua del cementerio se puede observar una división arquitectónica, como un museo, un jardín y también encontramos figuras simbólicas muy características de mausoleos familiares apegados a ciertas doctrinas o creencias. Salguero menciona que en el cementerio no se ve una estructura arquitectónica homogénea por diferencias de estratos sociales, además que se puede observar elementos de la “Masonería”. Los especialistas destacan que, en el Cementerio de Riobamba existe una arquitectura funeraria que de algún modo replica a la ciudad urbana como lo confirma (Benavente, 1997) “éstas son una muestra a pequeña escala de sucesivos estilos escultóricos y arquitectónicos que emergen contemporáneamente en la ciudad, manifestándose casi como una forma de copia falsa en la ciudad de los muertos”.

En relación a la representación semiótica de las figuras, símbolos y signos de lápidas como en bóvedas, Montoya enuncia que la parte estructural de mausoleos, de criptas especiales con rasgos muy particulares con figuras culturices especiales, corresponde a mediados del siglo XX, donde había cierta actitud de conmemorar a los difuntos con elementos alegóricos muy representativos como ángeles, coronas y tumbas con formatos especiales. Cepeda por su parte describe que el significado obedece a sistemas de convenciones y representaciones subjetivas, encontramos imágenes de la Virgen, de Cristo, crucifijos cristianos, antorchas invertidas o cráneos que representan a la muerte. Salguero, declara que, la mayoría de las lapidas muestran elementos visuales que están ligados a personajes bíblicos de una tradición religiosa, que creen son seres protectores de las dimensiones no físicas; además destaca la presencia de corazones que representan un amor filial (de familia) y también un amor eros (de pareja). Todos los elementos de carácter artístico funerario religioso encontrados, corresponden a iconografías de hechos bíblicos y que en su mayor parte “representa el sacrificio de Cristo para salvar la humanidad” (Dorling, 2008, p. 178).

En relación a los elementos simbólicos más representativos identificados en el cementerio de Riobamba, Montoya dice que la parte de tumbas antiguas que cuentan con elementos escultóricos son los que más resaltan, pero también hay cierto tipo de lapidas que denotan un gran desarrollo artesanal en alto relieve y con retratos pintados a mano. Cepeda refiere a la similitud en el trazado de una ciudad apegado a la simetría hecho en las primeras décadas del siglo XX, cuando llegaron franceses al Ecuador. Salguero manifiesta que los principales elementos que encontramos son los querubines, el conjunto escultórico de ángeles y arcángeles que han sido estudiados a nivel del arte; hay que descartar el aspecto romántico por las figuras que están adornadas las bóvedas, es algo emocional por las imágenes y lo lingüístico que se complementa con lo iconográfico.

“Consecuentemente, puede verse que, el hombre no rechaza la realidad de la muerte, más lo aborda discreta y hasta con cierto temor, considerando que, en la trayectoria de la vida

del ser humano, esta es una instancia por el que se transitará más bien a una nueva realidad” (Calvo, 2010, p. 7).

Y finalmente en relación de los elementos semióticos del cementerio con la identidad cultural del pueblo, todos los expertos consultados coinciden en señalar que hay una identidad compartida entre cultura y religión; sin embargo, Salguero puntualiza que, si hablamos de los elementos antropológicos, el cementerio no es parte de la identidad riobambeña porque fue impuesta por los españoles; y puede decirse que Riobamba es ecléctica una mezcla de lo republicano y lo gótico.

