



FINANZAS: UN ESTUDIO DESDE LA ACADÉMIA

RECOPIACIÓN

compAS



Universidad de Guayaquil

FINANZAS: UN ESTUDIO DESDE LA ACADÉMIA

RECOPIACIÓN

Recopiladores.

Ing. Melvin López Franco, Mgs.
Ing. Sofía Georgina Lovato Torres Mgs.
Ing. María Teresa Mite Albán Mgs

Autores

Econ. Agila Maldonado Mercy Victoria, MFPC
Ing. Com. Ángel Mauricio Chávez Garcés, MAE
Ing. Hablich Sánchez Félix Cristóbal, MFPC.
Ing. Maldonado Ojeda Ernesto Javier, MBA.
C.P.A. Jannina Alexandra Montalván Espinoza, Mgs.
Ing. Sonia Vizueta León, MBF.
Ing. Logan Radames Berni Moran, MAE.
Ing. Javier Antonio Constantine Castro, Mgs.
Econ. Martha Jaroslava Guerrero Carrasco MSc.
Christian Josuepht Moreno Rodriguez, MAE
Ing. Legarda Arreaga Cynthia Maritza, MTF
Ing. Tello Caicedo Grace Elizabeth, Mgs
Ing. CPA. Alfredo Yagual Velástegui, MAE
Ing. Antonio Bazurto Quiroz, MAE.
Ing. Gabriel de Jesús Neira vera, MAE
Ing. Nick Israel Balseca Villavicencio, Msc.
CPA. Dennise Ivonne Quimi Franco, Mgs
Ing. Emilio Javier Flores Villacrés, Msc

FINANZAS: UN ESTUDIO DESDE LA ACADÉMIA
RECOPIACIÓN

Recopiladores.
Ing. Melvin López Franco, Mgs.
Ing. Sofía Georgina Lovato Torres Mgs.
Ing. María Teresa Mite Albán Mgs

compás

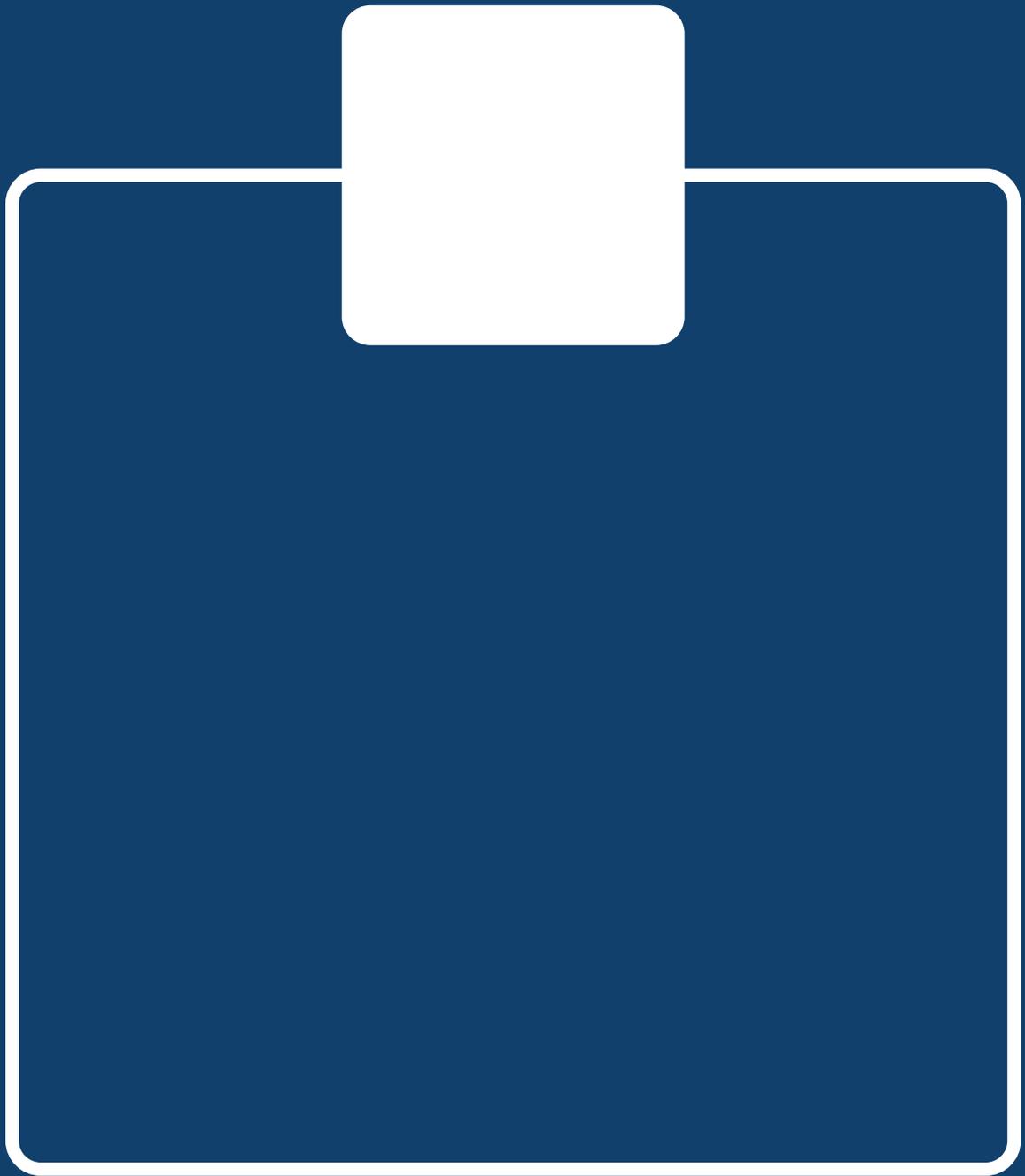


Primera edición: junio 2018
© Ediciones Grupo Compás 2018
ISBN: 978-9942-33-002-4

Diseño de portada y diagramación:
Equipo Editorial Grupo Compás

Este texto ha sido sometido a un proceso de
evaluación por pares externos
con base en la normativa del editorial

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las
sanciones en las leyes, la producción o
almacenamiento total o parcial de la presente
publicación, incluyendo el diseño de la portada,
así como la transmisión de la misma por
cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico,
como químico, mecánico, óptico, de grabación
o bien de fotocopia, sin la autorización de los
titulares del copyright.



Indice

Las microfinanzas en estudiantes de Ingeniería Comercial, Universidad de Guayaquil Econ. Agila Maldonado Mercy Victoria, MFPC Ing. Com. Ángel Mauricio Chávez Garcés, MAE	1-12
Desarrollo Empresarial en el Segmento PYMES Ing. Hablich Sánchez Félix Cristóbal, MFPC. Ing. Maldonado Ojeda Ernesto Javier, MBA.	13-22
Análisis sobre la inversión en las unidades de hemodiálisis privadas en Guayaquil durante el periodo 2011-2015 C.P.A. Jannina Alexandra Montalván Espinoza, Mgs. Ing. Sonia Vizueta León, MBF.	23-34
Estudio de las estrategias del marketing tradicional y digital implementadas dentro de las pymes de Guayaquil en el año 2018 Ing. Logan Radames Berni Moran, MAE. Christian Josuepht Moreno Rodriguez, MAE	35-44
Igualdad de beneficios para menores de edad en el ámbito laboral y su incidencia en la economía Ing. Legarda Arreaga Cynthia Maritza, MTF Ing. Tello Caicedo Grace Elizabeth, Mgs	45-55
Plan Estratégico orientado al servicio Post-venta caso: Claro agencia Norte, Guayaquil Ing. CPA. Alfredo Yagual Velástegui, MAE Ing. Antonio Bazurto Quiroz, MAE.	56-71
La empresa privada en el Ecuador y su competitividad regional Ing. Gabriel de Jesús Neira vera, MAE Ing. Nick Israel Balseca Villavicencio, Msc.	72-86
Reingeniería de procesos como herramienta para lograr el éxito en las empresas CPA. Dennise Ivonne Quimi Franco, Mgs Ing. Emilio Javier Flores Villacrés, Msc	87-98

Impacto en la productividad de las industrias constructoras mediante el rediseño del sistema de gestión de proveeduría
CPA. Carlos Gabriel Parrales Choez, MCA.
Ing. Jhoanne Danniela Infante Jaramillo, Mgs.

99-106

Evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación y su Aporte a la Gestión de Recursos Humanos
Ing. Fabian Andrés Espinoza Bazán MSc.
CPA. Dayse María Cevallos Villegas Mgs.

107-120

La bolsa de valores en el Ecuador
Ing. Javier Antonio Constantine Castro, Mgs.
Econ. Martha Jaroslava Guerrero Carrasco MSc.

121-137

**Las microfinanzas en estudiantes de Ingeniería Comercial,
Universidad de Guayaquil**

Econ. Agila Maldonado Mercy Victoria, MFPC
Ing. Com. Ángel Mauricio Chávez Garcés, MAE

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

Las microfinanzas en los hogares es uno de los elementos clave que mueve la economía mundial. El presente estudio analizó el nivel de conocimiento y aplicación de las finanzas personales, se utilizó el estudio de caso con el método cualitativo, la herramienta que sirvió para relevar datos fue la observación directa participante no sistemática, los informantes fueron los estudiantes de sexto y séptimo semestre de la asignatura administración financiera de la carrera de Ingeniería Comercial, los resultados demostraron que aplican muy poco los conocimientos sobre finanzas, se estableció un programa académico ajustado a las necesidades de los estudiantes, enfatizando en la importancia de la aplicación de las finanzas en su vida cotidiana y el futuro profesional.

Palabras clave: microfinanzas, finanzas personales, finanzas domésticas, finanzas sociales, estudiantes, Universidad de Guayaquil.

Abstract

Microfinance in households is one of the key elements that move the world economy. This study analyzed the level of knowledge and application of personal finances, the case study with qualitative method was used, the tool that served to relieve data was the not systematic direct observation, respondents were the students in sixth and seventh semester of the financial management of Commercial Engineering subject, the results showed that they apply very little knowledge of finance, an academic programme adjusted to the needs of the students was established, emphasizing the importance of the application of finance in your everyday life and the professional future.

Keywords: microfinance, personal finance, domestic finance, social finance, students, University of Guayaquil.

Introducción

Los jóvenes bachilleres al culminar sus estudios secundarios se enfrentan a varias interrogantes sobre su futuro profesional, preguntas como estas: ¿Qué quiero estudiar?, ¿Qué quiero lograr con la carrera que elija?, ¿Cuáles son las metas a corto, mediano o largo plazo que quiero conseguir en el futuro?, y empiezan a realizar una suerte de lanzar alternativas entre gustos y preferencias, establecer cuáles serán sus prioridades, costos, gastos, costos de oportunidad etc., reto que implica iniciar otra etapa académica que conlleva un sinnúmero de factores entre ellos el aspecto económico.

El factor económico es en muchas ocasiones la causa fundamental que les induce a tomar decisiones muy drásticas y dejar sus sueños de la carrera de su preferencia o vocación por optar por otra que el sistema o las circunstancias le permiten realizar por múltiples razones, lo que marca de por vida el futuro profesional y la realización personal de los jóvenes universitarios.

Un gran porcentaje de los bachilleres que oscilan en edades entre los 16 a 24 años, son jóvenes que provienen de hogares con limitados recursos económicos que no les permiten optar por una educación superior privada, sino que sortean la oportunidad de optar por una carrera en las universidades del estado que les den la opción de conseguir el anhelado cupo para iniciar sus estudios superiores; que al culminar les otorgue una carrera universitaria con un título académico que lo inserte en el mercado laboral o empresarial.

Empiezan una nueva aventura en que el problema central será ¿Cómo voy a financiar los estudios universitarios si no tengo trabajo?, ¿Quién me va a financiar los estudios?, ¿Cuánto gastaré?, ¿Cómo lo haré?, ¿Cuáles son los beneficios que otorga a los estudiantes la universidad?, ¿Podré acceder a las becas universitarias?, ¿Con quién viviré si no vivo en la ciudad?, ¿Debo pagar alquiler de un cuarto para estudiante porque vivo en otra ciudad?, en este laberinto de cuestionamientos están entre otros: gastos de alquiler, transporte, alimentación, materiales y herramientas de estudio, internet, varios gastos personales, etc. Son preguntas de “cajón” que los noveles universitarios se formulan y la discuten o comparten con sus familiares más cercanos, para finalmente tomar una decisión.

El problema central será saber si los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, establecen un presupuesto familiar que indique el nivel de ingreso que deben obtener para financiar sus estudios universitarios. ¿Qué tan preparados se encuentran los estudiantes para enfrentar el futuro profesional y la alta competencia en los medios laborales y empresariales?. ¿Cómo enfrentarán los problemas de tipo financiero de cara a la toma de decisiones?.

Haciendo un seguimiento secuencial de cómo, quién, o quiénes han financiado o financian los estudios universitarios, surge la idea de compartir las experiencias del aula de clase con los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Guayaquil.

De acuerdo con los resultados obtenidos por el Instituto de Estadística y Censo del Ecuador (INEC), existen más de trescientos mil desempleados en el Ecuador, considerándose que el 38.9% de ellos lo constituyen jóvenes de entre 15 y 24 años de edad (Diario El Universo, 2017).

Un estudio reciente realizado por el Econ. Juan López Vera, publicado en la Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG Enero - Marzo (2016), señala que los jóvenes universitarios tienen muy pocos conocimientos financieros, e indica que los adultos jóvenes son un segmento especial en el que se debe trabajar en educación financiera, que les permita comprender el complejo entramado de los productos financieros lo que puede desencadenar en un deterioro significativo de su calidad de vida y de su futuro.

El Ministerio de Trabajo con miras a reducir el índice de desempleo propuso para el año 2018 un nuevo sistema de pasantías; el financiamiento del 50% del salario y el aporte al IESS para los empleadores que den trabajo a jóvenes por primera vez; y las nuevas modalidades de contrato, esto ha provocado que muchos empleadores limiten la nómina para acogerse a las bondades que le señala el Ministerio de Trabajo, lo que ha llevado a que muchos de los padres de familia que tienen hijos universitarios se queden sin la fuente de ingreso familiar y por lo tanto que sus hijos universitarios que estaban estudiando en universidades particulares, se cambien a las universidades estatales donde no deben pagar por la educación, lo que ha promovido que la demanda de los cupos universitarios en las universidades estatales sea mayor.

Para el Estado realizar el proyecto de empleo juvenil le costará cerca de 270 millones, el de pasantías 90 millones y el del primer empleo a 180 millones, con esta compensación el ministerio busca reactivar la economía en el sector empresarial, según expresiones del propio ministro Raúl Ledesma. (Diario El Universo, 2017).

La pregunta es ¿cómo va a financiar el gobierno dichas propuestas cuando está manejando una política fiscal austera?, donde la fuente de financiamiento es vía endeudamiento interno y externo. De allí surge la prioridad de educar a los jóvenes estudiantes universitarios en que no deben prepararse para ser empleados sino para que sean empresarios, que sean generadores de fuentes de ingresos para sus familias y por ende para la sociedad y el país, debido a que el Estado es un consumidor y no un generador.

Por lo señalado y por las perspectivas microeconómicas y macroeconómicas que les toca enfrentar, es de vital importancia hacer que los estudiantes universitarios aterricen en su realidad financiera y sobre todo económica intro-familiar, que sean la solución y no la causa del problema.

En cuanto al aspecto teórico es relevante medir el nivel de destreza y conocimiento en términos financieros de los estudiantes de la carrera, dado que serán los profesionales del futuro, serán los gerentes financieros de las empresas tanto prestando sus servicios o como empresarios.

Para el autor Olin (2014) en su investigación sobre la educación financiera destaca la importancia porque permite mantener un equilibrio en las finanzas personales, al conocer la operación de ciertos productos y servicios financieros y hacer uso de ellos, lo cual favorece el logro de las metas y mejora la calidad de vida administrando bien el dinero, consumiendo lo adecuado, ahorrando de forma responsable, y gastando lo necesario.

En cuanto a los objetivos que debe tener un programa de educación financiera los autores Aguilar y Ortiz (2013), indican que son: promover y educar a la población mediante temas de banca y finanzas adecuados y al uso de herramientas que les permita desenvolverse en el mundo actual, concientizar a la población para el cuidado de sus finanzas personales, y por último buscar resultados de mejoramiento de los conocimientos de banca y finanzas en la población beneficiaria del programa.

Así también la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2013), define a la educación como: el proceso a través del cual los inversionistas consumidores, financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, y, a través de información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y la confianza para tener más conocimientos de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para conseguir ayuda y ejecutar cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico.

Otro autor Martínez (2010), señala al sistema financiero como: el conjunto de intermediarios entre ahorradores e inversionistas, cuya finalidad es ofrecer a los ahorradores las condiciones satisfactorias de seguridad, rendimiento y liquidez para que el ahorro se canalice a

través del sistema y pueda ser ofrecido a los solicitantes de recursos en condiciones adecuadas de cantidad, plazo y precio para ser provechosamente aplicado al proceso de producción y distribución de bienes y servicios.

La educación financiera, es un proceso a través del cual la población aprende o mejora la comprensión de los conceptos, particularidades, riesgos y costos de los productos y servicios financieros, adquiere habilidades para tener conocimiento de sus obligaciones y derechos y a la vez le sirve para tomar decisiones a través de la información y asesoría objetiva recibida a fin de proceder con certeza y así mejorar sus condiciones y calidad de vida, así lo define la Superintendencia de Bancos (2009).

En el campo metodológico saber el alcance del uso de una herramienta cualitativa en el estudio de caso como la observación directa participante y establecer mediciones cíclicas para valorar los hallazgos de cada porción de los informantes elegidos en la conformación de datos para el investigador.

El estudio de casos tiene como fin estudiar en detalle o detenimiento una unidad de análisis específica, sacada de una población concreta, que tiene características propias y comunes, la unidad de análisis puede ser una persona, una institución o una organización pública o privada, este tipo de investigación se desenvuelve a través de un proceso cíclico y progresivo, que inicia con un tema de relevancia en la unidad de análisis, se relevan datos, analizan, interpretan y validan para finalmente redactar el caso. (Bernal Torres, 2006).

En cuanto a la observación los autores clásicos de Metodología de la Investigación Científica, Hernández, Fernández y Baptista (1997), indican que consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta, la misma que puede ser participante o no participante, en la primera el observador interactúa con los sujetos observados, es decir se involucra de manera directa y en la segunda no ocurre esta interacción, se mantiene cerca pero no se involucra, se limita a observar y registrar datos de forma discreta, sin ser notado, para que la recolección de datos fluya sin ningún sesgo.

Metodología

El método que se utilizó es el cualitativo e inductivo porque se realizó el diseño de estudio de caso, de tipo descriptivo identificando las variables objeto de análisis el “conocimiento” de las “finanzas” y la “aplicación” de las finanzas en los “estudiantes”; para relevar los datos se usó como herramienta la observación directa no sistemática tratando que los datos fluyan de manera natural sin forzarlos para abstraer la mayor cantidad de información relevante, los informantes fueron elegidos por conveniencia, se seleccionó para la muestra a los estudiantes que estén cursando el sexto y séptimo semestre en la asignatura de Administración de Empresas I y II, en la carrera de Ingeniería Comercial, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, durante los ciclos académicos I y II en los años 2016 y 2017.

Se propuso a los informantes en un primer encuentro que realicen un estado financiero en el que conste sus ingresos y gastos desde el primer semestre hasta el séptimo semestre, tomando en cuenta si trabaja o no para medir la fuente de ingreso principal, luego que considere la fuente de financiamiento a lo largo de toda su etapa de formación universitaria, se le orientó a tomar en cuenta todos los costos y gastos que ocasione los estudios superiores, adicionalmente que lo coloque en una matriz de Excel para que pueda ser contabilizado y determinar los saldos en cada semestre para finalmente totalizarlo y realizar una ecuación de Ingreso (Y) – gastos (G) = Superávit (ganancia) o Déficit (desface o pérdida) en sus finanzas personales por cada semestre, luego

identificar al egresar cuánto ha significado la inversión en sus estudios universitarios y de dónde obtuvo el financiamiento de fuentes familiares, personales o laborales.

Una vez culminado el ejercicio que fue realizado en dos partes, la primera parte se hizo como taller en el aula de clase y la otra como tarea en casa para que trajeran pulido y bien presentado el trabajo en una hoja impresa en Excel con sus datos personales, ese trabajo fue evaluado y calificado como parte de la actividad aúlica, pero más allá de que se haya realizado como trabajo en clase, fue la experiencia de los estudiantes al realizar esa actividad.

Luego se realizó una matriz para recoger la información observada de los informantes, para establecer las categorías del nivel de conocimiento y habilidad en la aplicación de los términos financieros en las finanzas personales, a lo largo de su formación académica, la misma que se presenta a continuación:

Matriz de observación del nivel de conocimiento y aplicación de los términos financieros.

Categorías Nivel de conocimiento	Informantes 100	Unidad de análisis	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
Términos financieros	Sexto	50	8	13	20	7	2
Aplicación financiera	Semestre	50	15	13	12	8	2
Términos financieros	Séptimo	50	5	10	22	9	4
Aplicación financiera	Semestre	50	5	12	20	12	1

Figura No. 1 Matriz de observación del nivel de conocimiento y aplicación de los términos financieros.

Se establecieron dos variables como categorías para medir el nivel de conocimiento y aplicación de los términos financieros, la escala de medición cuantitativa se tomó en consideración la que corresponde al artículo 18 del Reglamento para el proceso de evaluación, calificación y recalificación de exámenes en las carreras de tercer nivel de la Universidad de Guayaquil (2017), en puntaje medido en la escala del 0 al 10.

La escala de calificación se determinó de la siguiente manera: “Deficiente” (0 – 6.9), “Regular” (7.0-7.4), “Bueno” (7.5-8.4), “Muy Bueno (8.5-9.4) y “Excelente” (9.5-10), con el fin de resumir los datos que arrojó el estudio en la observación, que básicamente se reflejó en el trabajo final que los informantes entregaron, el mismo que permitió recoger y vaciar la información en la matriz antes detallada.

Con la información obtenida se elaboró un programa con un cronograma de actividades ajustada a las necesidades de los estudiantes con la finalidad de brindar un soporte que redunde en el incremento de su formación académica profesional y sea capaz de reproducir en su entorno familiar.

En la tabla No. 1 se puede visualizar la temática, el contenido del programa de manejo de las finanzas personales, cómo se lo va a desarrollar y el tiempo de duración, cabe mencionar que esta idea del programa y la plantilla de presupuesto familiar fue tomado de Guevara (2017) que lo propuso como un programa de educación financiera para adultos entre 20-50 años para un sector de Guayaquil y que sirvió a los estudiantes para enfocarlos en el control de sus ingresos y gastos personales.

Tabla No. 1 Programa de manejo de finanzas personales

TEMÁTICA	CONTENIDO	HABILIDADES DEL DOCENTE	MODO	TIEMPO	PARTICIPANTES
FINANZAS PERSONALES	• Presupuesto familiar	Conocimiento de manejo financiero	•Presencial	20 minutos	• Estudiantes
	◦ Forma de elaboración de un presupuesto familiar			5 minutos	
	◦ Beneficios de llevar presupuesto familiar			5 minutos	
	• Manejo de deudas			5 minutos	
	◦ Para qué endeudarse			5 minutos	
◦ Cuando no debe endeudarse					
	• Piense como empresario			5 minutos	
	Evaluación mediante preguntas - verdadero/falso o selección de alternativas				
		Total de tiempo:		40 minutos	

Tomado de: (Guevara Sangache, 2016)

Se estableció un formato sobre presupuesto familiar básico que se muestra a continuación:

PRESUPUESTO FAMILIAR AÑO 2016						
	Septiembre	Octubre	Noviembre			
INGRESOS	\$	-	\$	-	\$	-
Sueldo jefe de familia	\$	-	\$	-	\$	-
Ingresos de la madre	\$	-	\$	-	\$	-
Ingresos extras	\$	-	\$	-	\$	-
GASTOS	\$	-	\$	-	\$	-
Hogar	\$	-	\$	-	\$	-
Alimentación	\$	-	\$	-	\$	-
Servicios básicos	\$	-	\$	-	\$	-
Vestimenta	\$	-	\$	-	\$	-
Educación de hijos	\$	-	\$	-	\$	-
Arriendo	\$	-	\$	-	\$	-
Vida diaria	\$	-	\$	-	\$	-
Salidas a comer	\$	-	\$	-	\$	-
Compras innecesarias	\$	-	\$	-	\$	-
Golosinas	\$	-	\$	-	\$	-
Transporte	\$	-	\$	-	\$	-
Del jefe de familia	\$	-	\$	-	\$	-
De los hijos	\$	-	\$	-	\$	-
De la mamá	\$	-	\$	-	\$	-
Entretenimiento	\$	-	\$	-	\$	-
Paseos familiares	\$	-	\$	-	\$	-
Tv por cable	\$	-	\$	-	\$	-
Cine	\$	-	\$	-	\$	-
Otros gastos	\$	-	\$	-	\$	-
Compras no previstas	\$	-	\$	-	\$	-
Compras innecesarias	\$	-	\$	-	\$	-
Otro	\$	-	\$	-	\$	-
SALDO	\$	-	\$	-	\$	-
AHORRO						
Ahorro en un banco	\$	-	\$	-	\$	-
Ahorro en su casa	\$	-	\$	-	\$	-

Figura No. 2. Ejemplo de presupuesto familiar. Tomado de : (Guevara Sangache, 2016)

Resultados

Para el análisis de los resultados se utilizó una “matriz de resultados” donde se sistematizaron los datos más representativos, por orden de importancia, para luego vincularlos con las preguntas de investigación para finalmente realizar un programa académico docente que responda a las necesidades de los estudiantes en el tema de conocimiento y aplicación de las finanzas personales.

Los resultados que los informantes arrojaron fueron los siguientes: cuando se propuso la actividad en un primer momento los estudiantes entraron en shock, les implicó pensar cómo organizar las ideas, recordar desde el primer semestre cuáles habían sido sus costos y gastos, cómo los habían financiado y sobretodo; quién le había auspiciado o pagado, muchos estudiantes no sabían qué hacer, les parecía la tarea más difícil de realizar, a otros estudiantes en cambio les pareció algo normal, muy natural lo hicieron de manera rápida y objetiva.

Los varones tenían inconvenientes en ubicar los gastos de alimentación, internet, servicios básicos, debido a que vivían en un entorno familiar y no sabían cómo discriminar los gastos de forma proporcional, de todos los estudiantes observados, llamó mi atención el de un estudiante que señaló que tenía por hábito registrar sus transacciones diarias, por lo tanto la actividad le fue fácil realizarla, efectivamente fue verificado y tenía sus registros diarios en orden.

En un gran porcentaje reflejó que aún los gastos universitarios son cubiertos por sus padres, otros por sus familiares, otros son producto de la autogestión o de trabajos ocasionales por horas o fruto de lo que trabajan los fines de semana, otros tienen microempresas, otros se financian por comisiones de venta por catálogos de cosméticos, ropa, etc. o porque tienen emprendimientos en sus hogares, bazares, tiendas u otros micro emprendimientos.

Realizar esta experiencia de finanzas personales permitió a los informantes recuperar información valiosa que les permitió conocer sus fuentes principales de ingreso y financiamiento, así como el destino o uso de esos fondos, adicionalmente reconocer el esfuerzo que han realizado las personas que financian sus estudios, así como los propios, en definitiva una toma de conciencia sobre la implicancia de la inversión en la formación académica profesional, además de medir sus conocimientos financieros.

Discusión

En un estudio realizado López (2016), menciona que en Ecuador se realizó un análisis sobre cultura financiera a estudiantes matriculados en titulación de la carrera de Banca y Finanzas de la Universidad Técnica Particular de Loja, en los años 2012 y 2013, la edad de los participantes estaban entre 18 y 22 años, aplicaron un cuestionario de 57 preguntas, en el cual midieron el nivel de educación y cultura financiera desde cuatro categorías: 1) Conocimiento y entendimiento, 2) Planificación Financiera, 3) Control Financiero y 4) Productos y servicios financieros.