Resultados de la encuesta y análisis estadístico:

En el desarrollo de la investigación para la recopilación de información sobre el campo santo de Riobamba, se utilizaron las técnicas de la encuesta con la ciudadanía, partiendo de una muestra de 400 personas, gran parte de los ciudadanos consideran que el cementerio constituye un espacio público de construcción social, debido a su libre acceso, interacción y comunicación permanente que ahí se desarrolla, donde yacen los restos fúnebres de personajes ilustres; así mismo destacan la identidad cultural existente por sus simbolismos que representan los bienes patrimoniales materiales e inmateriales. Como se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 1: Resultados de encuesta en la ciudadanía de Riobamba. Muestra: 400 encuestas

CUESTIONARIO	SI	NO
1. ¿Con qué frecuencia visita usted el cementerio?	81%	19%
2. ¿Cree usted que el cementerio es un espacio público?	75%	25%
3. ¿Conoce personajes ilustres que descansan en el cementerio de Riobamba?	85%	15%
4. ¿Considera que el cementerio constituye un espacio de comunicación e interacción?	54%	46%
5. ¿Cree que el cementerio es parte de la identidad cultural de Riobamba?	60%	40%
6. ¿Conoce el simbolismo que representan los bienes patrimoniales, materiales e inmateriales del cementerio?	54%	46%
7. ¿Cree usted que la fe, cultura, arquitectura cementerial e iconografía funeraria, hacen del Cementerio de Riobamba un atractivo turístico?	60%	40%

Elaboración Propia

Guerrero (2002), refiere que los diferentes aspectos culturales nos permiten integrarnos a determinados grupos humanos durante toda nuestra vida, esta y las demás consideraciones hechas por los especialistas y personas encuestadas nos motivan a afirmar que el Cementerio General de Riobamba, se ha constituido en un espacio de interacción y construcción social, debido a que este lugar representa emociones, memorias y sentimientos que fomentan la unión familiar; estableciéndose como un área de interacciones sociales, más aun tomando en cuenta que el cementerio no solo ofrece

lugares de descanso eterno; sino también en el interior se presentan rituales, serenatas, inhumaciones, eventos poéticos o literarios, etc.

Análisis resumido de elementos y materiales expresivos simbólicos del Cementerio de Riobamba, según los expertos.

La observación de los objetos simbólicos del cementerio, permitió encontrar muchos aspectos de carácter semiótico con una inmensa representación patrimonial, vinculada a la cultura moderna con fuerte influencia europea, pero que han pasado a formar parte de la identidad cultural de la sociedad riobambeña y el mestizaje. Estos lugares se de a poco se van convirtiendo en lugares públicos de construcción social que representan espacios de la “memoria habitada” de nuestra sociedad como lo sostiene (Barberán, 2005), siendo generadores de mitos, leyendas, costumbres, recuerdos, vivencias, historia y cultura, basados en las creencias religiosas, mitos y ritos muy arraigados al pueblo católico de la localidad.

Las evidencias encontradas en el cementerio, ver Figuras 1 a 7, permitieron identificar el simbolismo, valor patrimonial y cultural que representan los objetos semióticos, pero fundamentalmente el simbolismo, sentido y significación que tienen estos centros como esencia de la vida, historia, cultura y religión, que ahora son parte de la identidad de la ciudad, convertido en espacios públicos de comunicación, interacción y construcción social.



Fotografía 2: Entrada principal del Cementerio de Riobamba.

Elementos semióticos: Colores blancos, verdes, grises y negros, anfiteatro celeste pastel, e inscripciones de imprenta. La ciudad de los muertos al igual que de los vivos, en su entrada cuenta con una gran avenida principal en la que confluyen los más imponentes mausoleos y tumbas de importantes personalidades especialmente de la época republicana, desemboca en el anfiteatro construido bajo una línea arquitectónica europea por los hermanos Natale y Lucas Tormen; y en su derredor una serie de nichos que a manera de barrios pertenecen a diferentes instituciones u organizaciones sociales.



Fotografía 3: Mausoleo Familia Mucarsel

Elementos semióticos: Cúpula; Color blanco; Color negro; Letra imprenta; Cruz; Pilares. Éste mausoleo es uno de los más icónicos del cementerio, perteneciente a la familia Mucarsel construido en el año de 1950, los pilares representan sostenibilidad y fuerza. La cúpula honorabilidad y ponderación económica, el color blanco simboliza luz, bondad, pureza, virginidad, optimismo, perfección, inocencia, aislamiento y frío. El negro representa el misterio, tristeza y soledad, es el color de los ritos funerarios en la cultura occidental, se le asocia con tristeza, soledad, nostalgia, lágrimas, duelo, pero también la elegancia. La letra imprenta se utiliza como una manera de escritura clara y legible.