Los resultados demostraron que los estudiantes manejan algunos términos de economía y finanzas pero que no son llevados a la práctica, el ahorro y capacidad de pago son mínimos, la planeación financiera personal es nula y existe bastante incertidumbre en el manejo de productos del Sistema Financiero. De acuerdo a la realidad encontrada, los investigadores propusieron un programa de educación y cultura financiera que considere los siguientes aspectos: Ahorro, Planificación, Inversión, Servicios Financieros (créditos y débitos), para lo cual establecieron; la formación de tipo virtual y talleres, en tres etapas: Corto plazo, para estudiantes de titulación de la carrera de Banca y Finanzas con posibilidad de ampliar al resto de carreras de la Universidad; Medio plazo, incorporando a escuelas y colegios fiscales adicional al público objetivo de corto plazo, y de Largo plazo, llegar a la población en general dirigido a los segmentos más vulnerables en cantones que conforman la Zona 7 (El Oro, Loja, Zamora) de Planificación según la SENPLADES, por lo que el autor concluye que:

Tener una sociedad con alta educación financiera beneficia a la economía en su conjunto pues permite que todos sean partícipes del cambio a través de la toma de decisiones colectivas que se encaucen a los objetivos de política económica y social que formulan los Gobiernos en su búsqueda de desarrollo y aportan a su vez estabilidad, desarrollo y profundización de la bancarización hacia segmentos de la población tradicionalmente excluidos (Lopez Vera, 2016).

Los resultados evidencian que los estudiantes manejan algunos términos de economía y finanzas pero que no son capaces de llevarlos a la práctica. Los niveles de ahorro así como su capacidad de pago son mínimos. Por otro lado la planificación de metas financieras personales es nula y tienen bastante incertidumbre en lo que respecta al manejo de productos del Sistema Financiero.

En una investigación realizada por Mendez (2016), indica que la Comisión Económica y Social Europeo (CESE), ha realizado un programa financiero para los ciudadanos europeos, denominada “educación financiera para todos” promocionando las estrategias y bondades de las buenas prácticas de educación financiera para la Unión Europea, el propósito es educar en las finanzas a los ciudadanos a fin de evitar futuros problemas por desconocimiento en el área financiera.

El sistema financiero ecuatoriano como ente controlador de las entidades financieras que participan en el crecimiento económico y bienestar de la población, promueve un saludable desarrollo económico en la sociedad ecuatoriana, será el llamado a liderar la educación adecuada para la comunidad, en torno a establecer los conocimientos más importantes sobre los productos

financieros que ofrece el sistema y que esté al alcance de todos, brindando tutoriales y capacitaciones acorde a las necesidades de los usuarios, de esta manera desde el año 2000 se vienen desarrollando estrategias encaminadas a este tipo de actividades, fueron las conclusiones a las que llegó la investigadora Méndez (2016).

Durante el año 2017 la Superintendencia de Bancos del Ecuador, entidad de control dio a conocer a la comunidad universitaria la apertura de una aula virtual con un programa denominado Escuela de Finanzas con el contenido de seis módulos interactivos de un curso virtual de Educación Financiera equivalente a 8 horas clase, al culminar le otorgó al participante un certificado de haber realizado y aprobado el curso, con el fin de dar a conocer los términos y productos financieros que se relacionan con el tema financiero, abierto para el público en general y sobretodo dirigido a los estudiantes y profesores de las universidades, iniciativa que resalta la importancia del conocimiento y aplicación de los temas financieros.

La Corporación andina de Fomento (CAF), desde el año 2013 ha compartido programas de educación financiera a los países socios de esta entidad a impartir programas de educación financiera regulados por sus órganos de control y ejecutados por las instituciones del sistema financiero como bancos, financieras, compañías de seguro. Por esto en distintos países se han llevado este tipo de capacitaciones dirigidas a un cierto tipo de personas y también a la población en General.

Haciendo la relación bibliográfica de los autores de los diferente trabajos en los cuales coinciden que es importante establecer como una prioridad en el área académica, la educación financiera, la misma que debe iniciarse desde la educación general básica hasta las universidades, es un tema que no solo lo deben manejar los estudiantes de las carreras afines, sino todos los ciudadanos.

Conclusión

Los principales logros obtenidos de la investigación con el método cualitativo con el diseño de estudio de caso ha sido muy beneficioso, debido a que al utilizar una herramienta como la observación directa participante sin ninguna estructura previa, permitió experimentar y obtener datos de primera mano, participar como observadora inmiscuida con los informantes hizo que los estudiantes se sintieran relajados, interactuar y orientar fue una experiencia muy interesante, debido a que los sujetos observados actuaron de forma natural porque no se sintieron observados para estudio, sino más bien hacían la actividad de manera espontánea y realizaban preguntas de forma abierta y deliberada lo cual demostró que hubo empatía con la investigadora, lo que más bien aportó en la investigación para incluir variables que al inicio no se tomaron en consideración y obtener mayor cantidad de información y datos relevantes.

En la práctica para la investigadora, el haber realizado el estudio permitió saber el nivel de conocimientos financieros, la utilización eficiente de los productos financieros que tienen los estudiantes del sexto y séptimo semestre de la carrera de Ingeniería Comercial que participaron como informantes discretos en el estudio, para como contraparte preparar un programa de administración financiera adaptado a las necesidades de los estudiantes, que contribuya a elevar el nivel de conocimientos y la práctica de los términos financieros en su diario vivir.

Para los informantes participantes les sirvió para realizar una autoevaluación de conocimientos y aplicación de los términos financieros que como acervo cultural y académico les ayudará en la aplicación práctica de su convivencia diaria, así como valorar a las personas o entidades que financian su formación académica, así como también para poder asesorar a sus

familiares, amigos y las organizaciones en las que colaboran prestando sus servicios de la mejor manera, con conciencia con el fin de contribuir en el desarrollo personal, familiar y social.

En términos microeconómicos el publicar este tipo de análisis contribuirá a difundir la conveniencia de la educación financiera en los estudiantes empezando desde la educación general básica, la educación secundaria y la universitaria, para que desde niños aprendan el valor del ahorro, la inversión, el uso eficiente de los recursos y gastos, para que cuando sean adultos jóvenes no caigan en el sobreendeudamiento, que les permita alcanzar una mejor calidad de vida para la familia, el entorno y la sociedad.

A nivel macroeconómico, elevar los conocimientos y aplicación adecuada de los productos financieros, redundará en la toma de conciencia de los actores, que hará de ellos consumidores prudentes, que tengan la posibilidad del ahorro y la inversión en nuevas fuentes de trabajo, las mismas que generen más plazas de trabajo, aportando de esa manera en la reducción de la tasa de desempleo juvenil ayudando a la generación de la matriz productiva, cumpliendo con algunos de los objetivos del “Plan Toda Una Vida”, 2017-2021.

La facilidad de la obtención del crédito ha ocasionado que muchas familias ecuatorianas se vean afectadas por el sobreendeudamiento, por lo tanto es de vital importancia realizar el presupuesto familiar o las finanzas personales, que no es otra cosa que colocar en blanco y negro la realidad económica del núcleo familiar, que permita visualizar metas de corto, mediano o largo plazo, tomando en cuenta las prioridades (alimentación, educación, salud, vestimenta y vivienda), que les permita realizar planeación estratégica para administrar las finanzas de manera eficiente y que a la postre logren sus más caros objetivos de bienestar que todos quieren alcanzar.

Referencias Bibliográficas

(s.f.).

Aguilar, X., & Ortíz, B. (2013). *Diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación de banca y finanzas, 2013.*

Obtenido de [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7712/1/Tesis%20ECF%20final%20junio%203,%20%202013%20\(1\).pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7712/1/Tesis%20ECF%20final%20junio%203,%20%202013%20(1).pdf)

Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación de México, S. A. de C. V.

Corporación Andina de Fomento. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf

Diario El Universo. (29 de diciembre de 2017). Noticias. *Plan de pasantías y primer empleo se aplicará en 2018*, pág. 1.

Guevara Sangache, E. E. (2016). *Programa de Educación Financiera para los usuarios entre 20-50 años de la parroquia Tarqui Guayaquil*. Guayaquil: Repositorio de la Universidad de Guayaquil.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.

Lopez Vera, J. (2016). La (Des) educación Financiera en Jóvenes Universitarios Ecuatorianos: Una Aproximación Teórica. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG*, 36-41.

Martínez, R. (2010). *Productos financieros básicos y su cálculo*. San Vicente (Alicante): ECU Editora Club Universitario.

Olin, B. (2014). *La educación financiera como base para la toma de decisiones personales de inversión*. Obtenido de <http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/1597/1/RI000716.pdf>

Zhinda Méndez , Sandra. (febrero de 2016). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28>

**Análisis sobre la inversión en las unidades de hemodiálisis
privadas en Guayaquil
durante el periodo 2011-2015**

C.P.A. Jannina Alexandra Montalván Espinoza, Mgs.
Ing. Sonia Vizueta León, MBF.

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

En el Ecuador en el año 2008, se concedió el derecho a las personas que sufrieran una enfermedad catastrófica y que no gozarán con ningún tipo de afiliación médica, a ser atendidas por centros de salud especializados. No se evaluó el presupuesto que la inclusión de un nuevo grupo de pacientes demandaría, ni la capacidad de atención de los pacientes en los centros de salud públicos, por lo que el sistema de atención pública colapsó y el Ministerio del Ambiente realizó convenios de compra de servicios con prestadores privados, el objetivo de esta investigación es de describir el análisis sobre la inversión en las unidades de hemodiálisis privadas en Guayaquil durante el periodo 2011-2015, en diez centros de hemodiálisis privados de la ciudad de Guayaquil y así proporcionar una imagen del medio financiero en el cual se desarrollan las actividades de especialidades médicas, cuya finalidad de presentar a futuros emprendedores un diagnóstico actual de este tipo de negocio para que puedan tomar decisiones. Esta investigación es de tipo deductivo, y se implementó un muestreo no probabilístico de juicio para la selección de la muestra. Se realizaron encuestas y se calculó la rentabilidad de las mismas durante los últimos cinco años, para evaluar la situación actual de las empresas seleccionadas. Se concluyó en que los interesados en emprender este negocio deben de realizar una única inversión de alta magnitud en lugar de inversiones segregadas en distintos años.

Palabras claves: hemodiálisis, enfermedades catastróficas, inversión, rentabilidad.

Abstract

In Ecuador in 2008, the right was granted to people who suffered a catastrophic illness and who would not enjoy any type of medical affiliation, to be attended by specialized health centers. The budget that the inclusion of a new group of patients would not demand, nor the capacity of patient care in public health centers was not evaluated, so the public care system collapsed and the Ministry of the Environment made purchase agreements. services with private providers, the objective of this research is to describe the analysis on the investment in private hemodialysis units in Guayaquil during the period 2011-2015, in ten private hemodialysis centers of the city of Guayaquil and thus provide an image of the financial medium in which the activities of medical specialties are developed, whose purpose is to present to future entrepreneurs a current diagnosis of this type of business so that they can make decisions. This research is of the deductive type, and a non-probabilistic sampling was implemented for the selection of the sample. Surveys were carried out and their profitability was calculated during the last five years, to evaluate the current situation of the selected companies. It was concluded that those interested in undertaking this business should make a single investment of high magnitude instead of segregated investments in different years.

Key words: Hemodialysis, investment, catastrophic illnesses, profitability.

Introducción

Las unidades de hemodiálisis (comúnmente conocida como diálisis renal), proporcionan un tratamiento médico integral para la enfermedad renal crónica ERC, causado principalmente por las enfermedades crónicas de la diabetes y/o hipertensión (presión arterial alta). La necesidad de contar con centros de hemodiálisis aumenta a medida que las personas desarrollan las enfermedades que llevan a la insuficiencia renal. “En Ecuador, desde hace más de un década la diabetes mellitus consta entre las primeras diez causas de mortalidad, ocupando el primer lugar en el último reporte del año 2010 del INEC¹” (Quisiguiña J., 2011, pág. 13), y la hipertensión arterial están en el segundo lugar, cabe recalcar que existen campañas de prevención para la diabetes e hipertensión arterial.

Debido a numerosos y diferentes elementos que afectan al país, se puede observar claramente que no se está incrementando el número de unidades de hemodiálisis, pese a que la demanda de pacientes continúa creciendo.

Antes del año 2008 en el Ecuador, la atención a los pacientes que sufrían de algún tipo de ERC, era atendida únicamente por el seguro público quienes gozaban de dicho seguro, y las que no, no eran atendidas. Difícilmente no han tomado mayor importancia en este sector, por lo que se considera que ha generado una falta de liquidez en las unidades de hemodiálisis existentes hasta la fecha.

Análisis del Problema

La Insuficiencia Renal Crónica (IRC), es de fundamental interés para la Salud Pública, ya que es considerada como una enfermedad catastrófica² en la Constitución de la República del Ecuador desde el año 2008.

Antes del año 2008 en el Ecuador, únicamente los afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) gozaban del derecho a recibir tratamientos especializados para el tratar la insuficiencia renal crónica. A partir de ese año se oficializa en la nueva Constituyente, en el cual se establece la inclusión de todas las personas que adolezcan de esta enfermedad tengan el derecho a una atención especializada y gratuita.

El presupuesto general del estado destinado al sector salud se ve afectado, en el año 2014 el valor era de 2.962.397.608 dólares, por motivo que no se realizó una evaluación de la capacidad en equipos e infraestructura existentes para poder suministrar la cobertura a los pacientes con estas enfermedades catastróficas, puesto que no se han realizado incrementos en el presupuesto destinado al sector salud que se mantiene un incremento fijo del 0.5% anual (Ministerio de Finanzas, 2015).

En los centros especializados privados la prestación de servicios representa un gasto al Estado por servicio y paciente de \$1.456 mensuales y \$17.472 anuales. El número de pacientes por cubrir de la Red Pública Integral de Salud RPIS³ con insuficiencia renal crónica eran 8.937 hasta el año 2014, es así, que el gasto anual corresponde a 156.147.264 millones de dólares. para la realización de los tratamientos de hemodiálisis (Subsecretaría Nacional de Provisión de Servicios de Salud , 2015).

¹ **INEC:** Instituto Nacional De Estadísticas y Censos

² **Enfermedades catastróficas:** Enfermedades prolongadas y complejas que causan una disfunción orgánica grave o amenaza la vida, como todo tipo de cáncer, tumores cerebrales, insuficiencia renal crónica, sida, malformaciones arterio venosas cerebrales, entre otras (Medical Dictionary, 2009).

³ **RPIS:** Se encuentra conformada por el Ministerio de Salud Pública MSP, Instituto Ecuatoriano de Salud Social IEISS, Instituto de seguridad social de la Policía Nacional ISSPOL y el Instituto de seguridad social de las Fuerzas Armadas ISSFA.

La Subsecretaría Nacional de Provisión de Servicios de Salud para la provincia del Guayas se requieren un total de 418 puestos de hemodiálisis por demanda, frente a los 338 puestos existentes, entre públicos y privados, dentro de la oferta actual. Las entidades responsables de realizar el pago a sus prestadores de servicios no realizan la debida cancelación a tiempo acordado, lo que excita que los prestadores de servicios privados no cuenten con el flujo de efectivo conveniente para la implementación de ampliaciones de la infraestructura en sus instalaciones.

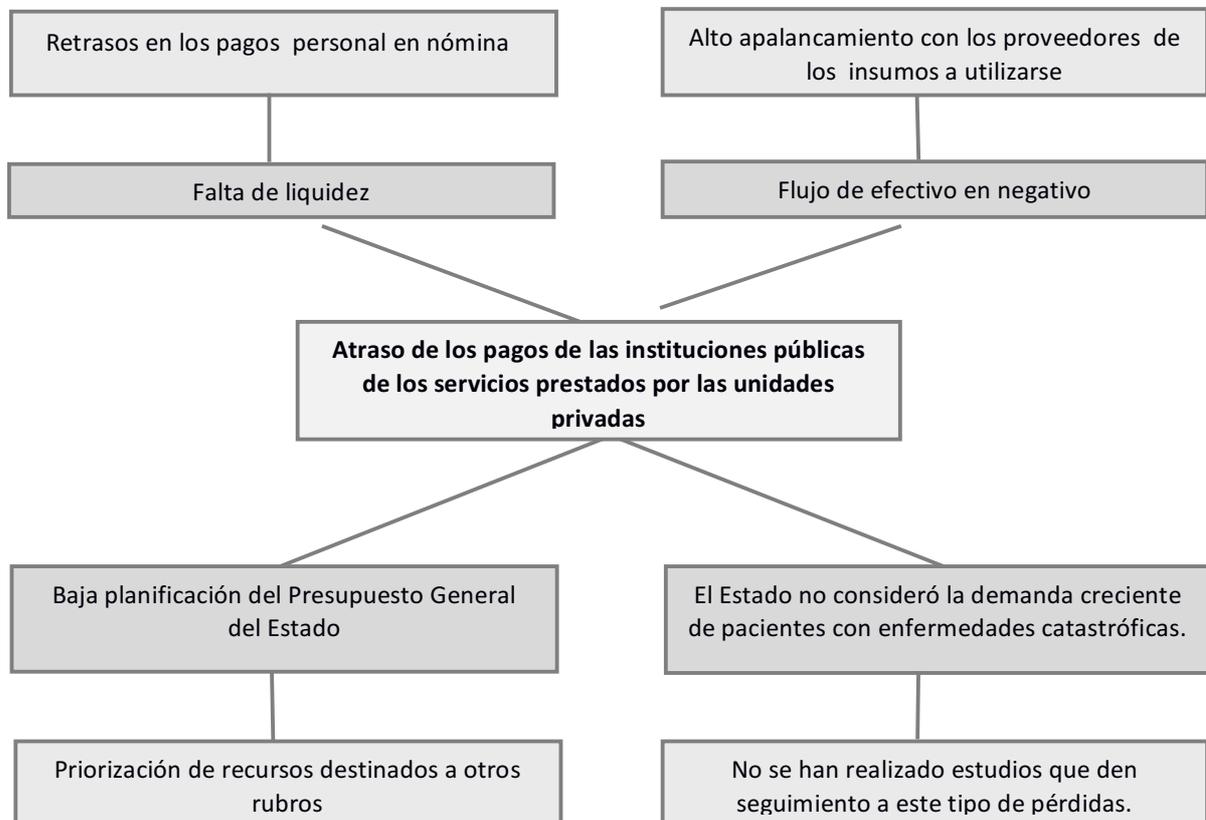


Figura 1 Análisis de la problemática representada a través de un árbol de problemas.

Objetivo general:

Analizar sobre la inversión en las unidades de hemodiálisis privadas en Guayaquil durante el periodo 2011 al 2015.

La novedad científica:

Esta investigación trata en la recopilación de datos y análisis de los estados financieros de estas unidades de hemodiálisis privadas que brindan vigilancia especializada en nefrología en el área de insuficiencia renal crónica terminal.

Con este trabajo se intenta aportar con información descriptiva que sirva para asesorar el conocimiento general a tener en cuenta para la ejecución de nuevas unidades de hemodiálisis.

El tratamiento de la insuficiencia renal crónica se ha convertido en un gasto sanitario de gran relevancia en la salud. En el Ecuador antes del año 2008, solo los afiliados del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) que padecían de insuficiencia renal crónica contaban con el derecho a recibir sesiones de hemodiálisis (Estrada & Fajardo, 2010). Los que no gozaban de dicha afiliación debían buscar instituciones privadas y pagar por el servicio, en caso de no tener los recursos económicos podían fallecer sin recibir ningún tipo de atención, acrecentando así la tasa de mortalidad de pacientes con insuficiencia renal crónica, la cual

corresponde a un 15% anual (Subsecretaría Nacional de Provisión de Servicios de Salud, 2015, p. 3).

Esta situación cambió a partir de la creación de la nueva Constitución de la República del Ecuador en el año 2008, en el Artículo 35 que "...quienes adolezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privados" (pág. 30), y en el artículo 50 que "El Estado garantizará a toda persona que sufra de enfermedades catastróficas o de alta complejidad el derecho a la atención especializada y gratuita en todos los niveles, de manera oportuna y preferente." (pág. 38).

¿Qué es la Enfermedad Crónica Renal?

Todos los pacientes diagnosticados con daño renal persistente, es decir por más de 90 días, se diagnostican por Enfermedad Crónica Renal (ERC). El daño renal tiene el potencial para causar una reducción de la función del riñón. Se valora según la tasa de filtración glomerular (TFG)⁴, la población diagnosticada en este nivel es la que requiere ingresar a terapia de reemplazo renal.

¿Qué es la diálisis y cuántos tipos hay?

La diálisis es utilizada para ayudar de manera artificial las funciones renales, sugerida por el Nefrólogo, es un tipo de tratamiento vital para el paciente con falla renal aguda o con insuficiencia crónica, y existen diferentes modalidades: la hemodiálisis y la diálisis peritoneal.

Diálisis Peritoneal

Remueve las sustancias de desecho de la sangre mediante un sistema que consiste en una conectar una bolsa con líquido de diálisis a la cavidad abdominal o cavidad peritoneal mediante un catéter. La membrana peritoneal actúa como un filtro para extraer los productos de desecho y líquidos de la sangre en el líquido de diálisis. Después de cuatro a seis horas el líquido se drena fuera del abdomen, y se desecha, y el nuevo líquido de diálisis se introduce en el abdomen (Ávila-Palomares, López-Cervantes, & Durán-Arenas, 2010, pág. 316).

La Hemodiálisis

Es una técnica que reemplaza las funciones principales del riñón haciendo pasar la sangre a través de un filtro (funcionando como riñón artificial) donde se realiza su depuración. Esta técnica no sustituye las funciones endocrinas ni metabólicas del riñón.

La causa de la enfermedad y la necesidad de la hemodiálisis:

La insuficiencia renal crónica terminal es una enfermedad muy silenciosa que conlleva algunos años, los riñones dejan de cumplir su función principal que es la depuración de las toxinas y la eliminación de los líquidos del organismo. Existen algunas causas como son: las enfermedades autoinmune (lupus eritematoso sistémico), anomalías congénitas o deficiencia de los riñones en el nacimiento, infecciones y cálculos en los riñones e intoxicación medicamentosa, como el consumo excesivo de analgésicos o productos para el cáncer y otros productos químicos (Venada Estrada, Moreno López, Rodríguez Alvarado, & Lopez Cervantes, 2009, págs. 3-4).

El motivo principal que conlleva cada vez más personas que desarrollan dichas enfermedades que conducen a padecer de insuficiencia renal crónica, debido a la escasa concientización del daño que causa, por lo que existe un incremento en la necesidad de contar con más unidades de diálisis, pues según la Organización Mundial de la Salud (OMS), 2016, "en los últimos 30 años las cifras de diabéticos han crecido 4 veces, de manera que 1 de cada 11 personas en el mundo sufre de diabetes" (pág. 10), y para el 2008, el número de personas diagnosticadas con hipertensión se incrementó de 600 millones en 1980 a 1000 millones (OMS, 2013, pág. 6).

Sobre la inversión de infraestructura y equipamiento

Los centros de hemodiálisis del sector privados colocados en los últimos 5 años se programaron de 10 a 15 máquinas para hemodiálisis que tienen la cabida de vigilancia de 60 a 90 pacientes.

⁴ **TGF:** "...consiste en medir la depuración renal de una sustancia, es decir el volumen de plasma del que puede ser eliminada una sustancia completamente por unidad de tiempo (Venada Estrada, Moreno López, Rodríguez Alvarado, & Lopez Cervantes, 2009)."

Debido a la demanda de los pacientes con insuficiencia renal crónica los centros de hemodiálisis pre existentes han debido invertir en el crecimiento de las salas aumentando el número de máquinas de hemodiálisis, ya que inicialmente contaban con una capacidad de atención de 90 pacientes por lo que se proyectaron de 120 a 180 pacientes contando en la actualidad con 20 a 30 máquinas de hemodiálisis, hasta llegar a atender a 240 pacientes y otros centros de hemodiálisis distribuidos en otras ciudades de la provincia del Guayas con 60 a 80 máquinas. Estas ampliaciones realizadas en los centros de hemodiálisis se han ejecutado por obligatoriedad a partir del Reglamento General Sustitutivo para la Aplicación del Proceso de Licenciamiento en los Establecimientos de Salud, oficializado en el año 2013, que expide las directrices necesarias y requerimientos mínimos que deben tener las unidades de hemodiálisis para brindar una atención integral al paciente.

Metodología de la investigación

Se tomó información bibliográfica existente, se obtuvo información al recolectar datos mediante las encuestas a los propietarios de diez unidades de hemodiálisis ubicadas en la ciudad de Guayaquil, se revisaron estados financieros tomados de la Superintendencia de Compañías, documentación legal nacional en relación con las actividades de salud, y la normativa aplicable para la realización de tratamientos de hemodiálisis, porcentajes de inversión, costos de equipos y materiales, índices de mortalidad. Los métodos utilizados fueron de tipo analítico y deductivo.

CDIU

Se presenta el cuadro de categoría, dimensiones, instrumentos y unidades de análisis.

Categoría	Dimensiones	Instrumentos	Unidad de Análisis
Financiera	Incremento o disminución de la inversión realizada en los centros de diálisis.	Encuestas Análisis Estados Financieros Análisis balances generales	Unidades de Hemodiálisis de la ciudad de Guayaquil

Cálculo de rentabilidad

Para el cálculo de rentabilidad de las empresas seleccionadas los principales documentos fueron los Estados Financieros Bajo NEC y de la Superintendencia de Compañías de cada empresa, correspondiente a los periodos de 2011 al 2015.

Se toma primordialmente la información numérica que pertenecen al Estado de Resultado Integral que expondrá detalladamente la variación de los ingresos y la variación de los gastos. La rentabilidad por año, se obtiene mediante la división de la utilidad bruta, para el valor correspondiente a los ingresos del año; ese valor decimal es convertido a porcentaje, y se obtiene el porcentaje anual de rentabilidad. Para las pertinentes comparaciones, se procede a obtener el promedio de rentabilidad de la empresa en función de todo el período de análisis (2010-2015).

Proyección y Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) El Valor Actual Neto VAN

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia (Giraldo Ávila, 2012, págs. 2-17).

- VAN mayor o igual a cero → el proyecto es rentable.
- VAN igual a cero → el proyecto es rentable también (por la TD).
- VAN menor o igual a cero → el proyecto no es rentable.

Para obtenerlo se utilizó la siguiente fórmula:

Figura 2 Fórmula de Cálculo
Fuente: Giraldo Ávila, 2012

$$VPN = \frac{FE_1}{(1+i)^t} - \text{inversión inicial} \quad \text{del VAN}$$

Donde:

FE = Flujo de efectivo en el periodo **t**
i = Tasa de interés o costo de oportunidad
t = Período

La Tasa Interna de Retorno

Ávila Giraldo, 2012, indica: La tasa interna de retorno (TIR) proporciona una medida relativa de la rentabilidad, por lo tanto, vendrá expresada en porcentaje. La TIR es la tasa de descuento que iguala, en el momento inicial, la corriente futura de cobros con la de pagos, generando un VAN igual a cero.

Figura 3 Fórmula de Cálculo del TIR

Fuente: Ministerio de Industria

y Energía MINER, 2002

Donde:

F_n: Flujo de efectivo anual

N: Vida útil del proyecto

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

La herramienta de Microsoft Excel cuenta con fórmulas dentro de su programación, para el cálculo, tanto del VAN como del TIR. En el VAN, se debe de colocar la Tasa de Descuento, el cual es un valor fijo proporcionado por el mercado, y en la TIR, se debe de seleccionar las columnas en donde se sitúan los flujos de caja, sean estos positivos o negativos, la función de TIR en Microsoft Excel.