Fotografía 4: Busto de María Murgueitio de Guerrero.

Elementos semióticos: Busto de una mujer con un bebé en brazos Color blanco, Inscripción Manuscrita. Éste busto pertenece a María Murgueitio de Guerrero, primera alcaldesa del Ecuador y de Riobamba. De acuerdo al criterio de Salguero, el color blanco representa la pureza, aporta paz y confort, alivia la sensación de desespero y de shock emocional, ayuda a limpiar y aclarar las emociones, los pensamientos y el espíritu. La letra manuscrita es utilizada como representación de elegancia en las lápidas; además de que el busto representa a la mujer en su aspecto protector de madre.



Fotografía 5: Lápida a la Madre

Elementos semióticos: Ángel, Cruz, Trompeta, Color negro, Color Blanco, Color Verde, Letra Manuscrita. Las leyendas urbanas dictan que, ésta escultura fue levantada en honor a una madre que perdió a su hijo a muy temprana edad. El ángel femenino con la trompeta representa la inocencia de una madre y la espera de la llegada de Dios; por ello está hacia abajo. La cruz es símbolo de religión católica o cristiana. La letra manuscrita es utilizada como representación de elegancia en las lápidas.



Fotografía 6: Héroe de la Guerra del Cenepa.

Elementos semióticos: Hoja de laurel, Cinturón de balas, Brazo en alto, Bandera del Ecuador, Color verde y Letra imprenta. Ésta escultura es una de las más vistosas y hace honor al héroe que falleció en la Guerra del Cenepa. El color verde que predomina resulta relajante y refrescante, que incita a quién lo contempla a sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad, la buena salud y la valentía. El cinturón de balas representa la vida militar y la caída de una persona en guerra. Las hojas de laurel son señal de fama, valor y grandeza alrededor del mundo; es sinónimo de historia, de tradición, de grandeza. El brazo en alto representa la valentía. La bandera tricolor enarbolada símbolo de una patria libre y soberana.



Fotografía 7: Lápida de Los Peces tallada en hueso.

Elementos semióticos: Color blanco; Color negro; Ancla atravesada con un pez y flores; Letra imprenta. No existe mayor registro sobre ésta lápida, sólo se conoce por su inscripción que corresponde a 1913 y fue tallada en hueso humano, posiblemente del fémur. En su contexto todos sus elementos se encuentran relacionados con el mar, el ancla símbolo de fe, esperanza en la resurrección y vida con Dios. El pez indica comunión con Cristo. Y las flores son similares a los corales.



Fotografía 8: Lápida de ángel.

Elementos semióticos: Hojas de olivo, Color dorado y blanco, Ángel con cadenas, Letra imprenta. No se tiene registro sobre ésta lápida que data de 1910. La rama de olivo símbolo de la paz. El color dorado es el atributo del bien y de lo bueno. El ángel con una cadena cerrada en su mano significa la llamada de Dios, en la creencia de poder llegar más rápido al cielo.

En el análisis semiótico realizado a los bienes patrimoniales materiales que constituyen la estructura arquitectónica del Cementerio General de Riobamba, se infirió que cada uno de los elementos existentes allí poseen un significado específico de acuerdo a la forma, color y tipografía; dado que, en términos generales todos los ángeles, cruces y peces tienen una representación de esperanza a la resurrección y encuentro con Dios; el color blanco evoca la paz, la pureza y la calma; el color negro es la elegancia y distinción, como también la tristeza y luto; además que la tipografía dominante es la letra manuscrita.

Conclusiones

- Tras el análisis semiótico efectuado a los objetos materiales y simbólicos que forman parte de la estructura arquitectónica del campo santo, se concluye que éstos tienen mucha relación con la historia, cultura y religión de los pueblos mestizos andinos, criterio que ha sido compartido por la ciudadanía y expertos consultados sobre el tema, quienes afirman que los objetos del cementerio son un valor patrimonial intangible con mucho sentido, significación e identidad cultural.
- Según el análisis semiótico realizado en la investigación de signos y símbolos de los objetos que se encuentran en el Cementerio de Riobamba, podemos mencionar que, cada uno de los elementos tienen un significado específico de acuerdo a la forma, color y tipografía; en general los ángeles, las cruces y los peces representan la esperanza de la resurrección en Dios; el color blanco evoca la paz, la pureza y la calma; el color negro es la elegancia y distinción; además que la tipografía dominante es la letra manuscrita.
- Concluimos que el Cementerio de Riobamba cuenta con una arquitectura funeraria con valor patrimonial muy importante de estilo europeo que data de inicios del siglo XX y antropológicos por la mezcla de lo republicano y lo gótico.
- Basado en el estudio científico, el análisis semiótico de especialistas y la opinión ciudadana, podemos concluir que el Cementerio de Riobamba cuenta con elementos patrimoniales y simbólicos representativos para proyectar un nuevo polo de desarrollo turístico cultural sustentable.
- “El turismo cultural es un tipo de actividad turística en la que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir las atracciones / productos culturales tangibles e intangibles en un destino turístico” (Greg, 2018, p. 2). Estas expresiones socio- culturales se refieren a una serie de características espirituales y emocionales que abarcan, la arquitectura, el patrimonio histórico-cultural, patrimonio culinario, la literatura, la música, las

industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida, creencias y tradiciones.

- El Cementerio de Riobamba, desde una visión socio-cultural no solo puede constituirse como un lugar sacrosanto, en donde se desarrollan rituales funerarios y religiosos únicamente, que sirven para despedir a los difuntos en su descanso eterno, sino también, se podría fortalecer actividades de carácter artístico-cultural para aprovechar la difusión del patrimonio funerario y proyectarse al desarrollo turístico.
- De acuerdo de (Greg, 2018), el interés por el turismo cultural creció durante los años 1980 y 1990, impulsada por el auge de la herencia (Hewison, 1987). El crecimiento de los viajes internacionales y nacionales y la identificación del turismo cultural como una forma de turismo que estimularía la economía y la cultura (Richards, 2001).

Referencias bibliográficas

Asenjo, B., Carrasco, G., Dougnac, P., Harries, E., Ovalle, M., Pi,entel, C. & Solar, M. (2004). *Cementerio General: Un espacio de representación de la memoria de la ciudad de Santiago*. Universidad de Chile Instituto de la Comunicación e Imagen

Barberán, R. (2005). *Patrimonio cultural funerario: Los cementerios de la minoría religiosas en España*. Barcelona.

Benavente, A. (1997). *Las vanidades en la iconografía funeraria chilena*. *Anales de la Universidad de Chile*, Sexta Serie, Nº 6, diciembre de 1997.

Bernal, D. (2013). *Semiótica de la comunicación Simbólica con los difuntos*. Archivo de la Revista Comunicación, (30). 25-31. Medellín: Colombia.

Cáceres, M. (2010). *Semiótica, Cultura y Semiótica de la Cultura*. *Entretextos-Revista Electrónica* 16: 14-15-16. Recuperado de <https://gracielasg.files.wordpress.com/2018/01/entretextos14-16.pdf>

Candau, J. (2001). *Memoria e Identidad*. Ed. Del sol, Buenos Aires, Argentina.

Calvo, R. (2010). *El histórico cementerio republicano (de la Almudena) y de cultura de la muerte Cusqueña*. Cusco Perú: Alpha Servicios Gráficos SRL

DeCarli, G. & Tsagaraki, C. (2006). *Un Inventario de Bienes Culturales: ¿por qué y para quién? Instituto latinoamericano de Museos*. San José, Costa Rica: ILAM. Recuperado de <http://www.ilam.org/viejo/ILAMDOC/IBC-porqueYparaquien.pdf> [Consulta: julio 2016]

Dorling, K. (2008). *Signos y símbolos. China*: Dorling Kindersley

Eco, U. (1973). *Signo*. Madrid: Labor.