RESULTADOS

Estos son los resultados de algunas preguntas de las encuestas:

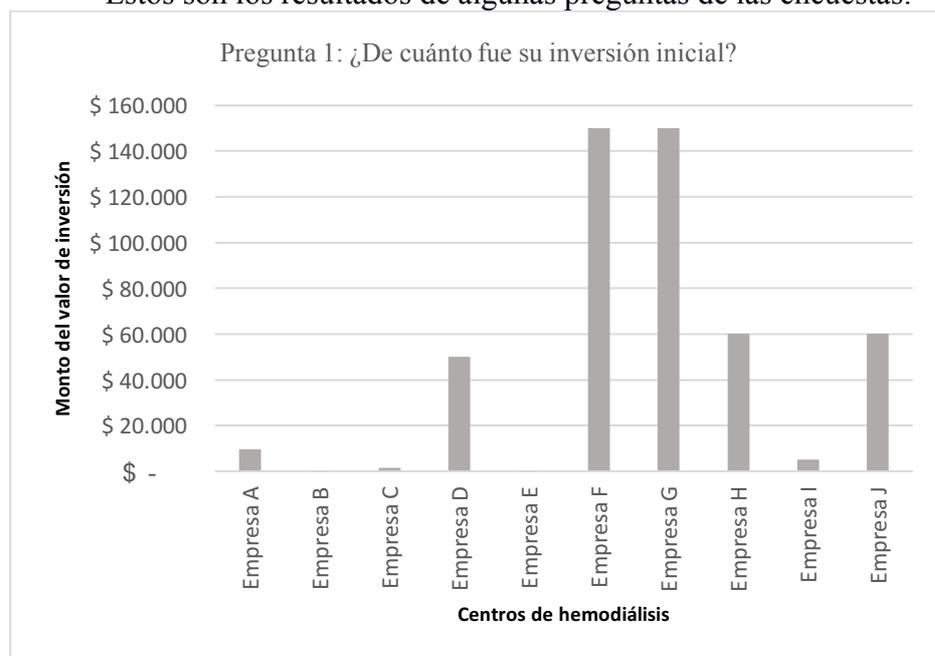


Figura 4 Resultados pregunta 1.

En esta gráfica se refleja los valores de inversión inicial para cada una de las empresas.

El valor máximo de la inversión es de \$150.000 de las empresas F y G.

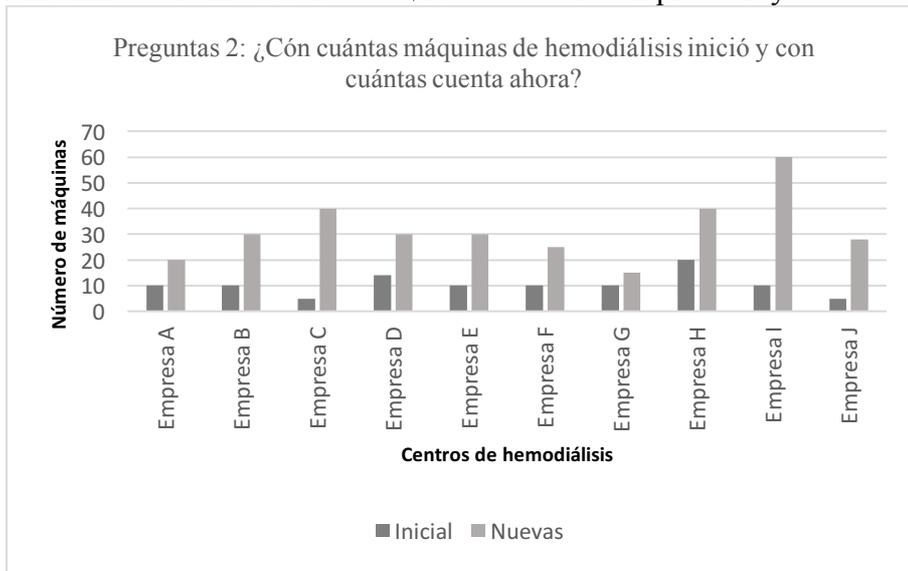


Figura 5 Resultados pregunta 2.

Se observa que los incrementos más reveladores tuvieron lugar en las empresas C y en la empresa I. La empresa C después de tener 5 máquinas, logró tener 40, el incremento de máquinas es de 35 unidades. En el caso de la empresa I inició con 10 máquinas, y ahora tiene 50, el incremento de máquinas pasó a ser de 40 unidades. La empresa G registra el incremento de 5 máquinas.

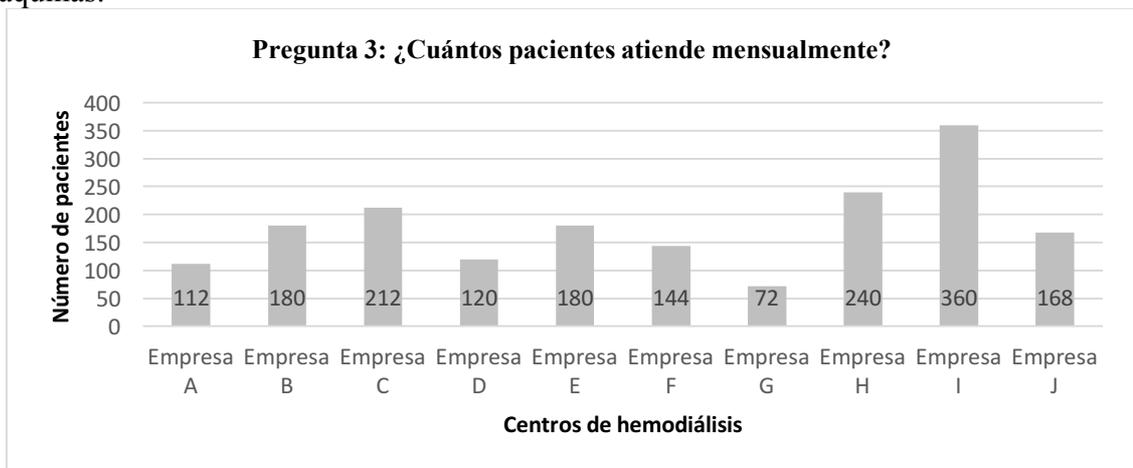


Figura 6 Resultados pregunta 3.

La empresa con mayor capacidad en atención a pacientes con insuficiencia renal crónica es la empresa I, esto guarda correlación con el número de máquinas implementado en la empresa, ya que cuenta con 50 máquinas. La empresa C y H con una capacidad de atención de 240 pacientes.

La empresa G es la menor capacidad de atención de clientes, ya que cuenta únicamente para atender a 72 personas. Para estas 10 empresas que fueron encuestadas, se determinó un promedio de capacidad de atención de pacientes de 179.

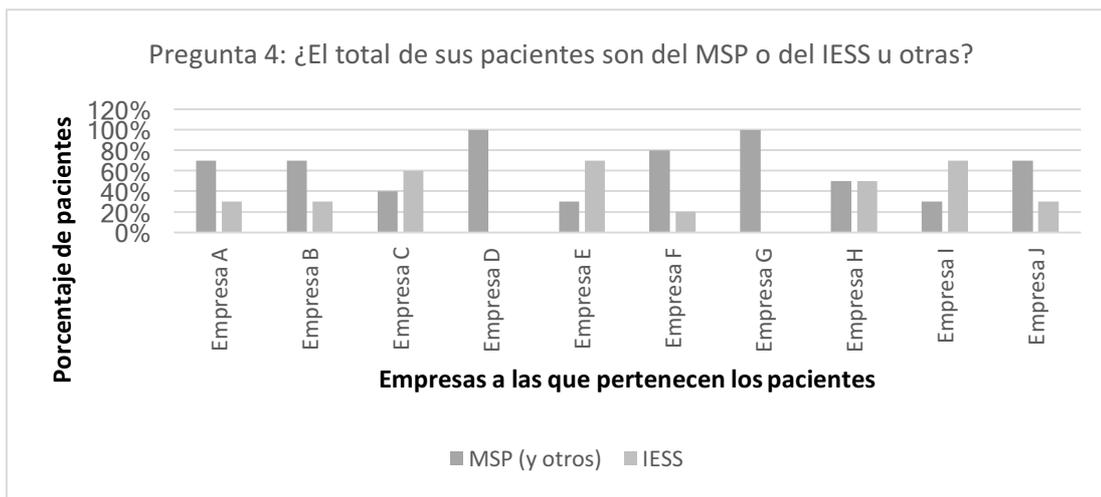


Figura 7 Resultados pregunta 4.

Las empresas D y G consignan toda su capacidad de atención al Ministerio de Salud Pública, son éstas las únicas que cuentan con valores porcentuales del 100%. La empresa H utiliza su equipamiento equitativamente, la cual destina por igual sus recursos tanto para el MSP como para el IESS con el 50% para cada entidad.

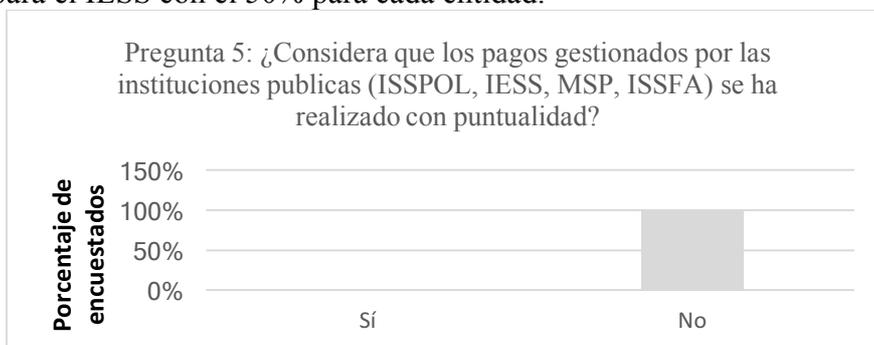


Figura 8 Resultados pregunta 5.

Según lo que refleja la figura 8, los pagos por parte de las entidades ISSPOL, IESS, MSP e ISSFA, se determina que la muestra en su totalidad (100%) considera que son impuntuales.

Proyección y Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) Empresa A: Cálculo de VAN y TIR

Con el fin de elaborar el cálculo del Valor Actual Neto y de la Tasa Interna de Retorno, se presenta la proyección del flujo a cinco años del a empresa A, considerando para el año 1 un valor de ingresos totales de \$ 994.135,67. Dicho valor va progresivamente incrementando a una razón del 1,03%. La proyección final a cinco años se determina unos ingresos de \$1.115.664,06.

Tabla 1 Flujo proyectado de la Empresa A

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		\$ 994.135,67	\$ 1.023.216,66	\$ 1.053.148,34	\$ 1.083.955,61	\$ 1.115.664,06
TOTAL INGRESOS	-	\$ 994.135,67	\$ 1.023.216,66	\$ 1.053.148,34	\$ 1.083.955,61	\$ 1.115.664,06
COSTOS Y GASTOS						

COSTO DE INSUMOS MÉDICOS		\$ 308.693,43	\$ 317.723,50	\$ 326.047,86	\$ 334.590,31	\$ 343.356,58
SUELDOS Y SALARIOS		\$ 278.972,46	\$ 332.144,61	\$ 395.451,38	\$ 470.824,41	\$ 560.563,54
HONORARIOS PROFESIONALES		\$ 69.949,04	\$ 76.440,31	\$ 83.533,97	\$ 91.285,92	\$ 99.757,25
SERVICIOS BASICOS		\$ 43.569,00	\$ 44.876,07	\$ 46.222,35	\$ 47.609,02	\$ 49.037,29
ARRIENDOS		\$ 57.520,50	\$ 57.520,50	\$ 57.520,50	\$ 57.520,50	\$ 57.520,50
UTILIDAD ANTES DE IMP.		\$ 235.431,24	\$ 194.511,67	\$ 144.372,29	\$ 82.125,45	\$ 5.428,90
IMPUESTO/PARTICIPACION		\$ 35.314,69	\$ 29.176,75	\$ 21.655,84	\$ 12.318,82	\$ 814,33
UTILIDAD DESPUES DE IMP.		\$ 200.116,55	\$ 165.334,92	\$ 122.716,45	\$ 69.806,63	\$ 4.614,56
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (175.000,00)	-	-	-	-	\$ 175.000,00
Cálculo de Tasa Interna de Retorno						
FLUJO	\$ (175.000,00)	\$ 200.116,55	\$ 165.334,92	\$ 122.716,45	\$ 69.806,63	\$ 179.614,56
FLUJO ACUMULADO	-	\$ 25.116,55	\$ 25.116,55	\$ 147.833,00	\$ 217.639,63	\$ 397.254,19

Se procede al cálculo del Valor Actual Neto, y de la Tasa Interna de Retorno, lo cual se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 2 Valores de VAN y del TIR de la empresa A

Indicador	Valor
VAN	\$ 321.481,00
TIR	94%

Fuente: Elaboración del investigador

El Valor Actual Neto es positivo, muestra que el activo fijo correspondiente a la empresa A, es muy importante en la valoración de la inversión.

Comparación de los porcentajes proyectados de la utilidad y de los gastos de las empresas A, B y C.

Tabla 3 Porcentajes proyectados de las utilidades

Empresas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	0,83%	0,74%	0,57%	0,07%	-7,25%
B	0,78%	0,65%	0,34%	-1,33%	-2,06%
C	0,90%	0,87%	0,80%	0,69%	0,75%

En la proyección de la utilidad en la empresa A, es representada como un decrecimiento cuyo porcentaje es del -7,25%. La empresa B percibe un patrón similar de decrecimiento, finalizando el año 5 proyectado con -2,60%. La empresa C, durante los tres primeros años se mantiene estable, entre un 0,90% y un 0,80%, pero se refleja un decrecimiento progresivo En el año cuatro con un 0,69%, hasta finalmente se muestra un aumento en el año final con un 0,75%.

Tabla 4 Porcentajes proyectados de los gastos

Empresas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	1,09%	1,10%	1,10%	1,11%	1,07%
B	1,11%	1,11%	1,12%	1,01%	1,10%
C	1,08%	1,08%	1,09%	1,09%	1,06%

Los valores porcentuales de los gastos de la empresa A, en donde el punto mínimo es el valor de 1,07% correspondiente al año 5, y el punto máximo en 1,10% situado en el año 2 y 3.

La empresa C, el escenario más propicio, la cual experimenta variaciones de un punto durante los primeros cuatro años proyectados, finalmente en el quinto año, el valor porcentual de gastos disminuye al 1,06%.

Conclusiones

- La demanda de pacientes con insuficiencia renal crónica que requieren el servicio de hemodiálisis lamentablemente se encuentra en aumento.
- La tarifa nacional que cubre el pago de los tratamientos de la insuficiencia renal crónica, el cual se encuentra en \$1.450 mensuales por paciente, sí es factible para abastecer financiamiento para invertir en nuevas unidades de hemodiálisis,
- Es preferible realizar una sola inversión de alta magnitud, que las inversiones segregadas en los proyectos que no puedan permitir alcanzar una eficiente relación entre el servicio provisto y la facturación.

Recomendaciones

- El Estado debe de realizar la adquisición del convenio de préstamo de uso de máquinas con el fin de aumentar su capacidad de atención a los pacientes con insuficiencia crónica renal.
- El Gobierno Nacional debe de apoyar costear y dar mayor énfasis a las enfermedades catastróficas y a sus respectivos centros de atención especializada.
- Las empresas deben de tomar en consideración sus propios ciclos de conversión de efectivo, con el fin de establecer índice de posibilidad de apalancamiento y de minimizar la incidencia de los atrasos en los pagos por parte de las instituciones del Estado.

Referencias Bibliográficas

- Asamblea Constituyente. (2008). *Contitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- Ávila-Palomares, P., López-Cervantes, M., & Durán-Arenas, L. (04 de 08 de 2010). Estimación del tamaño óptimo de una unidad de hemodiálisis con base en el potencial de su infraestructura. *Salud Pública de Mexico*, 52, 316. doi:52:315-323
- Congreso Nacional. (2004). *LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA*. Quito.
- Estrada, R. G., & Fajardo, J. U. (2010). *Proyecto de Inversìon para la creaciòn de un Centro General de Hemodiálisis del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en la Ciudad de Guayaquil*. TESIS, Escuela Superior Politécnica del Litoral ESPOL, Guayaquil.
- Flores, J., Alvo, M., Borja, H., Morales, J., Vega, J., Zuñiga, C., . . . Münzenmayer, J. (2009). Enfermedad renal crónica: Clasificación, identificación, manejo y complicaciones. *Rev Méd Chile*, 144. doi:137: 137-177

- Giraldo Ávila, G. (2012). *Manual para el Establecimiento de Pequeñas Empresas de Semillas PES*. Colombia: CIAT.
- Medical Dictionary. (2009). *Medical Dictionary*. Obtenido de Catastrophic Illness: <http://medical-dictionary.thefreedictionary.com/catastrophic+illness>
- MedLine Plus. (29 de 08 de 2015). *Examen de depuración de la creatinina*. Obtenido de MedLine Plus: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003611.htm>
- Ministerio de Finanzas. (2015). *Proforma del presupuesto general del Estado 2015*. Quito.
- Ministerio de Industria y Energía MINER. (2012). *Minimización Económica del Impacto Ambiental en la Industria*. España: Graymo S.A.
- Oklahoma State University. (2011). *A Systems Development Guide for a Kidney Dialysis Center*. Oklahoma State University, Department of Agricultural Economics, Oklahoma.
- OMS. (2013). *Información general sobre Hipertensión en el Mundo*. World Health Organization. Ginebra: WHO Document Production Services. Recuperado el 31 de Julio de 2016, de World Health Organization: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/87679/1/WHO_DCO_WHD_2013.2_spa.pdf?ua=1
- OMS. (2016). *Global Report on Diabetes*. Organización Mundial de la Salud, Ginebra. doi:9789241565257
- Quisiguiña J., D. C. (2011). *FACTORES QUE INCIDEN EN EL INCREMENTO DE LAS COMPLICACIONES CRÓNICAS DE LA DIABETES MELLITUS*. TESIS DE GRADO, ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO, ESCUELA DE MEDICINA, Riobamba.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. España. Recuperado el 1 de Agosto de 2016
- Scottish Intercollegiate Guidelines Network. (2010). *Diagnosis and management of chronic kidney disease*. Edinburgh. Recuperado el 31 de 07 de 2016, de <http://www.sign.ac.uk/pdf/sign103.pdf>
- SERTOX. (S/F). *SERTOX*. Recuperado el 31 de 07 de 2016, de Servicio de Toxicología del sanatorio de Niños: <http://www.sertox.com.ar/modules.php?name=Encyclopedia&op=content&tid=370>
- Suárez M., M. (2012). *PREVALENCIA DE HIPERTENSIÓN ARTERIAL EN PACIENTES DE 40 A 65 AÑOS EN EL SUBCENTRO DE SALUD REYNA DEL QUINCHE*. Tesis de Grado, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS, Guayaquil.
- Subsecretaría Nacional de Provisión de Servicios de Salud . (2015). *Resumen de Avances del Programa de Salud Renal*. Informe Técnico, Ministerio de Salud Pública, Dirección Nacional de Centros Especializados.
- Venada Estrada, A., Moreno López, J., Rodríguez Alvarado, M., & Lopez Cervantes, M. (2009). *INSUFICIENCIA RENAL CRÓNICA*. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, UNIDAD DE PROYECTOS ESPECIALES, Ciudad de México.

Estudio de las estrategias del marketing tradicional y digital implementadas dentro de las pymes de Guayaquil en el año 2018

Ing. Logan Radames Berni Moran, MAE.
Christian Josuepht Moreno Rodriguez, MAE

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

En las últimas décadas, el marketing ha tenido que mantenerse al día y ha competido con los grandes avances tecnológicos como la invención del teléfono, el auge de la televisión y ahora el internet. La adopción de internet y todas las plataformas que lo integran ha sido el evento más importante que ha afectado directamente al marketing. Entonces, el marketing como estrategia dependiente de muchos cambios que están vinculados directamente a la globalización ha sido visto como uno de los mayores problemas que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (PYMES), pero a la vez es una de las actividades más importantes para su crecimiento y supervivencia. Por lo tanto, el propósito de esta investigación es determinar el papel del marketing en el marco situacional actual dentro de la ciudad de Guayaquil de Ecuador bajo la percepción de los consumidores o clientes. Esta investigación se llevó a cabo utilizando entrevistas a 384 ciudadanos con el consentimiento de los participantes. Los resultados de la investigación primaria se componen de la frecuencia de internet, tipos de medios para publicidad percibidas, utilización de páginas webs y medios tradicionales de publicidad percibida. La conclusión de estos hallazgos fue testigo de la eficacia cambiante de los métodos de comercialización tradicionales. A medida que aumente el uso y el gasto del marketing digital, podremos ver a los especialistas en marketing volver a los medios tradicionales de comunicación.

Palabras Claves: PYMES, Marketing Tradicional, Marketing Digital, Guayaquil.

Introducción

Al diseñar las estrategias de marketing las pequeñas y medianas compañías (PYMES) tienen como objetivo primordial la obtención de clientes potenciales y a su vez mantener su fidelidad ante la empresa. Para esto las Pymes tienen dos opciones para implementar en sus compañías. Primero, como época de globalización en la que se encuentran las Pymes requieren el uso de tecnología digital (Teece, 2007), ya que la tecnología digital les ayuda a determinar la capacidad de su organización para investigar a sus clientes, sus competidores y su entorno más amplio del mercado (Day, 1994). Por otro lado, las PYMES también poseen estrategias convencionales conocidas como “Estrategias de marketing tradicional” las cuales incluyen publicidad a través de periódicos, revistas, guías telefónicas, radio y televisión. Estas estrategias generalmente son optadas debido a que el precio varía de acuerdo al tamaño del anuncio y el medio por el cual se publica (Forbes, 2013).

Pero las pymes (en su mayoría constituidas como empresa familiar) presentan desventaja en comparación a las grandes empresas no familiares porque son dirigidas por valores familiares, intereses y se manejan por un procesos diferente en establecimiento de objetivos estratégicos y estas no cuentan con información sobre estrategias de marketing para ser más competitivas (Chrisman & Chua, 2005).

La presente investigación tiene como objetivo exponer la situación actual de estrategias de marketing que utilizan las PYMES con respecto a la percepción de consumidores o clientes en general dentro de la ciudad de Guayaquil, mediante la utilización de Encuesta y su posterior tabulación.

Marco Teórico

Marketing en las PYMES

El marketing en pequeñas empresas parece depender de varios factores. Éstas incluyen situación, naturaleza de los mercados, etapa de crecimiento, tipos de productos y servicios, así como la calidad de gestión (Hogarth-Scott, 1996). Carson (1993) sugiere que el concepto general del marketing, enfoques y teorías son aplicadas en pequeñas empresas después de varias etapas de "adaptación" para que se adapten a una determinada situación.

En primer lugar, las ideas generales de marketing deben ajustarse a las características particulares del marketing de pequeñas empresas. En segundo lugar, se aplica a un tipo diferente de mercadeo a bienes y servicios. En tercer lugar, existe un marketing específico de la industria y, finalmente, un marketing individual específico de la empresa.

Por ende, en las pequeñas empresas, los empresarios tienen un papel fundamental en marketing y estos son manejados de diferentes formas. Las prácticas de comercialización que realizan las PYMES parecen depender de sus contactos personales y son a menudo impulsados por la forma en que hacen negocios (Simpson M., 2006). Ellos dependen también en la actitud, experiencia y experiencia del propietario-gerente y esto se transforma en su estrategias de “marketing” (Carson M.-Q. D., 2003).

Tecnología Digital

Las empresas implementan progresivamente la tecnología digital para responder positivamente a las necesidades de los clientes y, al mismo tiempo, mejorar las operaciones del lado del cliente. Es compatible con los intereses de los consumidores y las empresas y, al mismo tiempo, ayuda a impulsar las ventas y aumentar la eficiencia al reducir los costos. La calidad de la información se puede transferir a través de la tecnología digital (Watson, 2006). Las organizaciones se centran principalmente en el uso de la tecnología digital para mejorar la calidad de la información proporcionada a sus clientes (Foroudi et al, 2016).

Internet como medio de Publicidad

El marketing en Internet es una parte cada vez más importante de la comunicación. Las empresas anuncian servicios, toman y hacen pedidos, y se comunican entre sí en todo el

mundo a través de Internet. Para adaptarse a este mercado y abordar esta nueva tecnología, las empresas deben tomar algunas decisiones con respecto a precio, desarrollo de marca, distribución, territorio y estructura de la organización, entre otros.

Páginas Web como estrategia de mercadotecnia

Uno de los mejores conceptos para el marketing en línea es la WWW (World Wide Web). Ofrece a las empresas herramienta fácil, económica, rápida y tecnológicamente sofisticada para publicitar productos y servicios, tomar y hacer pedidos, promover su filosofía y política, y comunicarse con sus clientes en todo el mundo. En el entorno web, una empresa puede ofrecer una presentación completa con sonido, imágenes y video a millones de consumidores potenciales. Un sitio web es mucho más atractivo e informativo que los mensajes de correo electrónico, pero puede ser mucho más difícil de planificar e implementar (Mack, 1995).

El rol de los dispositivos móviles en el Marketing

La conciencia de la publicidad tanto en la web móvil como en las aplicaciones móviles es alta. Y la mayoría de los usuarios de teléfonos inteligentes de todo el mundo puede recordar haber visto anuncios móviles en los primeros días en que fue mostrada originalmente (90% en la Web para móviles y 86% en aplicaciones para dispositivos móviles) (IAB, 2017).

En un estudio realizado de IAB en 22 mercados (Argentina, Australia, Brasil, Canadá, China, Ecuador, Francia, Irlanda, Italia, Japón, Noruega, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Turquía, el Reino Unido, EE. UU. y Uruguay) se comprobó que doscientos adultos mayores de 18 años fueron entrevistados para cada mercado. Los encuestados afirmaron que poseen y usan un teléfono inteligente, y conocen y usan la web móvil o las aplicaciones móviles para acceder a Internet en sus dispositivos móviles. Este estudio confirma que los dispositivos se están convirtiendo en todo un fenómeno del marketing digital (IAB, 2017).

Marketing Tradicional

Las comunicaciones de marketing tradicionales se aplican a los medios más antiguos: cine, televisión, radio, vallas publicitarias, cara a cara, impresión física y colocación / POP (punto de compra). Estas formas de comercialización tradicional pueden ser de largo alcance y tienen una vida útil que se define fácilmente. Si la vida útil de los medios de comercialización es corta, tal vez sea más adecuada para un evento único (Gibson, 2000). Getz (2012) aconsejó utilizar las comunicaciones de marketing tradicionales para llegar a toda la población. Según Katz (2008), el marketing tradicional tiene un aspecto más atractivo, nostálgico y más digno de crédito.

Marketing Tradicional versus Marketing Digital

De acuerdo a datos proporcionados por Bia/Kelsey (Interactive Advertising Bureau), se estima que gastos de publicidad en marketing digital llegaran a \$71.6 mil millones de dólares para el año 2020. Por lo tanto, se produciría un crecimiento del 12.8% contando desde el 2015 hasta el año 2020. Pero el experto aseguró que la utilización de medios tradicionales no corre riesgo debido a que las PYMES hacen referencia a ambos estilos de marketing como una estrategia de fusión (Kaplan, 2016).

Metodología

La investigación tiene como objeto conocer la percepción del público en el rol de consumidor y cliente, posterior aquello, se podrá saber la situación actual sobre la inclinación de las PYMES en uso de estrategias publicitarias percibidas por clientes.

Este estudio utilizó el tipo de investigación Descriptivo. Según Roberto Hernández Sampieri (2006) indicó que mediante este tipo de investigación se centra en la posibilidad de predicciones mediante un análisis en base a qué será medido y quienes pueden estar incluidos. Y como apoyo a ese estudio fue usada como técnica de investigación, encuestas conformadas por preguntas sobre: Frecuencia de internet, tipos de medios para publicidad percibidas, utilización de páginas webs, medios tradicionales de publicidad percibida y dispositivos electrónicos de conexión a internet.

Se tomó del INEC (2010) en su informe del Censo, el perfil demográfico el cual sería evaluado los consumidores/o clientes de la ciudad de Guayaquil, esta tiene aproximadamente 2'291.158 habitantes y debido a la alta cantidad de habitantes, se determinó que posee una población infinita porque aquella tiene más de 100000 ciudadanos, por tal juicio se usó la siguiente fórmula de muestra:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

Para la realización de la fórmula infinita de muestra se estableció un grado de confiabilidad estándar del 95% y teniendo un intervalo 1.96. También se propuso una probabilidad de éxito y fracaso con un valor del 50%, y su margen de error fue del 5%. Finalmente, se obtuvo un resultado muestral de 384 encuestas.

Resultados

Los resultados de la encuesta realizada a 384 personas serán presentados a continuación por cada pregunta de la investigación. Se presenta 5 preguntas y su respectiva interpretación.

Frecuencia de Uso del Internet por parte del cliente

Tabla 1

Frecuencia de uso del Internet por parte del cliente

Frecuencia con que usa el Internet	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Todos los días	300	78.1%
Un par de veces por semana	52	13.5%
Un par de veces al mes	18	4.7%
Una vez al mes	12	3.1%
Menos de una vez al mes	2	0.5%
TOTAL	384	100%

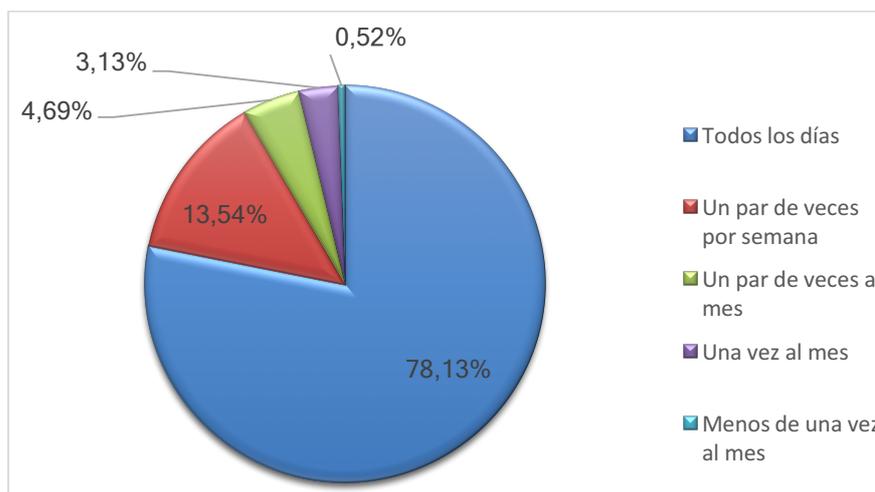


Figura 1 Frecuencia del uso del Internet por parte del cliente

La primera pregunta es sobre la frecuencia del uso del Internet, los encuestados manifestaron que el 78.13% están interactuando diariamente en el internet. El 13.54 % han dicho que su conexión solo se da algunas veces a la semana, en cambio otros con un 4.7% señalan que realizan una navegación de internet solo un par de veces al mes y en último lugar 3.1 % solo una vez al mes.

Tipos de medios publicitarios de preferencia (online o medios tradicionales)

Tabla 2
Tipos de medios publicitarios de preferencia

Medios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Online – Internet	155	40%
Medios Tradicionales	121	32%
Ambos	108	28%
Total	384	100.0%

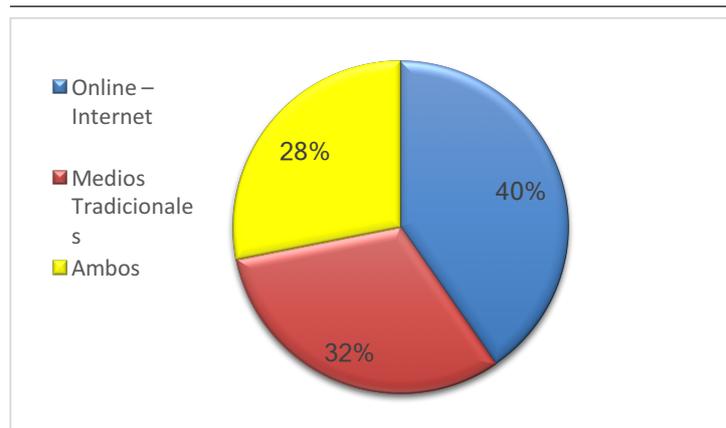


Figura 2 Tipos de medios publicitarios de preferencia

A los consumidores y/o clientes Guayaquileños se les preguntó a cerca de su preferencia en visualización en elección de tipos de medios publicitarios. La mayoría de ellos contestó con un 40% de aceptación mediante publicidad On-line o digital puesto que mencionan que no es una publicidad invasiva y es totalmente innovadora, los encuestados se inclinaron con un 32% por medios tradicionales ya que, la publicidad en estos medios es considerada tradicional y es sentida como una costumbre. Como último dato, un 28% afirmó que le gustaría que existiere una fusión de ambos medios.

Utiliza páginas web para revisar productos o servicios que necesitas

Tabla 3
Utilización de página web

Uso de la Web	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	359	93%
No	25	7%
TOTAL	384	100%

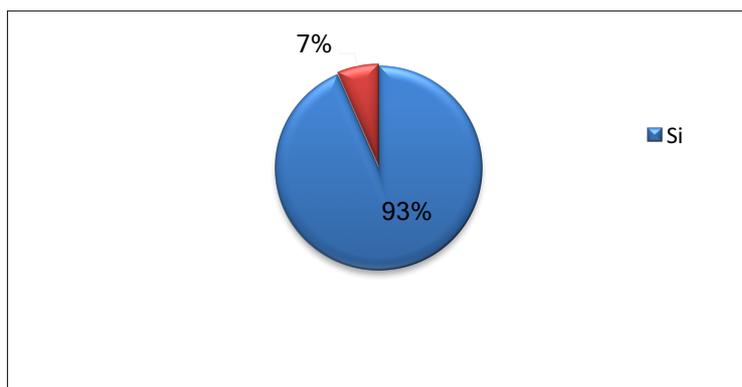


Figura 3 Utilización de página web

La web es percibida como el principal medio de consulta para la revisión de productos y/o servicios con un total de 93% de aceptación y tan solo 25 personas representadas con un 7% optan por realizar visitas a locales cuando les nace la necesidad de adquirir un producto o servicio.

¿Cuáles son los medios tradicionales que usted desearía recibir frecuentemente para mantenerse al día sobre ofertas de productos o servicios?

Tabla 4
Medios Tradicionales de preferencia

Medios Publicitarios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Revistas	145	38%
Televisión	230	60%
Radio	356	93%
Vallas Publicitarias	341	89%
Volantes - Flyers	135	35%
Correo Tradicional	110	29%
Diarios Impresos	152	40%

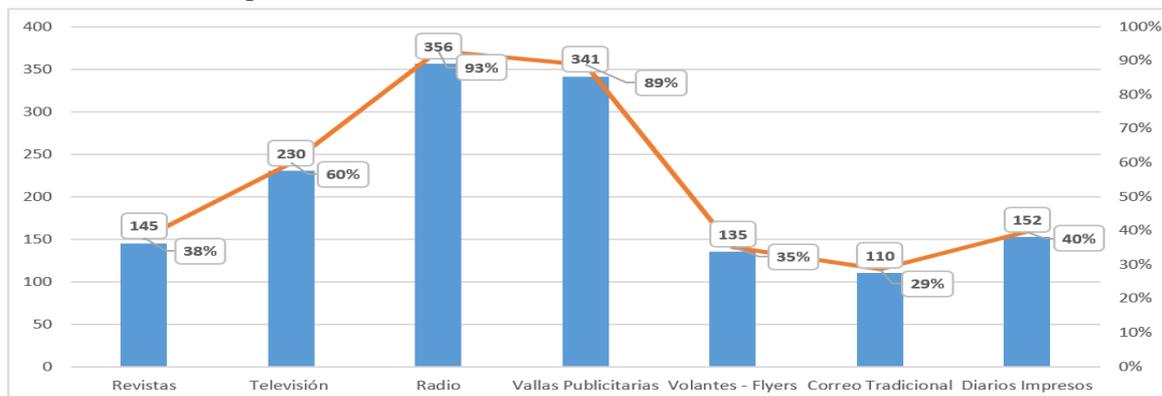


Figura 4 Medios Tradicionales de preferencia

Dentro de esta pregunta es opcional la elección del medio publicitario tradicional podían seleccionar más de un medio publicitario, los resultados obtenidos fueron demostrativos. En primero lugar, los clientes guayaquileños prefieren conocer ofertas de productos y/o servicios divulgados por la radio y por vallas publicitarias, y esta criterio está representado con el 93% y 89%, puesto que son estimados como no invasivos. En segundo lugar, la Televisión cuenta con un 60% de preferencia, publicidad en Diarios Impresos está en un 40% de aceptación, las Revistas de circulación masiva con un 38%, y volantes como medio más común con un 35%.

¿Cuál es su dispositivo electrónico que usted usa para conectarse a internet?

Tabla 5
Dispositivo Electrónico para establecer conexión a internet

Dispositivo para conectarse	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Laptop	314	82%
Desktop	218	57%
Smartphone	280	73%
Tablet	215	56%
Otros (indicar cuál)	53	14%
TOTAL	268	70%

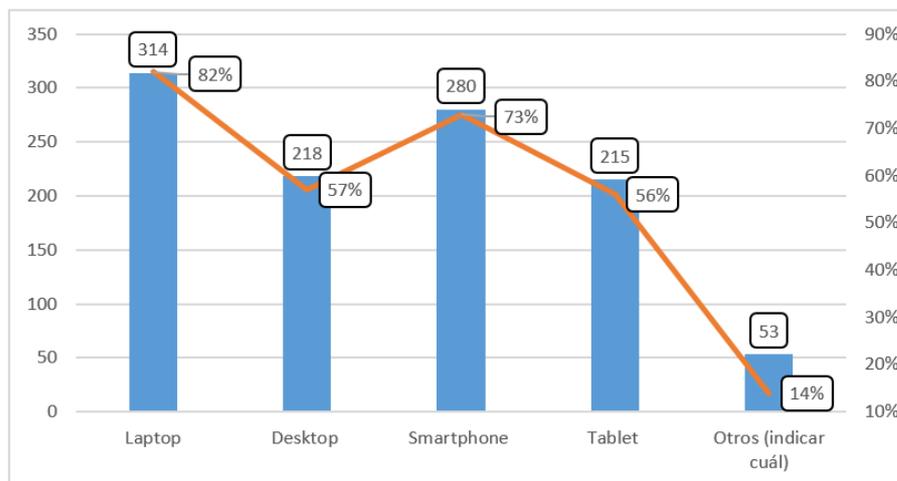


Figura 5 Dispositivo Electrónico para establecer conexión a internet

Dentro de esta interrogante, se podía optar por más de una alternativa. Los datos recabados fueron que los dispositivos más usados son la Laptop y Teléfonos inteligentes y ellos representan 82% y 73%. En menor frecuencia un 57% de los encuestados utilizan el internet navegando en computadores de escritorio y la utilización de tabletas inteligentes con un 56%. Por último, El 14% establecen conexión al internet con otros dispositivos no tradicionales como: Televisión Inteligente, juegos de video en consolas etc.

Conclusión

La revisión literaria concuerda que el futuro de las PYMES dentro del mundo del marketing, la opción más optada es la utilización del marketing digital utilizando diferentes medios y tecnologías vanguardistas. Esta teoría es respaldada por la organización IAB (Publicidad Interactiva Bureau) dedicada a brindar estudios y estándares de la industrial digital, afirman que existe una gran inclinación de PYMES hacia el marketing digital con la utilización del internet, de forma específica la WWW y dispositivos inteligentes. Se afirmó que habrá un gasto significativo para el año 2020 y que el marketing tradicional se mantendría y no tendría riesgo a su desaparición debido a los altos costos de su rival digital.

La investigación desarrollada en la ciudad de Guayaquil a 384 personas brindó como resultado determinante que el marketing digital está implementándose cada vez más, manifestada en publicidad en internet dentro de dispositivos electrónicos y directamente en páginas web de las PYMES. Los encuestados también muestran en su mayoría una preferencia de recepción de publicidad digital seguida de la tradicional. El marketing tradicional se posiciona en segundo lugar de preferencia y sus medios más representativos y preferidos por el público es la televisión y radio.

La elección que las PYMES toman actualmente es el Marketing Digital debido al mayor impacto a los receptores de publicidad y recurren al marketing Tradicional cuando los costos por tecnología publicitaria no son asequibles para lograr sus estrategias de mercadotecnia.

Referencias Bibliográficas

- Kaplan, D. (2 de Junio de 2016). *GeoMarketing*. Obtenido de <http://www.geomarketing.com/local-digital-marketing-dollars-to-reach-71-6-billion-by-20>
- Burns. (2016). *Entrepreneurship and Small Business*, 3ª edición. Obtenido de Macmillan Education: https://www.macmillanihe.com/resources/sample-chapters/9781137430359_sample.pdf
- Carson. (1993). Una filosofía para la educación de marketing en pequeñas empresas. *Journal of Marketing Management Volumen 9 No. 2*, 189-204.
- Carson, M.-Q. D. (2003). Problemas que afectan el marketing en la pequeña empresa. *Revista Internacional de Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 12 No. 6, 13-201.
- Chrisman, J. ..., & Chua, J. y. (2005). Tendencias y direcciones en el desarrollo de una teoría de gestión estratégica de la empresa familiar. . *Entrepreneurship Theory and Practice*, 55-575.
- Conway, G. G. (2016). El estudio de lo tradicional y lo no tradicional Comunicaciones de marketing: marketing de objetivos en el sector de eventos. *School of Hospitality Management and Tourism. Dublin Institute of Technology.*, 1-26.
- D, G. (2012). Estudios de eventos: teoría, investigación y política para eventos planificados. *Abingdon, Reino Unido: Routledge*, 290-292.
- Day. (1994). Las capacidades de las organizaciones orientadas al mercado. *Jornal of Marketing*, 37-52.
- Forbes. (8 de Marzo de 2013). Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com/sites/davelavinsky/2013/03/08/is-traditional-marketing-still-alive/#685946303806>
- Gibson, A. y. (2000). Turismo y marketing de hospitalidad en Irlanda. *Dublín: Gill y Macmillan*.
- Herbig, F. P. (2000). Herramienta de marketing internacional: Internet. *Industrial Management & Data Systems*, vol. 98 Iss 6, 26-253.
- Hogarth-Scott, W. K. (1996). ¿Las pequeñas empresas tienen que practicar la comercialización para sobrevivir y crecer? *Marketing Intelligence and Planning*, 6-18.
- IAB. (13 de Junio de 2017). *Search IAB*. Obtenido de <https://www.iab.com/news/globalmobilerelease/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Número de habitantes del cantón Guayaquil por parroquias (urbanas y rurales)*. Guayaquil: INEC.
- 20-says-biakelsey
- Katz. (2008). El manual de medios. 2nd ed. *Lawrence Erlbaum Associates*, 68-101.
- Mack. (1995). Domar la red: un nuevo foro de marketing. *Pharmaceutical Executive*, Vol. 15 . Obtenido de *Pharmaceutical Executive*, Vol. 15 .
- O'Brien, C. (04 de Abril de 2018). *Digital Marketing*. Obtenido de <https://digitalmarketinginstitute.com/the-insider/05-10-16-the-evolution-of-digital-marketing-30-years-in-the-past-and-future>
- Reijonen, H. (2010). ¿Todas las pymes practican el mismo tipo de comercialización? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 279-293.
- Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2006). *Metodología de la Investigación*. México D.F: 4ta Edición.
- Shimp. (2010). Publicidad, promoción y otros aspectos del marketing integrado en comunicaciones. *Shimp, T. (2010). Publicidad, promoción y otros aspectos del marketing integrado*.

- Simpson M., P. J.-H. (2006). Marketing en pequeñas y medianas empresas. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 12 No. 6, 87-361.
- Teece, D. (2007). Explicación de las capacidades dinámicas: la naturaleza y los microfundamentos del desempeño empresarial (sostenible). *Strategic Management Journal*, Vol. 28 No. 13, 1319-1350.
- Watson, D. (2006). Comprender la relación entre las TIC y la educación significa explorar la innovación y el cambio. *Education and Information Technologies*, 199-216.

**Igualdad de beneficios para menores de edad en el ámbito
laboral y su incidencia en la economía**

Ing. Legarda Arreaga Cynthia Maritza, MTF
Ing. Tello Caicedo Grace Elizabeth, Mgs

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

Los planes estratégicos para disminuir el índice en la tasa de desempleo del país no solamente deben ser parcialmente funcionales para cumplir metas a corto plazo, también deben fomentar la continuidad de los procesos para alcanzar la productividad económicamente hablando, es por esta razón que en el siguiente trabajo se da a conocer los acontecimientos positivos que tendría la economía al fomentar la igualdad de los beneficios en el ámbito laboral para los adolescentes que tengan una edad mínima de 15 años y que cumplen un papel fundamental como cabezas de hogar. La metodología llevada a cabo es cualitativo utilizando la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. Las fuentes de información exploradas fueron: El INEC, artículos científicos de la Revista Scielo, páginas de periódicos con información actualizada, El Código de Trabajo y páginas web fundamentales. Al plantear esta propuesta se tiene presente en la efectividad para mejorar la economía del país sino también dar facilidad a la Población Económicamente no Activa para encontrar oportunidades laborales y de esta manera intervenir en la productividad del país.

Palabras clave: Planes estratégicos - desempleo - metas - productividad - economía - beneficios - laboral - menores de edad - Población.

Abstract

The strategic plans to reduce the rate of unemployment in the country should not only be partially functional to meet short-term goals, they should also encourage the continuity of the processes to achieve productivity economically speaking, that is why in the following work is made known the positive developments that would have the economy to promote equality of benefits in the workplace for adolescents who have a minimum age of 15 years and who play a key role as heads of household. The methodology carried out is qualitatively using the collection and analysis of data to refine the research questions or reveal new questions in the process of interpretation. Information sources explored were: the INEC, scientific papers of the Scielo journal, pages of newspapers with updated information, the labour code and web pages core. When proposing this proposal, we take into account the effectiveness to improve the economy of the country but also facilitate the Economically Non-Active Population to find employment opportunities and thus intervene in the country's productivity.

Key words: Strategic plans - unemployment - goals - productivity - economy - benefits - labor - minors - Population.

Introducción

El objetivo del estudio realizado de Igualdad de Beneficios para Menores de Edad en el Ámbito Laboral y su Incidencia¹ en la Economía es dar a conocer cuán importante es que adolescentes con la edad mínima de 15 años puedan realizar alguna actividad que sea remunerada ya que muchos de ellos desempeñan un rol importante en su hogar debiendo buscar un medio de ingresos para mantener a su familia.

En la actualidad la situación económica del país se encuentra en un estado de crecimiento no solo beneficiando a los productores nacionales y empresarios sino también a las personas que se encuentran aptas para ejercer labores físicas e intelectuales en un puesto de trabajo, sabemos que una persona se encuentra apta para trabajar y obtener los beneficios de sueldos, vacaciones, seguro social y demás beneficios que se otorgan cuando cumpla la mayoría de edad (18 años), esto debido a que así lo estipula la ley. Es fundamental conocer que actualmente un adolescente de 15 años puede formar parte de una empresa y prestar servicios en las mismas a cambio de una remuneración pero sus beneficios son limitados en relación a los que posee un adulto, uno de los temas que inciden en el crecimiento de la población y el incremento de la pobreza es el embarazo en adolescentes, esto no solo se suscita ahora ya que este es un tema que viene hace muchos años atrás pero se conoce que existe un crecimiento en el índice de los casos que intervienen en este tema.

“El embarazo en adolescentes de entre 15 y 19 años registró una reducción de siete puntos porcentuales, mientras que en el segmento de la población de entre 10 y 14 años evidenció un aumento” (ANDES, 2015).

“El hecho de ser padres a temprana edad derivado de un embarazo no planeado en la adolescencia es un determinante para la calidad de vida de los adolescentes” (González, Casique, Hernández, & Mena, 2014)

No solo se habla de que muchos padres y madres de familia ni siquiera cuentan con la edad necesaria para poder asegurar a esa familia que necesita de ese servicio por varios factores principalmente económicos, también hablamos de varios casos que un adolescente puede vivir, planteando un ejemplo básico, existen hogares que tienen un gran número de habitantes y por obvias razones requiere de factores económicos para poder subsistir, aquí surge la necesidad de un trabajo porque tal vez ese padre no gana un sueldo o remuneración que satisfaga las necesidades en un cien por ciento, entre ellas: vivienda, alimentos, educación y otras necesidades de suma importancia, entonces surge la pregunta; ¿Qué hacen los hijos? Pues muchas cosas, al no contar con el servicio de la educación y no poder trabajar teniendo beneficios necesarios para colaborar en el hogar, solo contamos con dos escenarios, el primero un joven que busca el pan de cada día pasando barreras y obstáculos que le dificultan tener un trabajo y el segundo un joven que al ver la situación difícil recurre a intervenir en situaciones ilícitas que perjudican su vida y la de los demás.

Según Briceño & Pinzón (2004), actualizado 2016

Las causas del trabajo infantil son múltiples y entre estas podemos destacar: la pobreza, que constituye un círculo vicioso al asociarse con el trabajo infantil, la creencia errada que hace pensar que el trabajo infantil es bueno y la carencia de políticas socioeconómicas en contra del trabajo infantil (p. 2).

De cierta manera se debe motivar e incentivar la producción nacional para crear nuevas fuentes de trabajo y de esta manera mejorar la economía no solo disminuir el índice de

¹ Consecuencia de determinada situación.

desempleo en el país sino también pensar en terminar con la pobreza en un futuro o en su peor escenario disminuir con ese índice, si hablamos de los derechos que tenemos como ciudadanos sabemos que no todos se cumplen, y esto ocasiona polémica en cuanto a política y los Objetivos de Planificación del Buen Vivir, siempre surgen nuevas necesidades y por esta razón está claro que deben existir soluciones, no solo una opción sino varias para realizar un análisis y conocer cuáles son los posibles beneficios mediante la implementación de las mismas, conocemos las normativas ejecutadas en la actualidad donde nos especifica que cada empresa debe contar con un número de personas con discapacidad de cualquier tipo, esto dependiendo de la capacidad y el tamaño de la misma, pero, entonces analizamos que se podría disponer de una ley o una normativa que mencione el cumplimiento de reclutar personal con o desde el rango de edad que se plantea.

IGUALDAD DE BENEFICIOS PARA MENORES DE EDAD EN EL ÁMBITO LABORAL

Si bien se conoce que la Población Económicamente Activa PEA está conformada por personas de 15 años en adelante aptas para trabajar, pero esta población de edades entre 15 y 17 años no reciben los beneficios correspondientes que percibe una persona con mayoría de edad ya que a pesar de tener la facultad² de realizar labores físicas o intelectuales no son reconocidos por la ley para obtener los beneficios respectivos.

Estas personas pueden contar con un puesto de trabajo, pero los principales beneficios o los mismos que percibe un adulto no los obtiene un menor; sin embargo, “es necesario tener en cuenta los parámetros legales básicos, para la contratación laboral a menores de edad, y evitar conflictos laborales, que en nada contribuyen ni al progreso de la economía, ni al bienestar del trabajador” (La Hora 2010, citado por Aguirre 2013).

Aquellos parámetros se los detalla brevemente a continuación:

- **Derechos y Garantías Constitucionales**

Será excepcional y no podrá conculcar el derecho a la educación.

No podrá realizarse en condiciones nocivas o peligrosas para la salud de los adolescentes o su desarrollo personal.

Se respetará su trabajo y las demás actividades siempre que no atenten a su formación y a su desarrollo.

- **Requisitos para que proceda el trabajo**

Edad mínima de 15 años.

Acreditar un mínimo de instrucción escolar o asistencia a la escuela; y, evidente necesidad para la propia sustentación o la de sus padres o ascendientes o hermanos menores.

El contrato de trabajo deberá ser por escrito y registrado en la Inspección del Trabajo.

- **Autorización escrita**

Las personas que hayan cumplido los quince años de edad no necesitan una autorización para poder laborar puesto que tienen capacidad legal para suscribirse a contratos conforme a lo estipulado en el Art. 35 del C.T.³.

- **Jornada de Trabajo**

En ningún caso la jornada laboral del adolescente podrá exceder de 6 horas diarias, durante un período máximo de 5 días a la semana.

Se organizará de manera que no limite el efectivo ejercicio del derecho a la educación.

² Capacidad o aptitud natural, física o moral que tienen las personas para realizar una labor.

³ Código de Trabajo

El empleador deberá dejar libres dos horas diarias de las destinadas al trabajo para que el adolescente concurra a la escuela. Si el empleador obstaculizare el derecho del adolescente a la educación, o lo indujere a descuidar, desatender o abandonar su formación educativa, será sancionado.

- **Remuneración**

El adolescente trabajador tendrá derecho a percibir por lo menos el salario mínimo general o sectorial que corresponda.

El adolescente aprendiz percibirá al menos el 80% de la remuneración básica unificada.

La remuneración debe ser pagada directamente al adolescente trabajador.

- **Periodo de vacaciones**

El adolescente de 15 años tiene derecho a 20 días de vacaciones.

El trabajador que se encuentre entre los 16 y 18 años de edad, tiene derecho a gozar de 18 días de vacaciones al año.

- **Prohibiciones**

Queda terminantemente prohibido que un trabajador menor de edad labore en jornada nocturna, días de descanso obligatorio y fiestas cívicas sin olvidar también que no podrá realizar trabajo peligroso o insalubre. Arts. 137, 150, 138 del C.T. También se prohíbe totalmente el trabajo para menores de 15 años de edad a bordo de barcos de pesca. Art. 146 C.T.; y el trabajo de menores de edad para fuera del país. Art. 30 C.T.

- **Educación**

Aquel trabajador menor de edad que no haya culminado sus estudios de educación primaria tiene por obligación que el empleador le otorgue dos horas libres para asistir a una escuela. Art. 135 C.T.

- **Pesos máximos**

Existe un monto de peso máximo que podrán cargar los menores con variaciones dependiendo de los años que tengan por ejemplo los varones de hasta 16 años de edad, hasta 35 libras; mujeres hasta 18 años de edad, hasta 20 libras, varones entre los 16 y 18 años hasta 50 libras. Art. 139 del C.T.

- **Indemnizaciones**

Se debe indemnizar a los menores trabajadores por algún accidente ocurrido en sus horas laborales, pero si este accidente ocurre en un área prohibida se debe pagar el doble de indemnización. Art. 149 C.T.

- **Violación de derechos laborales**

Si se llegase a violar los derechos laborales del menor de edad los empleadores serán sancionados hasta con tres salarios unificados impuestos por el Tribunal de Menores, sin perjuicio de las acciones legales ante los jueces competentes del trabajo, así como a las sanciones que establece el Art. 148 del C.T.

- **Obligación de un registro**

El menor trabajador debe constar en un registro realizado por el empleador con datos necesarios y obligatorios acerca de la información del mismo debiendo constar en dicho registro los nombres completos, clase de trabajo que realiza, la edad, horario laboral, salario que percibe y la certificación de si ha culminado o está cursando la instrucción primaria. Art. 147 del C.T.

- **Mujeres trabajadores**

Si las menores trabajadoras cumplen su mayoría de edad y estas se encuentren embarazadas se suspende su trabajo 2 semanas antes y 10 semanas después del parto. Art. 152 C.T.