Eco, U. (2005). *Tratado de semiótica general*. México.

- Finol, J. & Fernández, K. (1995-1996). *Socio - semiótica del rito: predominio de lo femenino en rituales funerarios en cementerios urbanos*. Morphé No 13 / 14 (Julio 95 / junio 96). Puebla, México, p. 303 - 318.
- Finol, J. & Montilla, A. (2007), *Rito y Símbolo: Antropo-Semiótica del velorio en Maracaibo*.
- Google. (s./f.). [Mapa del Cementerio de Riobamba, Ecuador en Google maps]. Recuperado el 11 de Mayo, 2019, de <https://www.google.com/maps/@-1.6800257,-78.6577591,327m/data=!3m1!1e3>
- González, C. & Berenguer, J. (2015). *Semiótica y objetos arquitectónicos: Aspectos teóricos y metodológicos*. Recuperado de <http://www.revista180.cl/index.php/revista180/article/viewFile/18/16>
- Greimas, A. (1980). *Semiótica y ciencias sociales*. Buenos Aires.
- Greg, R. (2018). *El turismo cultural: Una revisión de investigaciones recientes y las tendencias*. *Diario de Hostelería y Turismo de Gestión* 37(36)
- Guerrero, P. (2002). *La cultura, estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito.
- Heidegger, M. (1980). *Ser y tiempo*. México D.F.
- Hewison, R. (1987). *La industria del patrimonio: Gran Bretaña en un clima de decadencia*. Londres: Methuen.
- Janeta, P. (2015). *Cosmovisión y Sabiduría Puruwa*. Riobamba: Offset.
- Leach, E. (1976). *Cultura y comunicación: la lógica de la conexión de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI.
- Margariños, J. (2007). *Manual de estudios semióticos*. Recuperado de file:///C:/Users/Boss_T/Desktop/CEMENTERIO/ManualSemioticians-1999-2007.pd
- Monroy de Ortega, L. (1983). *Acercamiento a una semiología de la imagen*. *Signo Y Pensamiento*, 2(2), 21 - 26. Recuperado a partir de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5816>
- Navarro, L & Ortiz, J. (2015). *Una propuesta teórica para el análisis semiótico de los cementerios de Barranquilla (Colombia)*. Recuperado de file:///C:/Users/Boss_T/AppData/Local/Temp/5791-11766-1-SM.pdf
- Navarro, L. (2011). *¿Para qué sirve la semiótica? Una propuesta de resignificación de la Mujer a través de la comunicación para el cambio social*. *Revista de Investigación y desarrollo*, 19 (1), 166-195.
- Peirce, Ch. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Estados Unidos.

Pérez, L. (2014). *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica*. Santiago, Chile: Servicio Nacional de Turismo.

Revista de Ciencias Humanas y Sociales. [online]. dez. 2004, vol.20, no.45 [citado 22 Julio 2007], p.03. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872004000300002

Richards, G. (2001). *Lugares de interés cultural y turístico europeo*. Wallingford: CABI

Segre, P. (1997). *Semiología Urbana*. Colombia. Univ. Santa Fe.

Serrano, M. (1982). *Teoría de la Comunicación*. Madrid.

Silva, A. (2007). *Imaginario Urbano en América Latina. Urbanismos Ciudadanos*. Barcelona: Fundación Antoni Tàpies

Thompson, B. (2014) “*Memória e exaltação da vida no cemitério monumental*”. Archivo de la Revista SOCIAIS E HUMANAS, SANTA MARIA, 27 (03): 89 -107.

Vento, E. (2002). *La última morada*, Ediciones Matanzas, Matanzas.

Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos*. Ecuador: Editorial Abya Yala

Zecchetto, V. (2005). *Seis semiólogos en busca del lector: Saussure, Pierce y Barthes, Greimas*

PARA CITAR EL ARTÍCULO INDEXADO.

García L., Narváez C. & Erazo J., (2019). Aproximación semiótica para la interpretación del cementerio de Riobamba., *revista electrónica Visionario Digital* 3(2), 355-374.
Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia Digital**.