- **Inspección del lugar de trabajo**

Aquellas empresas que cuenten con personal menor de edad podrán ser inspeccionadas sin previo aviso para constatar si se están cumpliendo los derechos de los trabajadores menores de edad. Art. 151 del C.T.

Uno de los Derechos Humanos que cumple una función importante en la vida de las personas es el Derecho al Trabajo, lo cual permite que la sociedad tenga un sustento con el que puedan satisfacer sus necesidades en el diario vivir y ellos a su vez reciben beneficios ya anteriormente mencionados por la actividad realizada; teniendo siempre en mente el bienestar de las personas, pero existe un gran número de habitantes que son el soporte de su hogar y no disponen de estos beneficios que deberían ser equitativos para todos los que trabajen en cualquier área ya sea agrícola, comercial, industrial, etcétera; siendo este el propósito principal del estudio realizado.

Es muy importante que las personas cuenten con un puesto de trabajo y sean beneficiadas equitativamente para de esta manera ir contribuyendo a la reducción de un indicador macroeconómico como es el Desempleo el cual va de la mano de otro factor que incide mucho en Ecuador como lo es la Pobreza; siendo estos los que más fluctuaciones⁴ presentan a lo largo de los años. Si bien es cierto al hablar de incluir a menores de edad en el ámbito laboral sabemos que se debe intervenir en la creación de nuevas fuentes de empleo para cumplir con esta necesidad, también se debe conocer que de esta manera la tasa de desempleo se vería afectada a corto y a largo plazo, a corto plazo se vería afectada de una manera negativa debido a que al incluir a los menores de edad en los beneficios en el ámbito laboral obviamente la población a tomar en cuenta para generar este índice crecería y de esta manera se vería afectada inicialmente en los datos que se reflejan, pero a largo plazo se verían los beneficios al incluir a los menores de edad, contribuyendo con el crecimiento productivo del país, debido a que el principal factor a tomar en cuenta es la pobreza, el mismo que se suscita por la dificultad para poder conseguir un empleo.

Según El Universo (2011) informa que la especialista de protección de Unicef en Ecuador, Berenice Cordero, manifestó a Efe⁵ que la mayoría de los menores está empleada en el sector agrícola, ayudando a la familia, pero también en otras actividades peligrosas...como en los mataderos, la minería o la construcción.

La situación laboral de país actualmente está en constante crecimiento y cada vez se observa una mejora en este ámbito que no solo plantea posibilidades de mejorar la economía del país y fomentar el crecimiento del Producto Interno Bruto del país con nuevas industrias, los procesos de selección para un puesto de trabajo son estratégicos para poder cumplir con la necesidad de la empresa o industria, intervenir en este proceso requiere de un duro trabajo para compensar la satisfacción de la población económicamente no activa del país, no solo se debe esperar a que se presenten problemas para pensar recién en ese momento de pensar en posibles soluciones, se debe generar o crear un plan de acción para intervenir en situaciones complejas de la economía. Los beneficios que tendrá la economía del país serán extensos, debido a la participación en el mercado internacional como exportadores de productos agrícolas o industriales en general, en virtud de que se contará con mano de obra

⁴ Incremento o reducción de los factores macroeconómicos.

⁵ Agencia de Noticias Internacional de España.

con la actitud de trabajar y con las ganas de producir por la motivación que se les dará al brindarles oportunidades de trabajo, alcanzar la efectividad en los negocios debido a la mano de obra joven y emprendedora que lucha por salir adelante, de esta manera está muy claro que la delincuencia disminuirá porque los jóvenes adolescentes de la patria estarán ejerciendo una ocupación productiva para el país.

INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA

El contar con un puesto de trabajo que permita a las personas mantener su hogar (sin mencionar los beneficios que deberían recibir) tiene un alto grado de incidencia en la economía, ya que el propósito de generar empleo es incrementar la productividad logrando que aumente la demanda de las personas económicamente hablando, ya que contarían con poder adquisitivo para satisfacer sus necesidades, estas generarán ingresos a las empresas en cuanto a la adquisición de un bien o servicio y a su vez pagarán impuestos, los mismos que son recaudados para destinar las partidas presupuestarias a los rubros correspondientes ya sea para educación, salud, infraestructura, y demás rubros siendo esta una buena forma de mejorar el crecimiento económico del país.

“Desempleo e inactividad juvenil representan un tema fundamental para los gobiernos nacionales y las organizaciones internacionales en todo el mundo” (ADAPT & UNAM, 2011).

El Estado es uno de los entes principales que aportaría al crecimiento económico ya que según John Maynard Keynes plantea que “si la economía sufre una disminución de la demanda, el Estado debe incrementar el gasto para así compensar la caída del consumo privado y cortar de raíz el riesgo de recesión y desempleo”, siendo el empleo una manera muy fundamental de aumentar el gasto público y de disminuir el desempleo. No se trata de siempre copiar lo que otros países plantean y ejecutan, sino de aprender de aquello y poder realizar mejoras principalmente observando los errores de los demás, aunque suene un poco empírico pero esa metodología ha ocasionado que varios países a nivel mundial logren alcanzar una estabilidad económica evitando caer en las mismas decisiones que no aportan a la economía. Los factores internos y externos que afecten a la economía de un país ya sea de manera positiva o negativa deben tener procesos de prevención y en su peor escenario, de corrección, existen casos de otros países en las que tienen una economía mejor y otros en las que su economía es diferente a la nuestra de un modo negativo, ahora bien, se analizan los procesos o los planes estratégicos que plantean estos países para tener una economía estable y de igual manera se analizan a su vez a los demás países y podemos concluir en que todo es cuestión de percepción y en base a esto plantear y ejecutar buenas tomas de decisiones, vemos países de mayor magnitud a la del Ecuador y sin embargo están bien y nos planteamos esa inquietud, de saber porque nosotros no tenemos o no logramos una estabilidad económica que cumpla con las necesidades básicas del país y por obvias razones también la de su población en general, porque no solo se beneficia niños o adultos sino todos los habitantes, poder beneficiar a los adolescentes en procesos laborales es de suma importancia ya que no estamos lejos de un futuro en donde la población aumente y la tasa de desempleo suba, analizamos que ahora cada vez más existen casos de adolescentes embarazadas y de jóvenes que al no poder sustentar las necesidades de su hogar toman malas decisiones y los que desean progresar están en las calles tratando de ganar dinero vendiendo en los buses o en la misma calle, lo que se plantea aquí es la igualdad de los beneficios para esos jóvenes que luchan por salir adelante, no solo dándoles limosnas sino brindándoles la oportunidad de superación y de seguridad laboral, ya que todos sabemos que esa es una parte fundamental para alcanzar la autorrealización como persona, los beneficios que la economía tendrá son muchos ya que

se contará con nuevas fuentes de empleo y la incidencia de esto es el incremento de la participación en el mercado y en los negocios de comercialización en este caso industriales. Esto no solo se vive en Ecuador sino también a nivel mundial siendo el caso del Ministerio de Empleo y Seguridad Social de España (2013) donde indica que “De todos los efectos de la crisis económica que estamos atravesando, el desempleo juvenil es uno de los que más preocupación suscita...casi el 35% de los jóvenes desempleados se encuentran en esta situación desde hace más de un año”.

La CEPAL⁶ prevé crecimiento económico para Ecuador en 2017 puesto a que la secretaria ejecutiva de la CEPAL, Alicia Bárcena, indicó que existen posibilidades de que el país mejore en los próximos meses ya que “en la última década se ha logrado reducir prácticamente a la mitad tanto la pobreza como la pobreza extrema y eso son buenas noticias, mucho, gracias a la creación de empleo” (El Telégrafo, 2016).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2017) cuenta con Objetivos de Desarrollo Sostenible el cual una de esas metas es que “Para 2030, lograr el empleo pleno y productivo y garantizar un trabajo decente para todos los hombres y mujeres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, y la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor” prescrito en el Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico del PNUD⁷.

Materiales y Métodos

El presente estudio contiene una revisión del tema principal acerca de los beneficios para menores de edad en el ámbito laboral y su incidencia en la economía siendo realizada en base a fuentes confiables de información.

Según (Blasco & Pérez, 2007) señalan que “la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas”.

La metodología llevada a cabo es cualitativo utilizando la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

Las fuentes de información exploradas fueron: El INEC, artículos científicos de la Revista Scielo, páginas de periódicos con información actualizada, El Código de Trabajo y páginas web fundamentales para la ampliación del tema desarrollado como la de La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

Para obtener información del INEC se utilizaron descriptores como: Población Económicamente Activa de la cual obtuvimos buenos resultados para conocer uno de los datos importantes para nuestra investigación, para la Revista Scielo se usaron términos como: trabajo infantil, beneficios para menores de edad, igualdad de beneficios, para el Código de Trabajo se revisó el documento para encontrar el artículo correspondiente al trabajo de menores de edad y para la página web de la AECID⁸ se llegó a obtener la información usando el descriptor: el empleo ayuda al crecimiento económico de Ecuador.

Resultados

Mediante la investigación y la recolección de datos se puede analizar todos los acontecimientos que competen al tema como lo es la inclusión de los menores de edad en los derechos laborales con el fin de saber su incidencia en la economía, puntos importantes como los diferentes casos que los jóvenes viven y que ya se mencionaron anteriormente, hablamos

⁶ Comisión Económica para América Latina y el Caribe

⁷ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

⁸ Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

entonces también de un factor muy importante como lo es el embarazo en las adolescentes. El embarazo precoz es un problema en la adolescencia. Generalmente los jóvenes no tienen la suficiente información sobre métodos anticonceptivos y sexualidad. La ONG⁹ Plan Internacional, en su estudio de 2015, determinó que el 85% de adolescentes entre 10 y 17 años han tenido por lo menos un embarazo. Mientras que 3 de cada 10 adolescentes tienen un enamorado, de ellos, el 21% ha sufrido de maltrato físico o psicológico. (El Telegrafo, 2016, pág. 7). Como vemos este es un tema que forma parte fundamental en cuanto a la apertura de fuentes laborales, planteándolo como solución, debido a que el problema es el incremento de la población y por ende la pobreza y el desempleo.

Implementar un sistema efectivo para lograr alcanzar los máximos beneficios de los habitantes del país es muy importante y es una metodología inteligente para poder alcanzar la estabilidad de la economía del país, específicamente en la sección del desempleo actual y la participación en el mercado internacional, El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), cumpliendo con su calendario estadístico, publicó el décimo primer día hábil de octubre el reporte de indicadores laborales de septiembre del 2016.

Según El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016)

La última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) registró en septiembre 2016 una tasa de desempleo del 5,2% a nivel nacional. En lo que va del año 2016, la tasa de desempleo se mantiene estadísticamente estable. Desagregado por áreas, la tasa de desempleo urbano se ubicó en 6,7% y en el área rural en 2,3% en septiembre del 2016. Por su parte, la tasa global de participación laboral se ubicó en 69,2%; cifra que refleja una mayor oferta laboral o que existen más personas ingresando al mercado de trabajo. Existe el conocimiento de que en otros países como en México existe una normativa en donde especifica que un menor de edad está en capacidad para formar parte de una empresa y estar incluido en los procesos que otorgan beneficios a los menores de edad, pero esto tiene una condición, un adolescente puede formar parte en el proceso de selección y reclutamiento de personal, siempre y cuando tenga un tutor o exista una persona que se responsabilice por las acciones del o la joven, pero ¿Que sucede con las personas que no tienen un tutor?, se les dificulta ese proceso debido a que no tienen una persona que se responsabilice por sus actos. Según la SENPLADES¹⁰ señaló que gracias a las inversiones públicas realizadas por el Gobierno del Presidente Rafael Correa, en el último año la pobreza en el país se redujo de 22,91 por ciento a 19,27.

De igual forma, esa entidad indicó que en el primer semestre del presente año el desempleo disminuyó de 6,2 por ciento a 5 y la desigualdad social se redujo en 4,8 por ciento.

El beneficio de la parte económica del país incide en el bienestar de todos sus habitantes en varios puntos como lo es la educación, seguridad y lo principal las fuentes de empleo que se generan, actualmente contamos con un sistema viable para poder formar parte de una empresa comercial o industrial pero a su vez es un proceso un poco complejo que requiere del cumplimiento de un flujo para poder salir beneficiado del mismo, las inversiones y los gastos que se generan en el país cumplen un papel fundamental para la mejora continua, muchas familias salen beneficiadas de este proceso debido al apoyo que se les da y no solo a esto sino a la motivación que se les brinda para poder salir adelante y poder autorrealizarse mejorando su situación económica y teniendo esperanza en el progreso.

⁹ ONG – Organización no Gubernamental.

¹⁰ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

Una parte muy importante también es saber que toda persona tiene el derecho a la educación y al hablar de un joven de 14 años, damos a notar que hablamos de una persona que no ha terminado su educación secundaria en muchos de los casos, pues bien el proceso es similar al de una persona que posee estudios superiores, ya depende del grado de estudio que tenga la persona para poder ser aceptada en un puesto de trabajo, lo que se establece en esta propuesta es que las industrias que requieran de mano de obra tengan en mente a los adolescentes para poder formar parte de dicha empresa o industria, conociendo que los beneficios son fundamentales para dichos jóvenes y de no ser cumplidos y querer explotar laboralmente a dicho adolescente será sancionado.

La satisfacción por parte de los jóvenes del país y todos aquellos padres y madres de familia que saldrán beneficiadas con la implementación de este sistema va a incidir en la economía del país, las personas funcionamos por medio de la motivación y los incentivos, brindarles la oportunidad de tener empleo a los jóvenes es obviamente un factor positivo para la economía del país.

Conclusiones

Se deben respetar los derechos de los ciudadanos, y aún más cuando hablamos de menores de edad, claro está que existen entidades de control que intervienen como medio de prevención, hablando de la niñez y la adolescencia, Ecuador es un país que tiene la capacidad para exportar productos agrícolas de calidad, la mano de obra motivada es lo que incrementa la productividad de una empresa y de un país en general. Al brindarles los beneficios necesarios a los adolescentes no solo hablamos de motivar e incentivar a esas personas, sino también de intervenir en una parte importante del país como lo es la delincuencia, la principal razón por la que la delincuencia aumenta es por la falta de oportunidades laborales.

Los adolescentes se encuentran en una etapa de crecimiento y desarrollo, hoy en día los menores de edad (personas de 15 a 17 años) tienen mayor conocimiento de lo que es importante y de qué manera protegerse ante cualquier situación; y sin embargo son vulnerables al exponerse a riesgos que se presenten ya sea en el ámbito laboral o en sus hogares. Teniendo en cuenta del peligro al que se exponen en un área laboral; muy a pesar de que laboren menos tiempo o de que tengan un límite de peso de carga y descarga; es cuando más necesitan contar con los beneficios correspondientes, pero sin embargo no los reciben.

La creación de una ley que priorice los beneficios laborales para los adolescentes influirá de manera positiva a la economía del país, incrementará la matriz productiva y la participación en los mercados internacionales, debido a que existe una gran población que no cuenta con un puesto de trabajo pero que tiene la capacidad para poder aportar a la economía del país con esfuerzo físico o intelectual.

Referencias Bibliográficas

- ADAPT & UNAM. (2011). Desempleo y inactividad juvenil: causas, consecuencias, respuestas. *Conferencia de ADAPT & UNAM*, (pág. 2). México.
- Aguirre, G. (17 de Julio de 2013). *Derecho Ecuador*. Obtenido de <http://www.derechoecuador.com/>
- ANDES. (26 de Marzo de 2015). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/>
- Blasco, & Pérez. (2007). *Enfoque cualitativo*. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html
- Briceño, L., & Pinzón, Á. (2004). Efectos del Trabajo Infantil en la Salud del Menor Trabajador. *Scielo*, 2.

Ecuador Inmediato. (2 de Agosto de 2011). Obtenido de <http://ecuadorinmediato.com/>
El Telegrafo. (30 de 4 de 2016). *Embarazo en la adolescencia*, pág. 10.
El Telégrafo. (17 de Octubre de 2016). Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/>
El Universo. (11 de Junio de 2011). Obtenido de <http://www.eluniverso.com/>
González, C., Casique, L., Hernández, E., & Mena, S. (2014). La paternidad adolescente, reflexiones, experiencias y la intervención de enfermería. *TLATEMOANI*, 29.
Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (17 de Octubre de 2016). *Mercado Laboral*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
La Hora. (9 de Agosto de 2010). Obtenido de <http://lahora.com.ec/>
Ministerio de Empleo y Seguridad Social de España. (2013). Obtenido de <http://www.empleo.gob.es/>
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (24 de Enero de 2017). Obtenido de <http://www.ec.undp.org/>

**Plan Estratégico orientado al servicio Post-venta caso:
Claro agencia Norte, Guayaquil**

Ing. CPA. Alfredo Yagual Velástegui, MAE

Ing. Antonio Bazurto Quiroz, MAE.

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

El desarrollo del presente trabajo de investigación, es el diseño de un plan estratégico orientado al servicio post-venta caso: Claro agencia Norte; actualmente el servicio post-venta en la agencia carece de herramientas que permiten mejorar cifras que son evaluadas por la empresa. Este contenido está desarrollado en tres capítulos que muestran la importancia de su viabilidad. En el capítulo uno se explica la introducción y la importancia de mantener y superar una excelente atención post-venta hacia el usuario, identificando factores en los cuales, se puede mejorar el servicio y enfatizando la relación entre la empresa y sus clientes. En el segundo capítulo es el tipo de metodología, definiendo métodos e instrumentos que se utilizará para el trabajo de campo. El tercer capítulo es el resultado obtenido del “Diseño de un plan estratégico orientado al servicio post-venta caso: Claro agencia Norte”, información de calificaciones de los usuarios específicamente sobre el servicio postventa y análisis comparativo de los resultados obtenidos. Recomendación e implementación de directrices como puntos estratégicos

Palabras Clave: Postventa, Planificación Estratégica, telefonía móvil

Abstract

The development of this research work is the design of a strategic plan oriented to the after-sales service case: Claro Agencia Norte; Currently the after-sales service in the agency lacks tools that allow improving numbers that are evaluated by the company. This content is developed in three chapters that show the importance of its viability. Chapter one explains the introduction and importance of maintaining and overcoming excellent after-sales service to the user, identifying factors in which the service can be improved and emphasizing the relationship between the company and its customers. In the second chapter is the type of methodology, defining methods and instruments will be used for field work. The third chapter is the result obtained from the "Design of a strategic plan oriented to the after-sales service case: Claro Norte agency", information about the qualifications of the users, specifically about the after-sales service and comparative analysis of the obtained results. Recommendation and implementation of guidelines as strategic points

Keywords: Aftersales, Strategic Planning, mobile telephony

Introducción

Desde un principio, los seres humanos aprendieron a unirse a otros y conformar las primeras sociedades primitivas, que tenían como principal finalidad la obtención de mayores recursos, de los que podían obtener por sí solos; es así que las ventas son el primer paso para que se genere aquel entorno que permite la circulación, intercambio y flujo de dinero en una sociedad. Una de las principales premisas en la actividad comercial es lograr la mayor cantidad de ventas posibles. Es muy importante enfatizar que el éxito de una empresa se refleja en una impecable atención al cliente junto con una transparente comunicación, (Serrano, 2012) indicó que para la empresa la comunicación es uno de los pilares de sustento, pues tiene que comunicarse con clientes, proveedores, organismos oficiales y para ello es necesario que exista una buena comunicación entre las personas que trabajan en la organización. Además, se utiliza políticas de marketing-mix y de ellas depende las decisiones y las acciones que tome la empresa para alcanzar sus objetivos. De tal manera todo lo que se puede aportar dentro del servicio junto con la comunicación fideliza al comprador y aumenta la confianza en la empresa; es por esto que se requiere de personal adecuado para atender y conservar una atinada relación con el cliente. Claro cuenta con más de 5.500 puntos de venta, más de 80 Centros de Atención a Clientes y canales de atención 24/7 que entablando una cultura de servicio y un constante buen trato en atención al cliente; Claro ofrece al usuario una cálida experiencia al momento de comunicarse convirtiéndolo en huésped para así apostar una nueva era en el servicio post-venta. Por otro lado (Gómez & others, 2010) manifestó que. Los clientes reconocen que conservar una agencia por largos años puede conllevar a una pérdida de creatividad a nivel de ideas. Pero para algunos, eso es preferible a enfrentarse a muchas rupturas y cambios, y a los riesgos ligados al hecho de trabajar con una nueva agencia. Así, el objetivo de este artículo es analizar el mejor diseño de un plan estratégico orientado al servicio post-venta caso: Claro agencia Norte.

Entorno del servicio de telefonía móvil en Ecuador

En la actualidad el servicio al cliente se convierte en una pieza valiosa en las diversas estrategias de la empresa; esto con el fin de disminuir la sensibilidad¹ de los consumidores en la atención recibida, debido al grado de rivalidad que exista en todo tipo de industria. (Amaya, 2005) Señala que “para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresiva, promociones y entrada de nuevos productos”.

Cultura organizacional.

La cultura organizacional nace de un conjunto de hábitos, valores, políticas y lineamientos que es parte fundamental en una empresa. “La cultura organizacional no es algo palpable. Solo puede observarse en razón a sus efectos y consecuencias” (Chiavenato, 2009 p123). Claro denomina a la cultura organizacional como una filosofía de servicio consiste en fidelizar a cada cliente y convertirlo en único, creando una relación de lealtad y hospitalidad; dentro de su misión tiene una enorme responsabilidad ya que la evolución de la tecnología crece de manera constante y se cerciora que ninguno de sus clientes quede fuera de este acceso a la más avanzada tecnología.

Atención al cliente vs Servicio al cliente.

Conceptualizando la atención al cliente (Torres, 2010 p6) añadió que

“La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe”.

Por otro lado, una definición que se puede destacar en servicio al cliente según su autor es “Todas las actividades que ligan a la empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente” (Couso, 2005 p1).

Post-venta

“No encontramos en la época dorada de los servicios y, según dicen, cualquier empresa que pretenda sobrevivir y prosperar debería convertirse en una empresa de servicios.”(Cohen, Agrawal, & Agrawal, 2006). El mensaje que presenta el artículo muestra una realidad. A nivel mundial toda empresa sin importar el tipo de sector debe exigir una importante y valiosa atención post-venta, Claro determina pautas que permiten a todos sus colaboradores conocer cuál es el camino que debe de seguir para lograr la excelencia en el servicio.

Políticas de calidad.

Claro tiene un propósito moral en el mundo de las telecomunicaciones que aporta positivamente a la sociedad, es por esto que se puede enfatizar que la calidad de servicio en la atención al público es evaluada profundamente a los colaboradores con el fin de evidenciar una técnica adecuada en el trato con el cliente.

Planificación estratégica.

Un esquema estratégico implementa toda organización que se encuentra muy bien estructurada, esto agrega un importante valor al camino del éxito.

(Reyes, 2012) afirmó que: “Lo trascendental en la aplicación de la Planeación Estratégica no son los planes únicamente; si no también lo es el Desarrollo del pensamiento estratégico de los directores de una organización”. Conecel S.A. marca su estrategia desde el nombre comercial CLARO; en el cual busca la excelencia en el servicio, reconociendo a sus usuarios como la operadora líder en Ecuador. (Sallenave, 2004) definió que “Estrategia de empresa, en el sentido más amplio, significa el conjunto de relaciones entre el medio ambiente interno y el medio externo de la empresa”

Indicadores.

En Claro se estableció indicadores que miden la calidad de la atención y que se evalúan constantemente con el fin de siempre mejorar; en este marco, ”Se consideraban los indicadores de calidad como instrumentos de evaluación de la gestión de las compañías en función del impacto de sus productos y servicios” (Rincón, 2012).

Claro, entabla una relación de confianza con sus colaboradores y los usuarios quienes son los que permiten que la empresa tenga mayor afluencia en el mercado; para esto, más que una estrategia el servicio post-venta se convierte en un indicador de responsabilidad hacia el cliente brindando hospitalidad y teniendo como resultado satisfacer al cliente y si es posible lograr una esporádica relación de lealtad a la empresa, que de preferencia el usuario elige.

Una venta nunca concluye, porque la finalidad es mantener siempre al cliente completamente satisfecho. (Rincón, 2012) añadió que:” En la medida en la que la satisfacción al cliente sea una prioridad para la empresa, así lo comunicará a su personal y enlazará a las estrategias con los indicadores de gestión, de manera que el personal se dirija en dicho sentido y sean logrados los resultados deseados”.

A continuación, se puede mostrar los siguientes indicadores:

Tabla 3
Indicadores de Medición

Indicadores de medición	
Nivel de servicio	Cantidad de clientes atendidos dentro de los tiempos de espera fijados para cada canal sobre a la cantidad de clientes atendidos.
Tiempo de espera	Tiempo que un cliente debe esperar antes de ser atendido en un canal.
Tiempo de atención	Tiempo que tarda la atención de un cliente al interactuar con un asesor.
Porcentaje de retención	Cantidad de clientes que se acercaron con el deseo de renunciar y en los que logramos que el cliente desista sobre el total de posibles renunciadas.
Porcentaje de quejas y reclamos	Total, de quejas y reclamos en relación al número de abonados.
Soluciones en el primer contacto	Número de requerimientos resueltos en el primer contacto / número de clientes atendidos.
Satisfacción de servicio de contac center y centros de atención personalizada	Calificación que da el cliente al servicio recibido y se mide mediante encuestas realizadas por la compañía y por empresas especializadas.
Derivación	Transacciones atendidas en autoservicios sobre las transacciones procesadas en barra y autoservicios.
Churn	Es la deserción de clientes del mes sobre el número de clientes del mes anterior.

Tomado de: Portal claro

Herramientas Servicio al cliente para colaboradores Claro.

Las herramientas que Claro implementa para un servicio de excelencia con sus colaboradores garantiza que cuenten instrumentos necesarios para mantenerse informados, capacitados y motivados, para esto se puede mencionar las siguientes actividades.

Control

El seguimiento y evaluación son parte importante en el proceso de una planificación, por esto se pudo mencionar indicadores y herramientas que tienen una pieza fundamental en el proceso de control. Existen diferentes tipos de control, de manera

general se puede describir según (Anthony, Govindarajan, i Jaime, & Gómez, 2003) “Una organización también debe ser controlada, esto es, deben establecerse indicaciones para asegurarse de que se consiguen los propósitos estratégicos. Sin embargo, controlar una organización es mucho más complicado que controlar un coche”

Metodología

Según (Arias, 2012) conceptualizó que:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (pág. 24)

Acotando al texto se puede definir a la investigación descriptiva cuyo método particular se caracteriza por la observación y busca lo específico con herramientas que ayudan a recolectar información necesaria. Está basada de forma descriptiva debido al estudio de campo conciso que se realizará en agencia de Norte lo que permitirá levantar precisamente lo que el cliente siente al momento de vivir una experiencia con el servicio dentro de la operadora. Se adjunta Anexo No.1 Instrumentos de encuestas y, determinación de población y muestra

Resultados

Se procedió a realizar la aplicación de 216 encuestas a los clientes que se acercaron a la Agencia Claro en Norte de Guayaquil.

Análisis de Resultados de Encuestas.

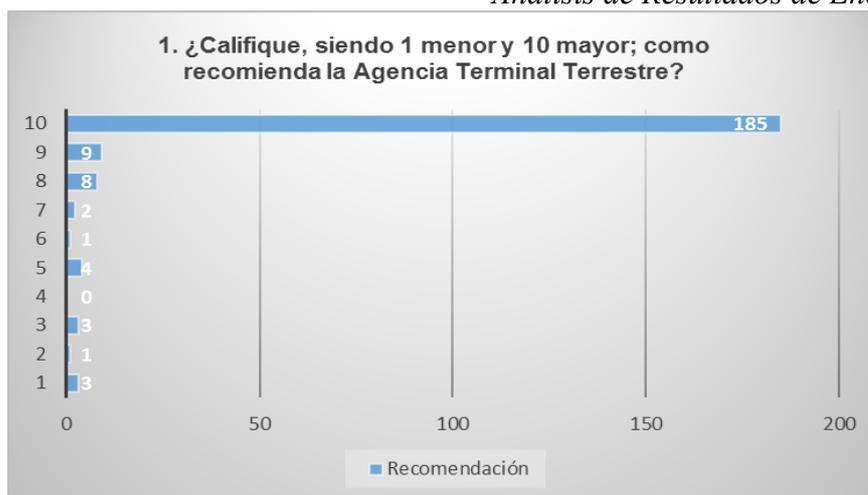


Figura 1. Recomendaciones Agencia Norte

Tabla 5

Calificación y recomendación Agencia Norte

CALIFICACIÓN	RECOMENDACIÓN	%
1	3	1,39%
2	1	0,46%
3	3	1,39%
4	0	0,00%
5	4	1,85%
6	1	0,46%
7	2	0,93%
8	8	3,70%
9	9	4,17%
10	185	85,65%
TOTAL	216	100,00%

Interpretación

Los datos de la tabla 5 muestra un total de 216 usuarios encuestados, 85,65% corresponde a 185 personas que recomiendan la agencia Norte como punto de atención en servicios post-venta. Se cree que la imagen del establecimiento influye mucho ya que se encuentra con variedad en teléfonos exhibidos, promotores de marcas en teléfonos quienes aportan con la configuración de equipos y el anfitrión tiene un papel importante : se encarga de asignar correctamente los turnos y direcciona al cliente para poder ser atendido en los módulos.

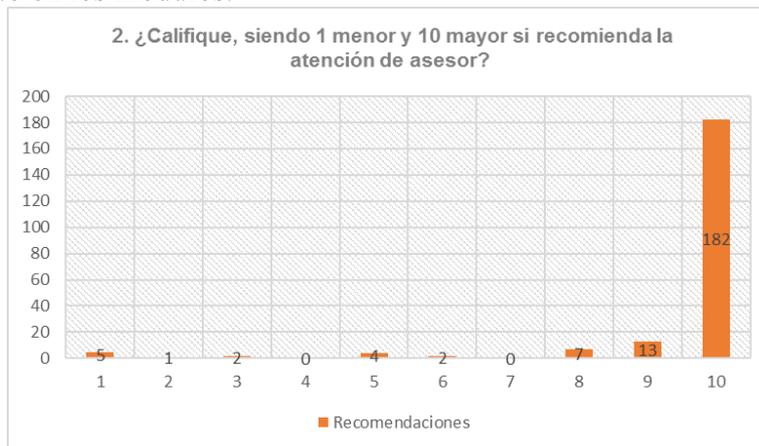


Figura 2. Recomendaciones de Asesor

Tabla 6
Calificación y recomendaciones de Usuarios

Calificación	Recomendaciones	%
1	5	2,31%
2	1	0,46%
3	2	0,93%
4	0	0,00%
5	4	1,85%
6	2	0,93%
7	0	0,00%
8	7	3,24%
9	13	6,02%
10	182	84,26%
Total	216	100,00%

Interpretación

Según los datos de la tabla 6 la persuasión de los 216 usuarios encuestados indica el 84,26% que corresponde a 182 usuarios recomendaría al asesor por el cual fue atendido. Se puede inferir que la atención brindada a los usuarios se mide en tiempos de atención, en solucionar desde el primer requerimiento y evitar que el cliente regrese por el mismo motivo y brindando solución inmediata.

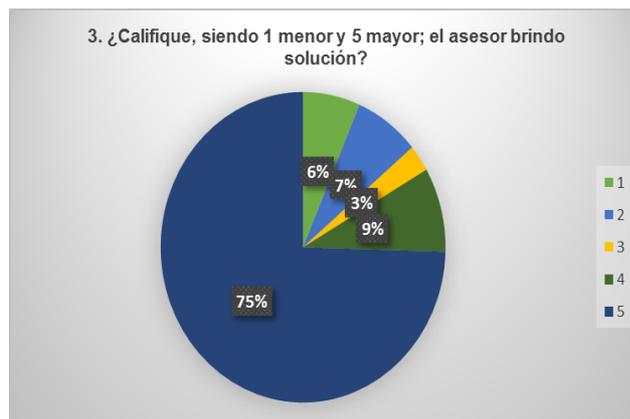


Figura 3. Solución de Asesor.

Tabla 7
Calificación y solución usuarios

Calificación	Solución	%
1	14	6,48%
2	16	7,41%
3	6	2,78%
4	19	8,80%
5	161	74,54%
Total	216	100,00%

Interpretación

Según la tabla 7 el 74,54% de los encuestados que corresponde a 161 usuarios confirma que mantuvo una solución al momento de requerir el servicio por parte de su operador mientras que; un 6,48% que corresponde a 14 usuarios tuvieron una no solución de la cual se encuentra en pendiente de pronta respuesta, en tramites especialmente canalizados en el área de sistema por ejemplo un error al cambio de ciclo de su facturación, área de crédito por ejemplo una aprobación al cambiar la forma de pago, área de operaciones por ejemplo al cambiar la tarifa básica del plan; estos fueron casos puntuales que al momento de encuestar los clientes enfatizaron.



Figura 4. Visitas de Usuarios en Agencia Norte

Tabla 8
Número de visitas de los usuarios

Nº visitas	Personas	%
1	148	68,52%
2	55	25,46%
3	13	6,02%
Total	216	100,00%

Interpretación

En relación a la pregunta anterior; según la tabla 8 el 68,52% pertenece a los 148 usuarios que visitan una sola vez la agencia y contrasta con el 6,02% que pertenece a 13 usuarios que visito la agencia por tercera ocasión, y se puede mostrar eficiencia en la gestión de servicios y atención personalizada, clientes mencionan que es incómodo visitar reiteradas veces una agencia ya que la mayoría de usuarios que visita Norte pertenece a provincias y muchos desconocen de diferentes herramientas para visualizar facturas, cambio de planes, etc.

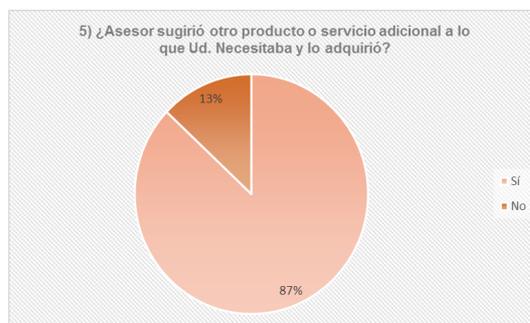


Figura 5. Oferta Comercial

Tabla 9

Sugerencia de otro producto

<i>Respuesta</i>	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
<i>Sí</i>	188	87,04%
<i>No</i>	28	12,96%
Total	216	100,00%

Interpretación

Según la tabla 9; sugerencia de otro producto al cual el usuario no tenía como motivo de visita el 87,04% que corresponde a 188 personas indicó que si tuvo una oferta adicional y con una 12,96% que corresponde a 28 usuarios no tuvieron una oferta comercial oportuna.

Cabe recalcar que dentro de la oferta comercial los productos ofertados fueron:

- Tablet
- Dth (antena satelital)
- Plan con equipo
- Actualizar Diseño de plan
- Solo plan
- Teléfonos financiados

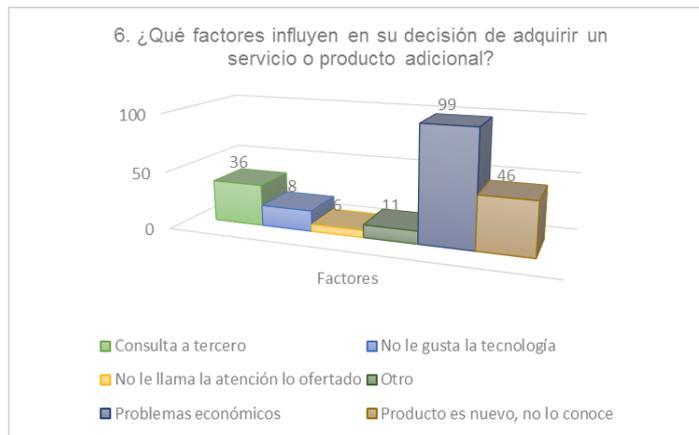


Figura 6. Factores que influyen en adquirir una Oferta Comercial.

Tabla 10

Factores	Cantidad	%
No le llama la atención lo ofertado	6	2,78%
Otro	11	5,09%
No le gusta la tecnología	18	8,33%
Consulta a tercero	36	16,67%
Producto es nuevo, no lo conoce	46	21,30%
Problemas económicos	99	45,83%
Total	216	100,00%

Interpretación

Según tabla 10 con respecto a los factores que influyen en la compra de otro producto el 45,83% que corresponde a 99 usuarios encuestados considera que por problemas económicos existe la falta del acceder hacia una nueva propuesta, sin embargo se puede concluir que en cuestiones económicas la oferta comercial de cambiar o actualizar planes ayuda a que el cliente economice y tenga el diseño de plan con una sola tarifa desactivando servicios adicionales sobre todo cultivando una mejor opción de comunicación con las redes sociales que hoy en día se convierte en un gasto necesarios; el 16,67% que corresponde a 36 usuarios encuestados indican que su factor es consultar a terceros para tomar la decisión de la compra de un nuevo servicio; esto de se debe a que muchos visitan la agencia para consultar líneas que en las cuales el usuario figura como titular y es utilizado por una tercera persona, el 2,78% que corresponde a 6 usuarios encuestados no les llama la atención la oferta que se brinda debido a que acuden al centro de atención al cliente para transacciones específicas como por ejemplo: devolución de valores debitados en la cuenta de ahorros ya que usuario cancelo en ventanilla; o su vez retirar equipo ingresado en servicio técnico. Como tuvieron antecedente un malestar ocasionado por factores que no se encuentran sujetos a una previa asesoría el usuario no se muestra interesado en ofertas futuras.

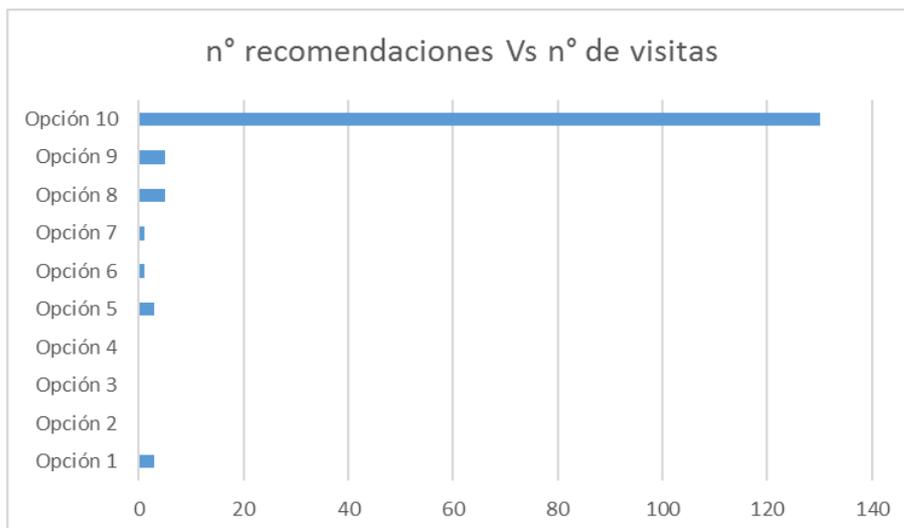


Figura 7. Relación entre las recomendaciones y visitas que tuvieron los usuarios en la Agencia; pregunta 4 y 1.

Según la figura se concluye que los clientes que recomendaron con una calificación de 10, visitaron solo 1 vez la agencia y se puede interpretar de forma negativa ya que se entendería que el cliente no tendría oportunidad de un servicio post-venta. Pero este resultado para la agencia es de manera positiva ya que se brinda soluciones desde la primera visita, a su vez desde su única visita existe la oportunidad de solucionar y ofrecer un servicio post venta como así lo mencionaron sus colaboradores.



Figura 8. Relación entre solución del asesor y oferta de productos; pregunta 3 y 5

Tabla 11

Sí	No
142	19
66%	9%

Según la tabla 11 el 66% de los usuarios que tuvieron una solución por parte del asesor; recibieron una oferta comercial, el cual se puede concluir que, una solución conlleva una nueva oportunidad de post-venta esto refiere a un servicio adicional o acomodando todos los productos vigentes con las necesidades del cliente vs a lo que el cliente desee pagar. Un claro ejemplo que se pudo presenciar en la información es cuando el usuario dispone de 3 planes personales y necesita un dispositivo Tablet no necesariamente habría que activar un cuarto plan; el servicio post-venta permite que uno de los 3 planes se conviertan en una renovación de producto cambiándolo de personal a

plan de Tablet, esto ayuda al cliente a mantenerse tanto en planes como en facturación, de acuerdo al tipo de dispositivo a elegir podría incrementar un porcentaje mínimo en la factura.

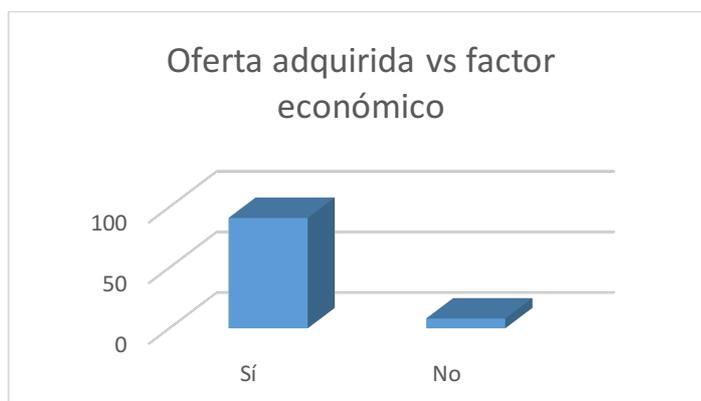


Figura 9. Relación entre factor económico y oferta comercial aceptada, pregunta 6 y 5

Tabla 12

Sí	No
91	8
92%	8%

Son 99 usuarios los que indicaron que el factor que influye en la decisión de adquirir un producto o servicio adicional fue el factor económico; sin embargo, en la tabla se puede visualizar que de los 99 usuarios el 92% aceptó el cambio de lo ofertado por el asesor, como ya se había mencionado lo ofertado va de la mano con modificar los beneficios que el cliente obtuvo en cierto momento brindado 3 veces más de lo que mantenía, ejemplo: Un plan de tarifa básica \$10,00 más IVA y 100 megabytes contratados de forma individual por el valor de \$3,00 más IVA con cargo a la factura, suman \$14,56 incluido impuestos., esto se convertía en un cambio por una sola tarifa de \$12 más IVA y con nuevos beneficios de minutos megas y redes sociales ilimitadas. El cambio anima al usuario que a pesar de los problemas económicos decide realizar el cambio recibiendo mucho más y pagando literalmente la misma cantidad.

Discusión
Diseño -5 ejes / directrices

Directrices Estratégicas	Líneas Estratégicas
Número de Visitas	El 68,52% visitó por 1 sola ocasión la agencia Norte por lo que se cree que obtuvo un puntaje ideal para la cantidad de requerimientos que se pudo visualizar en el estudio realizado; los usuarios acotan que recomiendan la agencia por su estructura, adicional por la atención impartida desde los colaboradores, existen indicadores como tiempo de atención en cada transacción y turno asignado es por esto que los asesores realizan un ágil trato con el usuario al momento de ser atendido.
Soluciones Oportunas	161 personas que visitaron la agencia recibieron solución inmediata, mientras que 6,48% no obtuvieron una solución y tiene relación al número de visitas; ya que tuvieron que acudir nuevamente para una respuesta de que depende mucho de otros departamentos como operaciones, crédito, sistemas; por lo tanto, el asesor tiene que darle seguimiento de manera personalizada a este tipo de requerimientos bajo trámites internos.
Identificar al Cliente	Se cree que el estudio de campo logró identificar al usuario que depende mucho de un factor tanto económico; como consultar a un tercero para decidir una nueva oferta comercial. La herramienta informática Axis permite visualizar el historial del cliente, como: pronto pago, atrasos en sus planillas, servicios adicionales innecesarios etc. Es por esto que el asesor puede interferir en un mal historial, se quiere decir: algún gasto que el cliente desconoce, y ayuda a que el usuario tome decisiones en el momento
Oferta Comercial	Una vez identificado el usuario se puede ofrecer un servicio post venta, o porque no una venta nueva, todo esto se realiza después de conocer el perfil del cliente, existen muchas propuesta que hacen que el cliente tome la decisión aún por estar pasando por problemas económicos, recordándole que en la actualidad es una necesidad estar comunicados e implementar redes sociales en los diseños de planes, sobre todo se pudo visualizar la renovación de planes, muchos de ellos solo optaron por un cambio de plan ya que no podían acceder a equipos móviles por la falta de cuenta de ahorros para que el asesor pueda realizar el financiamiento.
Fidelización	El usuario con una solución a la primera visita, brindando un cambio en su diseño de plan, o contratando un servicio que le hacía falta, consigue que se sienta identificado con la agencia que a su primera visita tuvo una atención sin igual. Cada cliente en un mundo distinto, y se necesita llenarse de mucho conocimiento en el sistema, el producto, y sobre todo de la atención hacia el cliente, para poder solventar cada tramite por el cual asiste cada usuario.

Figura No. 1 Diseño -5 ejes / directrices

Conclusiones

Al finalizar el presente artículo se concluye que:
En relación con el libro Chaclón, “La atención al cliente y el servicio post-venta” menciona que, para servir adecuadamente a los clientes, hay que demostrar que realmente están dispuestos a ayudar satisfaciendo las necesidades y conseguir resultados positivos. Se pudo evaluar la afluencia de clientes y el crecimiento de transacciones post-venta dentro de la agencia. Se diseñó cinco puntos estratégicos para ser implementados

específicamente en la agencia Norte y se convierta en pieza clave para el incremento de clientes; se mencionan a continuación:

1. Número de visitas
2. Soluciones Oportunas
3. Identificar al cliente
4. Oferta comercial
5. Fidelización

Objetivos Estratégicos

Disminuir visitas Innesarias.

1

Actualmente la agencia terminal terrestre tiene visitas innesarias, se cree que debería de implementarse una difusión de los canales de atención, por medio de volantes dentro de la misma agencia; para que los usuarios conozcan las demás herramientas que mantiene la empresa:

Atención telefónica; atención virtual; autogestión y atención personalizada.

Incrementar Soluciones Inmediatas

2

La afluencia en la agencia tiene un promedio de 500 usuarios en el cual 74,54% tuvo una solución inmediata, se recomienda mantener conexión directa con otras áreas para agilizar trámites internos y reducir tiempos de respuesta. En las áreas como: crédito y cobranzas, operaciones, sistemas; se puede asignar un oficial a cada agencia para así, acudir directamente a la persona que tomaría todos los casos de agencia terminal terrestre, ya que en la actualidad se envía los tramites a un grupal a la espera de que algún oficial reciba los casos ingresados y el tiempo de respuesta disminuya.

Mejora en la Oferta comercial

3- 4

Cada cliente es diferente, al acceder a los sistemas que brindan información de perfil del cliente ayuda a identificar las necesidades por la cual visita la agencia; es decir, se sugiere indagar un poco más para mejorar la oferta comercial, se pudo concluir que la agencia terminal terrestre es visitada por muchos usuarios que desean renovar equipo y plan, al mencionar equipo existe falencias ya que actualmente todo cliente debe de tener un forma de pago registrada como: cuenta de ahorros, cuenta corriente y/o tarjeta de crédito.

Se recomienda analizar y escalar esta iniciativa al departamento encargado para brindar la oportunidad a clientes que se encuentran con forma de pago contra factura la facilidad de otorgar un equipo analizando parámetros de su historial crediticio; cabe recalcar que existen clientes sin

Fidelización

5

Innovar forma parte de la empresa, pero que el cliente sea parte de esta innovación es lo que permite que las nuevas ideas sean exitosas, se sugiere implementar en la agencia para toda transacción post-venta; siempre y cuando se incremente en productividad, exista un ofrecimiento de premios a los usuarios que recomienden el producto a sus familiares o amigos. Por ejemplo:

- Activando claro música, megas adicionales o claro video. Se acreditará una recarga desde \$3 acudiendo con un acompañante que adquiera el mismo beneficio, esto también aplica para líneas nuevas. Esta estrategia está siendo analizada por el jefe de CAC para ser implementada en futuros meses.

Referencias Bibliográficas

- Alcaide, J. C. (2015). *Fidelización de clientes 2ª*. Esic Editorial. Recuperado a partir de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=87K_CQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=servicio+al+cliente&ots=RkVhNtD4Hv&sig=a5AEge198Ei7SuQrF_96C1kyLn4
- Amaya, J. A. (2005). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Universidad Santo Tomas de Aquino. Recuperado a partir de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=8Flzg6f8dOsC&oi=fnd&pg=PA39&dq=planeaci%C3%B3n+estrategica+libro&ots=g5kB_OUHEH&sig=NwXYltdxD1Gu97jg-RjpwZQOP4
- Anthony, R. N., Govindarajan, V., i Jaime, J. V., & Gómez, F. G. (2003). *Sistemas de control de gestión*. McGraw-Hill. Recuperado a partir de <http://sender.udesa.edu.ar/virtual/campusvirtual.udesa.edu.ar/moodledata/repositorio/Cursos/FRIAS.%20Control%20de%20gesti%C3%B3n/Robert,%20A%20%3B%20Govindarajan,%20V.%20Sistemas%20de%20Control%20de%20Gesti%C3%B3n.%20Cap.%201.pdf>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5ta. Edición*. Fidas G. Arias Odón.
- Blanchard, K. H. (2005). *Administración por valores*. Editorial Norma.
- Boubeta, A. I. B. (2007). *Fidelización del cliente*. Ideaspropias Editorial SL. Recuperado a partir de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=8nj-kruWt1gC&oi=fnd&pg=PT9&dq=fidelizacion+de+los+clientes&ots=Qhw-QfJ84J&sig=CLD16bPyR4-SrLqbIcW6oKCpseM>
- Chiavenato, I (2009) Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones. México, DF mcGRAW-HILL
- Cohen, M. A., Agrawal, N., & Agrawal, V. (2006). Ganar en el mercado postventa. *Harvard Deusto Business Review*, (147), 68–79.
- Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Ideaspropias Editorial SL. Recuperado a partir de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=3hovRPM1Di0C&oi=fnd&pg=PT9&dq=valores+en+servicio+al+cliente&ots=PIEs1g0jmQ&sig=eA3CwZf1IJWM0c-32iVvYNe3jFM>
- DEL PINO, S. B. (2008). Población y Muestra. *Revista Digital, Innovación y Experiencias Educativas*, (12). Recuperado a partir de http://www.csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_12/SILVIA_BORREGO_1.pdf
- Estrada, W. (2007). Servicio y atención al cliente. *Perú, Perú: Unidad de Coordinación del Proyecto de Mejoramiento de los Servicios de Justicia*. Recuperado a partir de <http://www.rppnet.com.ar/atencionalcliente.htm>
- Gómez, C., & others. (2010). La relación cliente-agencia: visión de los clientes. *Pensamiento & Gestión*, 28, 25–53.
- Gosso, F. (2010). *Hiper satisfacción del cliente*. Panorama Editorial. Recuperado a partir de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang_es&id=f0th8fk8lgsC&oi=fnd&pg=PA9&dq=%22SATISFACCION+DEL+CLIENTE%22&ots=pzVAPnretn&sig=gK4E4AXPySeZSEJfNoDM8zYMFk0
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard business review*, 84(12), 42–56.
- Reyes, O. (2012). *Planeación estratégica para alta dirección*. Palibrio. Recuperado a partir de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=E-cOc->

iRkY8C&oi=fnd&pg=PR4&dq=%22políticas+de+una+empresa%22&ots=6IDMEFMxKN&sig=rfxIAodR-PcMw7E4ochozo7h4fiU

Rincón, R. D. (2012). Los indicadores de gestión organizacional: una guía para su definición. *Revista Universidad EAFIT*, 34(111), 43–59.

Sallenave, J. P. (2004). *Gerencia y planeación estratégica*. Editorial Norma. Recuperado a partir de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=bqPzq_LvWOQC&oi=fnd&pg=PA1&dq=planeaci%C3%B3n+estrategica+libro&ots=VBm3xP4U9O&sig=a37BnBmdrLJBxBLE6UifnDDIMDw

Serrano, M. J. E. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Editorial Paraninfo.

Torres, V. C. P. (2010). *Calidad total en la atención al cliente*. Ideaspropias Editorial SL. Recuperado a partir de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=xXdBBinORegC&oi=fnd&pg=PT9&dq=fidelizacion+de+los+clientes&ots=TqNYyTxNj8&sig=sHI59Q8j3MI78He0Ewi8edlskAE>

www.revistavirtualpro.com. (s. f.). La necesidad de la planeación estratégica en las organizaciones industriales modernas. Recuperado 24 de marzo de 2016, a partir de <http://www.revistavirtualpro.com/biblioteca>

La empresa privada en el Ecuador y su competitividad regional

Ing. Gabriel de Jesús Neira vera, MAE¹
Ing. Nick Israel Balseca Villavicencio, Msc²

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

¹ Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración y Dirección de Empresas,

² Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Finanzas

Resumen

La competitividad se constituye en un factor decisivo si se quiere alcanzar un crecimiento continuo y mejor calidad de vida de la población, es una reconsideración de un gran conjunto de indicadores, ninguno de los cuales cuenta la historia total, sino que juntos proveen un foco de atención altamente legítimo.

Basados en Sampieri (2014), mediante estudios de alcance explicativo, Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta.

Significa que la competitividad es fundamental para suministrar las condiciones necesarias para el crecimiento y desarrollo empresarial e institucional esto se hace extensivo a las regiones y países, tal como lo afirma Warner, 1999 "los países competitivos son aquellos con una alta capacidad de crecimiento económico en el mediano plazo, teniendo en cuenta su nivel inicial de ingreso

Es fundamental conocer cuál ha sido su comportamiento para poder establecer políticas y estrategias acordes con las exigencias del actual.

Se trata de mirar opciones desde otra perspectiva: las regiones. Es decir, dejar de lado el criterio central y hacer énfasis en los factores regionales, apoyados en integraciones regionales.

Como resultado se observa que la empresa privada por intermedio de las PYMES, permitiendo así resumir que estas continúan siendo los mayores generadores de empleo en el Ecuador, pese a que la competitividad es relativa.

Palabras clave: Competitividad, región, sector privado, desempeño Regional

Abstract

Competitiveness is a decisive factor if we want to achieve a continuous growth and a better quality of life of the population, it is a reconsideration of a large set of indicators, none of which tells the total history, but together provide a focus of highly legitimate attention.

Based on Sampieri (2014), through studies of explanatory scope, as the name implies, his interest is focused on explaining why a phenomenon occurs and under what conditions it manifests.

It means that competitiveness is essential to provide the necessary conditions for business and institutional growth and development. This is extended to regions and countries, as Warner, 1999 states. "Competitive countries are those with a high capacity for economic growth in medium term, considering your initial level of income

It is essential to know what their behavior has been to establish policies and strategies in accordance with the demands of the current one.

It is about looking at options from another perspective: the regions. That is, leaving aside the central criterion and emphasizing regional factors, supported by regional integrations.

As a result, it is observed that the private company through the SMEs, allowing to summarize that these continue to be the largest generators of employment in Ecuador, despite the fact that competitiveness is relative.

Key words: Competitiveness, region, private sector, regional performance

Introducción

Las regiones del país que mejor utilicen recursos propios serán capaces de generar economías de escala, generándose competencia entre las regiones para crear las condiciones necesarias y así lograr un mejor nivel de desarrollo.

En consecuencia, las regiones con mayor acervo de capital y tecnología tendrán mayor potencial para lograr avances importantes en competitividad.

Ecuador está situado al noroeste de América del Sur, la línea Ecuatorial lo atraviesa y lo divide por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios (norte y sur).

El Ecuador se divide en cuatro regiones naturales: las planicies occidentales (Costa o Litoral), la zona altoandina (Sierra), la región amazónica (Oriente) y el Archipiélago de Colón o Galápagos, en el Océano Pacífico.

La Costa tiene entre 100 y 200 km de ancho y comprende la franja litoral y las tierras bajas en la base occidental de los Andes; las planicies de esta región contienen las mejores tierras de cultivo y producen la mayoría de las exportaciones agrícolas.

La Sierra también comprende una zona entre 100 y 200 km de ancho, a lo largo de la cordillera de Los Andes; la actividad volcánica ha dado origen a suelos fértiles, especialmente en los valles, donde se han asentado importantes poblaciones humanas desde épocas precolombinas.

El Oriente está inmerso en el sector occidental de la cuenca amazónica y se encuentra atravesado por numerosos ríos que se originan en dicha cordillera; esta zona es una de las más húmedas de la Amazonia y posee una enorme riqueza biológica, así como una amplia diversidad cultural.

Finalmente, el Archipiélago de Galápagos está ubicado a una distancia aproximada de 1 000 km del continente, y está constituido por 13 islas mayores, seis menores y 42 islotes de origen volcánico. ECUADOR informe nacional 6 El clima del Ecuador varía en relación con la topografía de cada zona y a la temperatura de las corrientes marinas adyacentes. (ECUAPRODUCE TRADE, 2016)

Metodología

Para el presente trabajo, según Sampieri (2014), se emplea la metodología de los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables, siendo para interés nuestro la condición de la competitividad.

Marco teórico

Conforme lo describe Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996)., para alcanzar la capacidad de gestión necesaria a nivel meta se requieren los siguientes elementos: consenso acerca del modelo de "orientación de mercado, y de mercado mundial", coincidencia en el rumbo concreto de las transformaciones y concordancia respecto a la necesidad de imponer los intereses del futuro a los bien organizados intereses del presente.

Para Idalberto Chiavenato, autor del libro "Iniciación a la Organización y Técnica Comercial", la empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de

recursos para alcanzar determinados objetivos". Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa "es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.

Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto", la empresa se la puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado".

Para Lair Ribeiro, autor del libro "Generar Beneficios", una empresa es "solo una conversación, un diálogo que existe y se perpetúa a través del lenguaje usado por quienes la componen" [3]. Este concepto se apoya en la afirmación de Rafael Echeverría, autor del libro "Ontología del Lenguaje", donde menciona que las organizaciones son fenómenos lingüísticos "unidades construidas a partir de conversaciones específicas que están basadas en la capacidad de los seres humanos para efectuar compromisos mutuos cuando se comunican entre sí. (Por tanto), una empresa es una red estable de conversaciones. Si se quiere comprender una empresa, se debe examinar las conversaciones que la constituyeron en el pasado y las que la constituyen en la actualidad".

En ese sentido, según Lair Ribeiro, si una empresa "cambia de localización, de producto o de personal sin cambiar de conversación, la misma empresa subsiste. La empresa solo cambiará cuando cambie su estructura conversacional. ¡El lenguaje crea la realidad!

Resultados obtenidos

La empresa privada - Ecuador

Una empresa privada es una empresa comercial que es propiedad de inversores privados, no gubernamentales, accionistas o propietarios (generalmente en conjunto, pero puede ser propiedad de una sola persona), y está en contraste con las instituciones estatales, como empresas públicas y organismos gubernamentales.

Las empresas privadas constituyen el sector privado de la economía. Un sistema económico que:

1) Contiene un gran sector privado donde las empresas de gestión privada son la columna vertebral de la economía, y 2) el superávit comercial es controlado por los propietarios, que se conoce como el capitalismo. Esto contrasta con el socialismo, donde la industria es de propiedad del Estado o por toda la comunidad en común". (Empresa privada, 2012)

''Es la empresa privada la que genera crecimiento económico y empleo adicionales cuando se vive en confianza y en un ambiente de negocios apropiado y de competitividad. Es la confianza y un buen ambiente lo que genera que los agentes económicos asuman riesgos y generen nuevas fuentes de trabajo.

El Estado debe cuidar que las políticas públicas sean propicias a crear ese ambiente y la competitividad país. Una gran estrategia nacional que interprete el camino de la globalidad y nuestra inserción en ella positivamente es de necesidad imperiosa.

Se debe construir un país deseable para trabajar, para invertir en él, para crecer y vivir con equidad, seguridad y prosperidad.

Por ello, podemos afirmar que no hay problema insoluble. Hay que trabajar y buscar las soluciones. Muchas son simples y están al alcance de la mano. Otras son complejas y laboriosas.

Quienes van a solucionar los problemas deben ostentar capacidad, liderazgo, honestidad y confianza social. Hay muchas personas con estas virtudes en el Ecuador, hay que llamarlas a participar en este esfuerzo por la patria". (Cartas de lectores, 2018)

Sector Privado

El comportamiento de la inversión privada en Ecuador ha sido positivo con un aumento de un 2,6% en términos interanuales. Así lo devela el último análisis económico desarrollado por el Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG).

"El sector privado continúa invirtiendo a pesar de la coyuntura negativa, mostrando una buena perspectiva en los negocios a pesar de la retórica victimista de buena parte de los voceros de este gremio", señala el documento.

En 2015, el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad comunicó que entre enero y julio se suscribieron 29 contratos de inversión que según sectores se dividieron así: fabricación de cemento, 230 millones de dólares y 90 plazas de empleo directo y que representa el 30,7% del total; metalmecánica, 181,2 millones de dólares, 1.740 empleos y equivalente al 24,2%; turismo, 129,2 millones, 683 plazas de trabajo (17,3%); petroquímica, 88,8 millones y 214 empleos; alimentos frescos, 62,5 millones y 479 plazas de trabajo (8,3%) y energía renovable, 57,2 millones de dólares y 18 empleos (7,6%).

De acuerdo con el informe de CELAG, en términos interanuales el aumento de la inversión privada superó al sector de la 'Construcción' que cayó con -21,2%, al de 'Explotación de Minas y Canteras' con -8,6%, por una mayor inversión en el 'Agro' de 17,8% y en la 'Industria Manufacturera' con 14,6.

No obstante, aunque al sector público enfrentó la menor liquidez durante el 2015 disminuyendo su inversión en un 25,1%, este estudio reconoce que entre el 2007 y 2015, la inversión pública fue el motor de la economía ecuatoriana alcanzando un crecimiento promedio anual del 39%. Por lo tanto, el informe sugiere que este sector mantenga altos niveles de inversión para regresar al crecimiento de las cifras económicas (*Economía, 2016*).

La Competitividad y las Regiones

Ante la necesidad de encontrar alternativas y soluciones a las problemáticas de un país, las regiones, por las aglomeraciones urbanas de diverso tipo, se han constituido en las fuentes para impulsar el crecimiento económico local y lograr el resurgir de movimientos regionales que reclaman mayor autonomía política.

Se hace imprescindible determinar la real capacidad de las distintas regiones de un país con el fin de establecer proyectos que de alguna manera beneficien a los diferentes estamentos de la región.

Para ello se requiere consenso para la construcción de visiones y estrategias orientadas a lograr el desarrollo.

El cambio del análisis macroeconómico del país a un análisis macro de las regiones implica ajustes que faciliten el análisis microeconómico, que considere los recursos por sectores de las distintas entidades inmersas en la responsabilidad de lograr la competitividad considerando las repercusiones que se puedan presentar al seno de las distintas regiones.

Por lo tanto, si una región quiere ser competitiva, requiere tener a su favor una gestión macro adecuada y, fundamentalmente, un acuerdo político. El desarrollo económico local es la tarea de la hora.

La unidad de la nación se consolida en su diversidad. Las regiones y ciudades deben ser artífices de su porvenir. Se entiende como región a la unidad que resulta de la acumulación e interacción de personas y actividades económicas en un área geográfica (no necesariamente las divisiones administrativas territoriales del estado (*Valle, 2008*))

Factores de competitividad

La identificación de los principales factores de competitividad empresarial está ligada a la complejidad del propio concepto de Competitividad. No obstante, hay un cierto acuerdo sobre algunos factores determinantes en la mejora de la posición competitiva de la empresa, entre lo que cabe destacar la innovación tecnológica, la internacionalización de la financiación, la gestión de los recursos humanos y el desarrollo de prácticas de gestión.

1. Financiamiento

La financiación es considerada por las PYME como uno del obstáculo más importante para su desarrollo. La literatura muestra que la estructura y el coste de la financiación empresarial afecta a la competitividad de las empresas, y las restricciones financieras les impiden llevar a cabo proyectos rentables, disminuyendo su rentabilidad económica y sus posibilidades de crecimiento.

La relación del a financiamiento con el tamaño de la empresa se observa tanto en el acceso a la financiación como en el coste de esta.

Desde que apareció el trabajo de Modigliani y Miller 1958 sentando las bases para el desarrollo de una teoría sobre la estructura del capital de las empresas, han ido surgiendo múltiples teorías que relacionan la financiación de las empresas con el tamaño. En la mayoría de estas teorías hay un elemento común: La información simétrica.

Las asimetrías de la información, sobre todo en el mercado de crédito, condicionan la financiación de la empresa, de una forma más acusa, en el PYME

2. Internacionalización

Se entiende un conjunto amplio de operaciones, no solo de característica comercial, que facilitan el establecimiento de vínculos entre la empresa y los mercados internacionales.

El proceso de globalización actual ha aumentado la competencia en los mercados europeos e internacionales, afectando tanto a las empresas que solo opera en el mercado interior como a aquellas que lo hacen también en el exterior. Este aumento de competencia se ha visto acompañado de una ampliación de actividades de internacionalización de las empresas, aunque las actividades de comercio exterior siguen siendo las más generalizadas.

3. Recurso humano

El factor recurso humano se constituye en un indicador de competitividad fundamental por cuanto relaciona las características poblacionales y de empleo a nivel regional, que a su vez, permiten evaluar la efectividad de las políticas orientadas a beneficiar el recurso humano, apoyándose en el comportamiento de las variables: población, empleo, educación, capacitación y entrenamiento.

Es destacable la capacitación y formación del recurso humano, para evaluar la calificación de la fuerza laboral, debida a que explica en gran medida el grado de desarrollo de los países y de las regiones.

También es buen indicador del nivel empresarial al permitir un mayor grado de productividad laboral y facilita la transferencia y avances de conocimiento que permitan un incremento en los niveles de tecnología.

La formación de recurso humano responde a variables como habilidades y destrezas, educación, experiencias, entre otras.

De lo anterior se deduce la existencia de una relación directa entre el grado de educación de la población, su posición competitiva y el nivel de ingresos.

4. Medio ambiente

Incluye la importancia del establecimiento y adaptación a los incentivos para el uso adecuado del medio ambiente. Considerar la regulación ambiental como elemento clave para lograr un mayor nivel de competitividad regional, por cuanto la tendencia universal es evitar la destrucción de los recursos estableciendo mecanismos para lograr la preservación, sobre todo de recursos, no renovables.

Es notorio que el papel protagónico lo debe realizar el Estado como garante y regulador del medio ambiente. El medio ambiente se ha convertido en un indicador tan importante de competitividad que ha superado las fronteras regionales y del país hasta llegar a convertirse a nivel internacional en un indicador de calidad de vida de las personas.

La conservación también implica desarrollo sostenido a largo plazo, de esta forma el cuidado ambiental no es solo deseable sino necesario para garantizar una senda de crecimiento o de sostenibilidad.

5. Innovación tecnológica

La innovación es unas vías de transformación de la empresa Según Wolfe 1994 atendiendo a la naturaleza de la innovación se distingue.

Innovación tecnológica: que son aquellas que permite obtener procesos de producción productos y servicios tecnológicamente nuevos a mejorados

Innovación administrativa: Afecta a la estructura organizativa y al proceso de gestión de la empresa.

Innovación de productos: Permite introducir producto o servicios nuevos en el mercado.”
(Martín, 2008)

Índice de Competitividad Global 2017-2018 09/2017 Ecuador se queda de año en competitividad por deficiencias económicas e institucionales.

Síntesis: El Foro Económico Mundial elabora anualmente el Índice de Competitividad Global (ICG) en el que clasifica a varios países de todo el mundo. Se trata de un indicador, compuesto de 12 pilares y construido con más de 100 variables, que permite evaluar la capacidad de una economía para competir en los mercados globales.

Recientemente se publicó la versión 2017 en el que Ecuador se ubica en la posición 97 de 137 economías. Es el único país latinoamericano que ha empeorado de forma consecutiva en los últimos 3 años. En este documento exploramos los hallazgos más relevantes del ICG. Las mejoras de Ecuador fueron insostenibles. Las 30 posiciones que el país logró escalar en el ranking entre 2011 y 2013 se desvanecieron en los últimos años durante la crisis económica.

Ecuador cayó de la posición 71 a la 97 entre el 2013 y el 2017, una pérdida de 26 posiciones.

Fue la única economía latinoamericana que empeoró de forma consecutiva en los 3 últimos años.

El entorno macroeconómico del Ecuador se desplomó con los precios del petróleo. Históricamente el entorno macroeconómico de la región ha tenido un desempeño bajo, pero en los últimos años se observa un deterioro mayor debido al fin del súper ciclo materias primas.

Ecuador, Colombia y Bolivia son ejemplos de países que tuvieron desplomes importantes en este indicador.

Chile y Perú, por su lado, han tenido caídas, pero han logrado mantenerse por encima del promedio regional de las buenas épocas.

Ecuador, por debajo del promedio suramericano. A pesar de que el puntaje de Ecuador estuvo por encima del promedio de América del Sur entre 2013 y 2015, a partir del año 2016 hemos tenido un desempeño por debajo de la región.

Ecuador supera a la región únicamente en infraestructura, salud y educación primaria. En estos pilares Ecuador se mantiene por encima del promedio regional.

Ecuador está fuertemente rezagado en desarrollo financiero, tecnología y apertura comercial. En estos pilares Ecuador se mantiene más alejado del promedio regional.

Otros pilares que afectan la competitividad del país son la calidad de instituciones y la ineficiencia en el mercado laboral.

Las altas tarifas arancelarias perjudican la eficiencia comercial. Por el contrario, menores tarifas arancelarias permiten mayor diversidad, mejor calidad y mayor cantidad de bienes.

Por eso los países con mayor eficiencia comercial son los que tienen menores barreras arancelarias. Ecuador tiene un arancel promedio del 11% mientras que el promedio de la región es 8%.

Flexibilidad laboral no implica precariedad. En línea con lo que ha promovido la Cámara de Comercio de Guayaquil, los resultados del Índice de Competitividad muestran cómo la flexibilidad laboral en ningún momento significa precariedad. Antes bien, se asocia con mayor eficiencia en el mercado laboral.

La independencia judicial es tarea pendiente en Ecuador. Dentro del pilar de instituciones Ecuador tiene un desempeño pobre. Solo en el último año descendió 15 posiciones. En el componente de justicia independiente el país se encuentra muy rezagado.

La variable mejor puntuada dentro de este pilar es la confianza en la policía que incluso supera al promedio regional.

Desvío de fondos públicos se identifica como un problema institucional. Dentro del pilar institucional el segundo peor indicador es el desvío de fondos públicos. Esto incide en la eficiencia del servicio público y trae costos ocultos para el sector privado.

Tabla No. 1
Ranking de posiciones globales del Índice de Competitividad Global 2017-2018

	Economía	Posición global
5 mejores	Suiza	1
	Estados Unidos	2
	Singapur	3
	Holanda	4
	Alemania	5
Suramérica	Chile	33
	Colombia	66
	Perú	72
	Uruguay	76
	Brasil	80
	Argentina	92
	Ecuador	97
	Paraguay	112
	Bolivia	121
	Venezuela	127
5 peores	Mauritania	133
	Liberia	134
	Chad	135
	Mozambique	136
	Yemen	137

Fuente: Informe Global de Competitividad 2017 - 2018

Tabla No. 2
Comparación de movimientos entre los periodos 2009-2013 y 2013-2017
Economías seleccionadas

Economías	2009-2013			2013-2017		
	2009	2013	Cambio	2013	2017	Cambio
Chile	30	34	4	34	33	-1
Costa Rica	55	54	-1	54	47	-7
Panamá	59	40	-19	40	50	10
Colombia	69	69	0	69	66	-3
Perú	78	61	-17	61	72	11
Ecuador	105	71	-34	71	97	26
El Salvador	77	97	20	97	109	12
Bolivia*	120	98	-22	98	121	23
Venezuela	113	134	21	134	127	-7

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

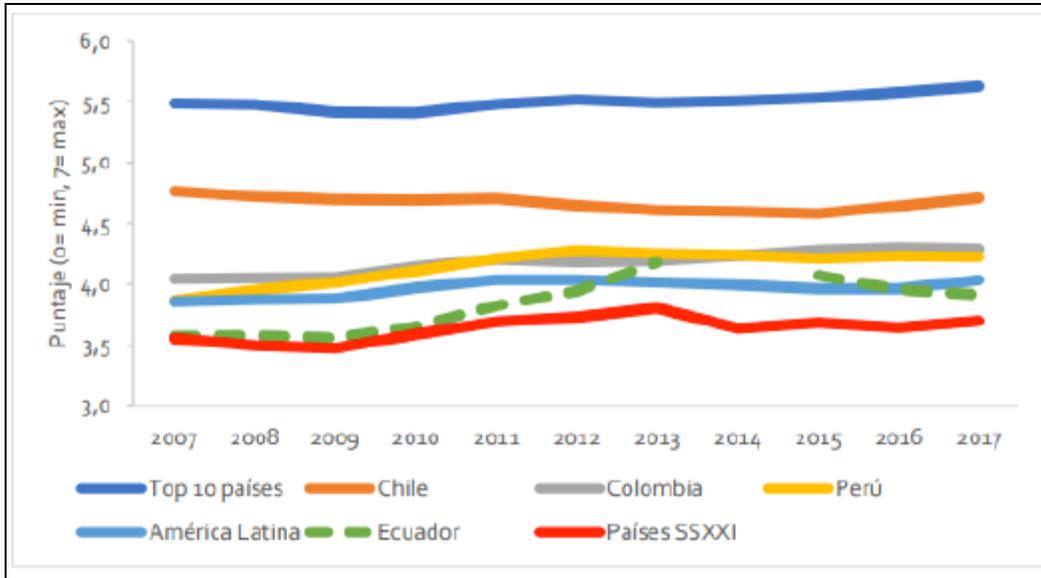


Figura 1. Evolución de ICG para economías seleccionadas Venezuela, Bolivia, Nicaragua y Ecuador



Figura No. 2 Ecuador y sus regiones

Las Islas Galápagos

A las Islas Galápagos, todo un Jardín del Edén moderno y un verdadero laboratorio de evolución, no se les puede calificar de nada menos que de espectaculares. Están formadas por los picos de enormes volcanes subacuáticos.

Al no haber estado conectadas con el continente, la flora y la fauna de las islas evolucionaron en total aislamiento. El resultado de esta particularidad fue lo que inspiró la Teoría de la Evolución de las Especies a Charles Darwin. Las Galápagos constituyen una verdadera maravilla natural que no puedes dejar de visitar.

En ningún otro lugar del mundo es posible nadar entre tiburones cabeza de martillo, pingüinos, leones marinos, y cientos de peces de arrecife... y de paso dormir en la cumbre de un volcán.

El Oriente

La selva amazónica es, sin lugar a duda, el más alto logro de la Creación. El Oriente ecuatoriano, también conocido como Amazonia, es una región bendecida con algunas de las áreas más prístinas y biodiversas del planeta.

Se podría comparar con una impresionante sinfonía de vida al natural. Para experimentarla en todo su esplendor basta con pasearse en canoa por uno de sus ríos serpenteantes, subirse a un cánopy, caminar por los senderos abiertos entre sus bosques primarios, aprender los secretos de sus plantas medicinales, o sencillamente visitar sus infinitos bosques.

Sierra

La Sierra es la región más visitada en todo el Ecuador. Se podría decir que es el Ecuador por antonomasia. Es difícil no enamorarse a primera vista de esta región con sus páramos, sus nevados, sus ruinas incas, sus mercados artesanales, su aun floreciente cultura indígena y por encima de todo ello: sus majestuosos cóndores.

La Sierra ecuatoriana constituye una suerte de espina dorsal que separa a las tierras bajas de la Costa y de la Amazonía. Además de ser una región intermedia, es el hogar de cerca del 50% del total de la población del país y alberga a Quito la ciudad capital, por tanto, ocupa un lugar preponderante desde el punto de vista político y económico.

Quito, la capital de los ecuatorianos, es la ciudad a la que más turistas llegan. Por lo general es utilizada como “base de operaciones” para partir hacia y regresar de las distintas excursiones al resto de las regiones del país.

Costa

Conformada por una franja alargada y estrecha a lo largo de la costa del pacífico ecuatoriano, esta región podría definirse como una combinación de balnearios turísticos, manglares, marismas, estuarios, y pequeñas poblaciones pesqueras.

En su extremo norte, la Costa es húmeda, agreste, poco desarrollada, y famosa por la presencia de una vibrante población afro ecuatoriana que arte, entre otros motivos, por su musicalidad, especialmente por el cultivo del género musical conocido como marimba, que tiene un importante festival todos los años.

Las áreas centrales y sur de la Costa, en cambio, son más secas y ofrecen al turista un número de reconocidos balnearios. Junto a la desembocadura del río Guayas, un tanto escondida detrás de la península de Santa Elena, se encuentra Guayaquil, ciudad portuaria reconocida por ser la mayor urbe del país”. (Ecuador Explorer, 2011)

Números de empresas por región y tamaño

A continuación, se muestra de manera general las variables: número de empresas, número de empleados, total de activos, total de patrimonio, total de ingresos por ventas y utilidad

y/o pérdida; correspondiente al año 2014, clasificadas por región y tamaño. (Superintendencia de Compañías, Valores, 2016)

Número de compañías por región y tamaño, cifras principales variables - 2014 (medido en millones de dólares)

 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	NÚMERO COMPAÑÍAS /1	NÚMERO EMPLEADOS /1	ACTIVOS	PATRIMONIO	INGRESOS	UTILIDAD /PERDIDA
COSTA	3 084	46 643	3 576,34	1 761,56	2 476,23	81,49
GRANDE	77	24 740	1 357,67	332,00	1 645,50	64,25
MEDIANA	249	9 577	1 674,93	1 238,31	504,79	5,84
MICROEMPRESA	1 856	5 271	212,33	64,32	23,55	(0,32)
PEQUEÑA	902	7 055	331,41	126,93	302,39	11,72
GALAPAGOS	7	35	0,94	0,74	0,54	0,01
MICROEMPRESA	5	17	0,61	0,60	0,02	0,01
PEQUEÑA	2	18	0,33	0,13	0,52	0,01

Figura No. 3 Número de compañías por región y tamaño

ORIENTE	380	1 932	33,89	13,53	70,11	3,16
GRANDE	3	511	9,19	0,52	22,46	0,96
MEDIANA	12	345	8,11	3,62	19,66	0,75
MICROEMPRESA	275	741	4,88	2,68	4,43	0,31
PEQUEÑA	90	335	11,70	6,71	23,53	1,14
SIERRA	1 887	56 373	4 021,12	1 230,28	3 457,02	211,74
GRANDE	88	39 746	3 003,03	951,71	2 793,17	190,90
MEDIANA	225	8 015	519,80	148,98	434,97	15,98
MICROEMPRESA	934	2 784	126,95	40,20	13,54	(1,31)
PEQUEÑA	640	5 828	371,34	89,39	215,33	6,18
TOTAL	5 358	104 983	7 632,28	3 006,11	6 003,91	296,40

Figura No 4: número de compañías por región y tamaño

Competitividad es un tema pendiente para el Ecuador

En la mitad y con tendencia a la baja. Así se encuentra Ecuador en el Reporte Global de Competitividad 2015, elaborado por el Foro Económico Mundial. Este año, el país se ubicó en la posición 76, entre 140 naciones, con una calificación de 4,07 puntos sobre 7.

La última vez que Ecuador estuvo incluido en el listado, que mide los factores que determinan la productividad y prosperidad de un país, fue en el 2013, cuando logró un puntaje de 4,2, que le ubicó en el puesto 71 del ranking, entre 148 países.

El año pasado, el país no estuvo considerado en el reporte, que analiza 12 aspectos: instituciones, infraestructura, entorno macroeconómico, salud y educación primaria, educación superior y entrenamiento, eficiencia del mercado de bienes, eficiencia del mercado laboral, desarrollo del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño del mercado, sofisticación de las empresas e innovación.

El aspecto que más pesó para el retroceso en el ranking es el deterioro en el entorno macroeconómico, categoría en la que Ecuador se ubicó en el puesto 75. En esta división se encuentran cinco subcategorías: el saldo presupuestario del Gobierno, ahorro nacional bruto, inflación anual, deuda del Gobierno y la calificación crediticia.

La puntuación del entorno macroeconómico disminuye desde el 2012 (5,30 sobre 7 puntos), 2013 (5,24) y este año se ubicó en 4,70. Los aspectos en los cuales el país experimentó una mejora son dos: infraestructura (4,14) y educación superior (4,33).

En cuanto a salud, se mantiene una buena calificación: 5,91 este año y en el 2013 (ver gráfico). En Ecuador, la ESPAE Graduate School of Management colaboró en el reporte del Foro Económico Mundial; producto de lo cual se considera que el país aún tiene mucho por hacer para mejorar los indicadores utilizados para armar el reporte global de competitividad.

Ecuador ha tenido una caída en la medición relacionada con el entorno macroeconómico. Es el conjunto de factores en el que más hemos caído”, explica la catedrática.

Víctor Umaña, director del Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible del INCAE Business School, aclara que el informe de competitividad global analiza el entorno de negocios del país y que no evalúa directamente a las empresas.

Además, señala que los resultados reflejan que el Ecuador aún enfrenta importantes retos para alcanzar niveles de desarrollo mayores que permitan mejorar la productividad de la economía y el progreso social en beneficio de las personas.

Ecuador sigue dependiendo de pocos productos, principalmente el petróleo, pero no ha logrado una diversificación suficiente que permita evitar estos períodos de ‘vacas flacas’, apoyándose en otras industrias. Desgraciadamente, los resultados (del reporte) no muestran mejoras en productividad.

Se percibe que Ecuador tiene una posición privilegiada en el hemisferio occidental, una variedad de condiciones agroecológicas, capital humano listo para emprender y estabilidad política. Necesita de nuevo abrir su economía e integrarse con el mundo”. (*Lideres, 2015*)

Discusión

Como podemos apreciar hoy vivimos un mundo lleno de competencia que nos obliga a prepararnos más, ante un mercado abierto, varios investigadores se han dado la tarea de buscar modelos de competencia que ayuden a las personas, a las empresas (Pymes), a

buscar su desarrollo, José María Saracho investigador chileno desarrollo un modelo, que surge de varias teorías y que se presentan a continuación, de acuerdo con (Saracho, 2005): Competencias, competencias laborales, modelos de competencias y desarrollo de competencias, etc., parecen palabras de “Humpty Dumpty” que significan sólo él que las pronuncia quiere que signifique.

Saracho (2005), menciona diversos conceptos de competencia, pero solo se considera los “ítems” que se encuentran dentro del modelo:

McClelland (1973) publica el artículo “(testing for competence rather than intelligence)” en el que define a las competencias como pensamientos y/o comportamientos de una persona que hacen que su desempeño sea superior comparado con el desempeño promedio. Byham (1995) publica “Targeted Selection” un papel donde sistematiza la metodología para evaluar competencias a través de entrevistas de incidentes críticos en los procesos de selección de personal.

El análisis funcional es una técnica para analizar puestos de trabajo desarrollada por Fine (1955), pionero en los esfuerzos del Departamento del Trabajo en los Estados Unidos para identificar y clasificar las características de los trabajadores.

Saracho (2005) “Un modelo general de gestión por competencias” donde se plantea que existen tres grandes modelos de competencias que se aplican discrecionalmente.

Considerando que la investigación tiene que ver con la competitividad de las Pymes, influyendo el capital humano, se ha contemplado el modelo de Saracho (2005), quien considera que las personas deben de ser competitivas para alcanzar sus objetivos, juntamente con esto observamos que es la parte medular de la investigación propuesta, que ayude a las empresas Pymes del sector manufacturero a lograr su supervivencia, su consolidación y alcanzar la competitividad

Conclusiones

La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.

La competitividad en una actividad productiva se fundamenta la competitividad en los cuales intervienen dos tipos de factores Endógenos (Son el conjunto de actividades que se desempeñan en el interior de la empresa para el desarrollo de la producción, comercialización, entrega y apoyo post-venta) y Exógenos (Son las determinantes que se encuentran fuera del control de la empresa) que son las que caracterizan las distintas cadenas productivas. (Jose A. Santos,).

La competitividad no es solo un concepto rígido que define el grado en que una empresa se desempeña con respecto a sus competidores; Este concepto reúne una serie de factores clave para alcanzar posiciones de competencia en el mercado.

La productividad y el recurso humano son considerados en la actualidad los factores claves que definen la competitividad de las empresas en un mercado globalizado en busca de la excelencia empresarial.

La cuantificación de la competitividad a nivel mundial como a nivel empresarial debe basarse como se ha referido en esta investigación a normas internacionales de calidad las cuales dan las pautas para establecer empresas altamente competitivas.

Referencias Bibliográficas

- Argimón, I., Artola, C., & González-Páramo, J. M. (1997). Empresa pública y empresa privada: Titularidad y eficiencia relativa. Banco de España, Servicio de Estudios.
- Arosemena, G. (1996). La historia empresarial del Ecuador: El sector industrial (Vol. 2). G. Arosemena A.
- Cartas de lectores. (2018). La empresa privada es la que genera trabajo y competitividad. Expreso.
- Cedeño Gómez, Á. (1988). Administración de la empresa. San José Costa Rica.
- Deming, W. E. (1989). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. Ediciones Díaz de Santos.
- Economía. (2016). Sector privado en Ecuador.
- Ecuador Explorer. (2011). Regiones de Ecuador.
- ECUAPRODUCE TRADE. (2016). Ecuador.
- Empresa privada. (2012). Artículo.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. Revista de la CEPAL.
- Gallart, M. A. (2001). La articulación entre el sector público y la empresa privada en la formación profesional de América Latina. En: Formación para el trabajo: ¿pública o privada?-Montevideo: CINTERFOR, 2001-p. 23-59.
- Hitt, M. A., Duane Ireland, R., & Hoskisson, R. E. (2004). Administración estratégica: competitividad y conceptos de globalización (No. 658.012. 2). Thomson,
- Iborra, M., Dasí, À., Dolz, C., & Ferrer, C. (2007). Fundamentos de dirección de empresas: conceptos y habilidades directivas. Thomson.
- Ivancevich, J. M., Lorenzi, P., & Skinner, S. J. (1997). Gestión: calidad y competitividad (No. HF5549 Iv93e).
- Kapp, K. W. (1966). Los costes sociales de la empresa privada (No. 330.01 KAPc).
- Líderes. (2015). Competitividad, tema pendiente para el Ecuador.
- Martín, M. M. (2008). Factores de competitividad de la pyme española.
- Maza, I. A., Artola, C., & González-Páramo, J. M. (1998). Empresa pública y empresa privada: titularidad y eficiencia relativa. In V Encuentro de Economía Pública: La Realidad de la Solidaridad en la Financiación Autonómica (p. 4).
- Superintendencia de Compañías, Valores. (2016). Dirección Nacional de Investigación y Estudios.
- Valle, S. S. (2008). Copetitividad Regional.

Reingeniería de procesos como herramienta para lograr el éxito en las empresas

CPA. Dennise Ivonne Quimi Franco, Mgs
Ing. Emilio Javier Flores Villacrés, Msc.

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

En el presente artículo tiene como objetivo determinar la importancia de la reingeniería de procesos como herramienta para lograr el éxito en las organizaciones, se considera como una solución fundamental que involucra la reinención de los procesos y no simplemente a su mejora o reestructuración, ya que de esta forma se puede obtener una gran ventaja a nivel de competitividad para las organizaciones en manera general. El trabajo referido en el presente documento se fundamentó en una revisión bibliográfica, tanto de artículos científicos, libros y fuentes correspondientes a bases de datos científicas de relevancia sobre los avances y debilidades, los efectos y usos de la reingeniería en los procesos organizaciones. También se considera la metodología utilizada para la reingeniería de procesos, partiendo desde cómo surgió el proceso de reingeniería para mejora del rendimiento en organizaciones a partir de pequeños cambios tanto en sistemas productivos como organizacionales. Es necesario recalcar la importancia de la implicación de toda la estructura de la organización para de esta forma cumplir con los objetivos planteados.

Palabras clave: Reingeniería de procesos, Organizaciones, Procesos, Competitividad, Rendimiento

Abstract

In this article aims to determine the importance of the reengineering of processes as a tool to achieve success in organizations, is considered a fundamental solution that involves the reinvention of processes and not simply its improvement or restructuring, since This form can obtain a great advantage in terms of competitiveness for organizations in general. The work referred to in this document was based on a bibliographic review of both scientific articles, books and sources corresponding to relevant scientific databases on the progress and weaknesses, the effects and uses of reengineering in the processes of organizations. The methodology used for the reengineering of processes is also considered, starting from how the process of reengineering arose to improve performance in organizations from small changes in both productive and organizational systems. It is necessary to emphasize the importance of the involvement of the entire structure of the organization in order to meet the objectives set

Keywords: Process reengineering, Organizations, Processes, Competitiveness, Performance

Introducción

La reingeniería se la puede definir como un análisis y rediseño radical de la economía y de la concepción de los negocios que tienen diferentes actividades comerciales para que de esta forma se puedan lograr mejoras representativas en medidas tales como servicio y calidad, lo que se desea es que mejore la gestión y que se vea representado en el incremento de la productividad, efectividad, eficiencia y eficacia, además tiene como un aspecto principal relevante el de establecer secuencias en interacciones nuevas en procesos administrativos y regulatorios que se dan en las empresas.

En el transcurso del tiempo pueden surgir desde una perspectiva general diferentes interrogantes que se detallan a continuación: ¿Por qué hacemos lo que hacemos? y ¿Por qué lo hacemos como lo hacemos?, llevan a interpelarse sobre los fundamentos de los procesos de trabajo. Se espera llegar a la raíz de las cosas, su único objetivo no se trata solamente de mejorar los procesos, sino y principalmente, busca reinventarlos con el fin de crear ventajas competitivas e innovar en las maneras de hacer las cosas. Además, se debe resaltar que los procesos van a estar sujetos de reingeniería y no las organizaciones.

Durante la reingeniería de procesos es necesario considerar estas actividades tales como: la planificación y la preparación para cualquier proyecto que se desea iniciar, optimizar el tiempo, identificación de tareas que están de más, tratar de adaptar los nuevos procesos según el negocio la organización por resultados no por actividades, la integración de toda la información del proceso de trabajo que la genera, integración de las actividades.

Según Hammer (1994) afirma que la Reingeniería es el concepto actual que se le da a los cambios drásticos que sufre una organización al ser reestructurados sus procesos. La base de la reingeniería es el servicio al cliente; describe un modelo de negocios, un conjunto correspondiente de técnicas que los ejecutivos y los gerentes tendrán que emplear para reinventar sus compañías, a fin de competir en un mundo nuevo, según lo que indica el autor en la reingeniería de procesos se rediseñan radicalmente los procesos medulares de una empresa, pero teniendo como el pilar fundamental el servicio al cliente para lograr mejoras a nivel de la calidad, tiempos de ciclo y de la productividad.

La importancia de esta visión gerencial destruye los estatutos, reglas y normas que las organizaciones se encuentran utilizando en estos momentos, sin percatarse que diferentes eventos y etapas ya son diferentes, y que los lineamientos o estudios que llevo a cabo Adam Smith ya son funciones que dejan un poco a media rueda el andar de estas corporaciones, en un universo donde los empujes y la flexibilidad en cuanto al medio que nos rodea es la orden del día.

Este nuevo término de Reingeniería de procesos, no solo ha ocasionado cambios a nivel de las organizaciones sino en la mentalidad de muchas personas que eran las más complicadas en entender y adaptarse a los cambios que se pueden presentar en cada etapa de las empresas cuando se decide aplicar este tipo de metodología.

Según Hammer (1994) afirma que la reingeniería surge en el mundo empresarial, es la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costo, calidad, servicios y rapidez, es así

que todos estos procesos ayudaran a que mejoren los tiempos y calidad de los productos o servicios entregados.

Según Mora (2009) plantea que, en el diseño o reinversión de los procesos de negocios, las estructuras, las creencias y el comportamiento organizacional. La Reingeniería de Procesos genera mejoras dramáticas en la calidad de la organización, de esta forma los procesos mejoran y también la calidad de las empresas, se debe considerar que las mejoras serán a los procesos y no a la organización como factor primordial.

Según Lefcovich (2004) Constituye una recreación y reconfiguración de las actividades y procesos de la empresa, lo cual implica volver a crear y configurar de manera radical él o los sistemas de la compañía a los efectos de lograr incrementos significativos, y en un corto período de tiempo, en materia de rentabilidad, productividad, tiempo de respuesta, y calidad, lo cual implica la obtención de ventajas competitivas.

Según lo indicado por los autores se puede consolidar todas estas definiciones para así indicar que la Reingeniería de procesos es una herramienta gerencial mediante la cual se rediseñan radicalmente los procesos medulares de una empresa, orientada al mejoramiento de los procesos, si se aplica de forma correcta y si se relaciona con la innovación y se dan los mejoramientos continuos se podrán mantener competitivos pero tampoco se puede considerar que será la solución a los problemas que se encuentran latentes en las organizaciones y también se debe resaltar que su aplicación no garantiza tampoco el éxito rotundo de la organización. De manera general es una metodología es decir pasos a seguir para revisar y que se proceda a rediseñar los procesos así como para implementarlos, se espera que se enfoque en agregar valor a cada uno de los pasos de un proceso para que se optimice el tiempo y eliminar aquellos pasos en los procesos que no den o no puedan dar ningún valor agregado, siendo muy acertada para generar organizaciones horizontales y organizaciones por procesos, así como para minimizar los costos, tiempos de procesos, mejorar los servicios y productos, así como para lograr la motivación y la participación del recurso humano de la empresa.

Existen organizaciones que cuentan con una base débil referente a entradas y salidas de un proceso a otro, y los problemas de cada uno afectan a otro, ocasionando interrupciones productivas en las que se puede ver la falta de oportunidad de la realización de dichas actividades o que están incurriendo en tiempo que se podría aplicar en otra actividad, lo cual se derivan en pérdidas sustanciales; por eso si se va a tener en cuenta la reingeniería como una solución, es recomendable que sea aplicada a cada proceso que forma parte de la organización.

Según Ospina Duque, Rodrigo (2006) define lo que no es Reingeniería de proceso “Desarrollos teóricos de una serie de términos que etiquetan la acción de cambio de las organizaciones como downsizing, aplanamiento de las estructuras, mejoramiento continuo, administración por calidad total, automatización y empowering, tecnologías emergentes, entre otras denominaciones nuevas, de una u otra manera han sido confundidos con el término Reingeniería, pero aunque pueden hacer parte de una adecuada reingeniería o ser una de las recomendaciones finales de la misma, no son de ninguna manera comparables con ella, según lo indicado por el autor existen algunos términos u otras definiciones que son confundidos con algún tipo de acción al cambio, pero que

son parte de la reingeniería o también pueden ser consideradas como recomendaciones para mejorar la reingeniería.

Según Pérez Canto, S., & Ureña López, A. E. (2001) menciona que todos los procesos han de tener un responsable designado que asegure su cumplimiento y eficacia continuados. Además, todos los procesos claves y relevantes tienen que ser capaces de satisfacer los ciclos: Planificación (P), Implantación (I), Revisión (R), y Mejora (M), es decir que todos los ciclos o fases antes mencionados tienen que lograr una satisfacción mediante los diferentes procesos antes mencionados, la planificación que ayudará a un proceso bien meditado con el fin de obtener un objetivo determinado, la implantación para ver si el proceso va a dar algún tipo de mejora a la empresa, la revisión de los procesos para saber que es lo que se debe cambiar, como es y como debería ser, y la mejora para de esta forma observar si es que se dieron cambios o no.

Metodología

El método utilizado en la presente investigación es la información secundaria correspondiente a diferentes autores para realizar un análisis y la reflexión o revisión de los mismos, además de las líneas de investigación aplicadas a la Contabilidad, transparencia y optimización de procesos para el desarrollo. Se puede citar la siguiente definición de los siguientes autores Gallardo y Moreno (1999) los cuales afirman que la “Información secundaria es aquella que el investigador recoge a partir de investigaciones ya hechas por otros investigadores con propósitos diferentes. La información secundaria existe antes de que el investigador plantee su hipótesis, y por lo general, nunca se entra en contacto directo con el objeto de estudio” tal como lo indica el autor el investigador toma como referencia trabajos ya realizados por otros investigadores para que se pueda llevar a cabo un correcto análisis, reflexión y considerar lo más relevante que será de gran utilidad para la nueva investigación, también se puede resaltar que las fuentes secundarias contienen información organizada para desarrollar una actividad de análisis.

Aplicación de la reingeniería de procesos

Los autores consultados sobre la reingeniería de procesos, coinciden en una serie de etapas para aplicar la misma, los cuales pueden sintetizarse en las fases propuestas por Manganelli y Klein (1995):

Etapas 1 Preparación del cambio,

Etapas 2 Planeación del cambio,

Etapas 3 Diseño del cambio y

Etapas 4 Evaluación del cambio

Según lo indicado por el autor existen 4 etapas para llevar a cabo una reingeniería de procesos:

En la preparación del cambio es que ya se ha encontrado diversas falencias en algún proceso o se están haciendo diferentes pasos para alcanzar un objetivo en la que de pronto se este perdiendo tiempo cuando se podría emplear en otro proceso, se espera que se establezcan metas que justifiquen la reingeniería.

En la planeación del cambio se definirán objetivos estratégicos en las que se deben establecer metas y prioridades que se esperan alcanzar, debe existir una relación entre los resultados de la reingeniería de procesos y la organización, para así tener una visión más clara de los cambios que se van a realizar.

En el diseño del cambio, se tiene como base el identificar como es el proceso y como debería ser, este pudo haber empezado en la etapa anterior, en la que se trato de moldear el proceso según la necesidad, en la que se deja de evidencia posibles problemas que se podrían presentar y las alternativas para mejorar dicho proceso en las que se deben dejar en claro cuales son las causas y los efectos de las debilidades de cualquier proceso que exista antes de empezar con la reingeniería.

En la evaluación del cambio se tiene que una vez implementado el nuevo proceso, puede presentarse la situación en la que pasen un largo tiempo y no se puedan apreciar los resultados, para ver que el nuevo proceso funcione de pronto tomará algo de tiempo es decir puede ser rápido o puede ser lento, por tal motivo se debe tener en cuenta el tiempo y los resultados que se den en el proceso.

Según los autores Izquierdo, G. E., Lorenzo, C. M., & Rojo, E. G. (2008) mencionan las etapas que evoluciona la reingeniería de procesos: arranque, factor humano del cambio, análisis de los procesos de la organización, implantación del cambio, Supervisión y evaluación de la implantación, estas se encuentran detalladas continuando un circuito progresivo para que la organización pueda avanzar con un conjunto de buenas prácticas.

A continuación, se muestra una figura con la evolución de la Reingeniería de procesos.

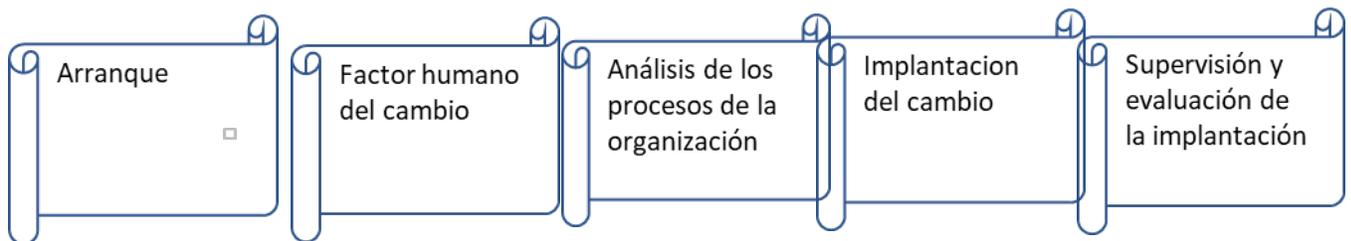


Figura 1 Evolución de la Reingeniería de procesos.

Arranque

Dentro de esta fase se debe realizar un conocimiento de la organización con respecto a la reingeniería en el que se determine un plan de actividades para realizar los cambios y que el recurso humano se prepare para estas mejoras, y que el personal se sienta cómodo en las nuevas funciones que le asigne la reingeniería.

Factor humano del cambio

En esta etapa se debe formar un equipo de trabajo en el que se involucren con toda la organización, en el que estas personas tendrán tareas relacionadas a la reingeniería de procesos, y deben estar preparados para todos los cambios que se van a generar con el transcurso del tiempo y la evolución de los procesos. El talento humano de la organización debe afrontar los cambios de una manera optimista porque todo será para el bien y mejora de la organización.

Análisis de los procesos de la organización

En esta etapa se empieza a revisar cual es el estado vigente de los procesos, dentro de los diferentes tipos que se realizan tenemos el cuantitativo y cualitativo en el que se espera encontrar cual es su relevancia dentro de la organización. Aquí empieza la metodología de la reingeniería de procesos en la que se debe evaluar y realizar un constante monitoreo de los procesos, aquí se utilizarán diferentes herramientas para todas las áreas inmersas y los recursos indispensables para que se realice un cambio radical de los procesos.

Implantación del cambio

En esta etapa se evalúan los procesos y se revisan cuales son los ajustes necesarios para desarrollar el cambio, es una etapa muy importante ya que sin esta etapa no se podrían desarrollar las otras etapas es como la base principal de la reingeniería de procesos, se sugiere que se diseñe un buen plan de implementación con las diferentes técnicas y herramientas para los cambios a los procesos.

Supervisión y evaluación de la implantación

En esta fase se deben establecer sistema que permitan un constante seguimiento y monitoreo de la implantación de los cambios a los procesos, ya que no solo se debe implementar los cambios sino estar atento a cuáles han sido las mejoras o los resultados de forma general en los procesos de cada una de las áreas involucradas de la organización, se debe transmitir los logros alcanzados e indicar la necesidad vital de continuar en beneficio de todos es decir el recurso humano y la empresa.

Cuáles son los errores más comunes en la Reingeniería de procesos?

Hammer y Champy (1994) señalan algunos de los errores más comunes que llevan a las organizaciones a fracasar en el proceso de Reingeniería:

- Tratar de corregir un proceso en vez de cambiarlo.
- No concentrarse en los procesos.
- No olvidarse de todo lo que no sea reingeniería de procesos.
- No hacer caso de los valores y las creencias de los empleados.
- Conformarse con resultados de poca importancia.
- Abandonar el esfuerzo antes de tiempo.

Según lo señalado por el autor existen más errores comunes pero se han citado los más relevantes que serán explicados a continuación:

El tratar de corregir un proceso no es lo más eficaz lo que se espera con la reingeniería es cambiarlo no corregirlo es decir dar una mejora para ayudar en el proceso, en el caso de no concentrarse en el proceso se refiere a que en muchas ocasiones no se termina de analizar un proceso y se empieza con otro proceso sin haberse enfocado en cuales eran las debilidades de los mismos, además se debe tener muy en claro que no es reingeniería de procesos ya que en muchas ocasiones las personas suelen confundir este término con un mejoramiento continuo, se debe resaltar los valores, la ética, costumbres y las creencias del recurso humano, y no se debe apoyar o sentirse satisfecho con resultados que no son relevantes, además no se debe abandonar el esfuerzo realizado para el planteamiento y diseño de cambios antes de tiempo.

La reingeniería de procesos es una herramienta que involucra a los clientes, cambio y competencia, los cuáles son agentes esenciales del éxito ya que es primordial la existencia del cambio, que se genere una satisfacción a los clientes y que exista un nivel de competencia dentro de la organización, a continuación, se detalla la siguiente figura

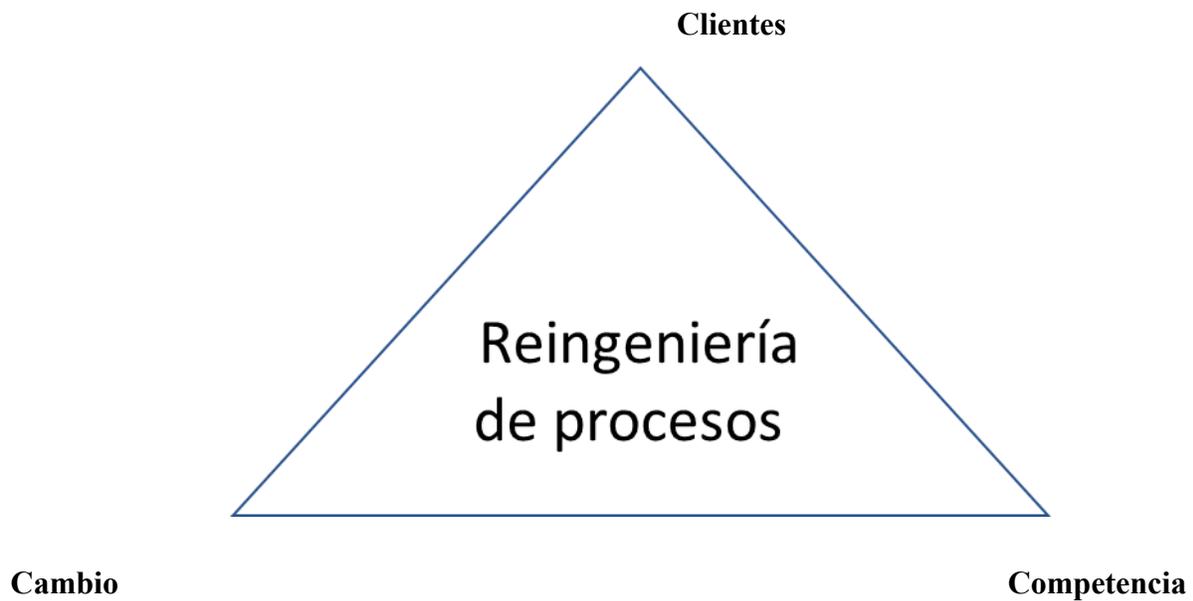


Figura 2 Agentes esenciales del éxito

Se espera lograr beneficios económicos con la reingeniería de procesos por el incremento en el rendimiento de los mismos, en la que se de una mejora en la calidad y tiempo de entrega de los bienes y/o servicios, logrando la satisfacción de los clientes, los trabajadores se sentirán en un mejor ambiente laboral ya que con la reingeniería tendrá la certeza que están realizando las tareas o actividades necesarias sin pérdida del recurso tan valioso como lo es el tiempo ya que se este no se puede recuperar ni reemplazar con otro recurso.

También se dispone de niveles estructurales en la reingeniería de procesos.

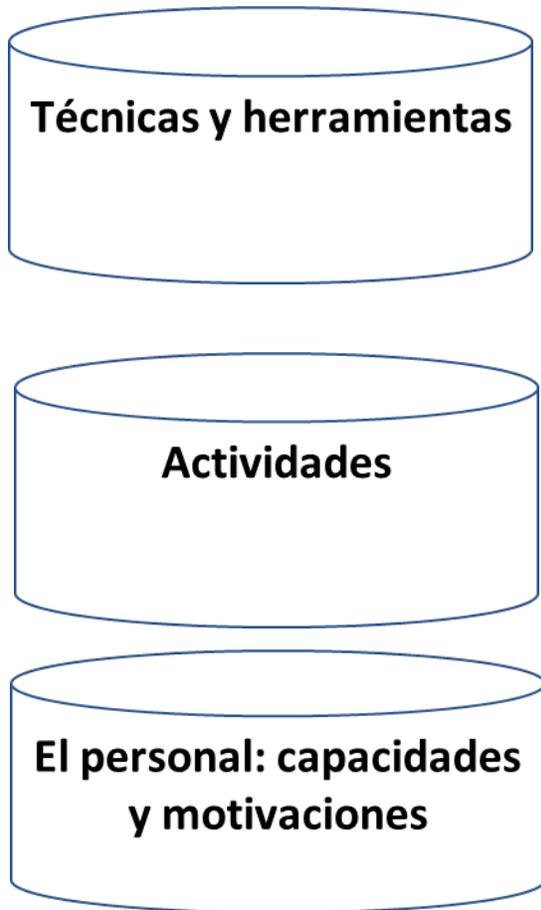


Figura 3 Niveles estructurales de la reingeniería de procesos

Se puede interpretar en esta figura que el personal es la base de la reingeniería de procesos, será el pilar ya que el éxito dependerá mucho del recurso humano porque serán ellos los que van a ayudar a la conducción correcta de la reingeniería, adicional se tiene que las actividades son esenciales ya serán desarrolladas por el personal y que se cumplan a cabalidad ya que sino no se tendrá ninguna ventaja competitiva sino se concientizan a la gente por el cambio de lo que actualmente se tiene en relación a lo que se espera lograr, al igual que las técnicas o herramientas que se deseen aplicar.

Resultados

Los resultados derivados de este estudio sobre el uso de las diferentes metodologías utilizadas para la reingeniería de procesos nos demuestra diferentes enfoques que cada uno de los autores utiliza metodologías muy similares a las de otros autores o por lo general son una mejora de las primeras metodologías de reingeniería de procesos creadas por los autores clásicos Hammer y Champy, en las cuales se han agregado diferentes pasos a seguir para de esta forma realizar un

buen rediseño de los procesos productivos para que de esta manera se pueda optimizar los recursos al ver cuáles son los procesos que están bien encadenados y que permiten mejorar la productividad en las empresas de forma que se optimicen dichos procesos y el tiempo que se va a incurrir en los mismos.

Discusión

Según Manganelly (1995) menciona que la reingeniería es el rediseño rápido de los procesos estratégicos de valor agregado y de sistemas, las políticas y las estructuras organizacionales que los sustentan, de esta forma se tiene que el autor lo considera como un rediseño rápido en el cambio que le puedan dar a los procesos.

Así mismo Benoit (1996) afirma que la Reingeniería es comenzar de cero, es un cambio de todo o nada, además ordena la empresa alrededor de los procesos. La reingeniería requiere que los procesos fundamentales de los negocios sean observados desde una perspectiva en base a la satisfacción del cliente, según lo indica el autor es un cambio radical se debe empezar desde cero ya que se da el cambio o no se da el cambio no existen niveles medios, se espera lograr que los clientes sean internos o externos satisfagan las necesidades.

De la misma forma el Autor Daft (2000) afirma que se adopta un enfoque de pizarrón limpio; esto es, se hace a un lado las nociones de cómo se realiza el trabajo ahora y se busca la forma de diseñarlo para un desempeño óptimo. La idea es eliminar el espacio muerto y las holguras de tiempo en los flujos de trabajo. Los esfuerzos exitosos de la Reingeniería están impulsados por el cliente, tal como lo que indica el autor aquí lo que se espera es que no existan tiempos sin que sean utilizados es decir que cada proceso cumpla su objetivo, se debe eliminar el tiempo de ocio que se podría dar de una actividad a otra actividad, que no existan tiempos en que no se realice algo para el beneficio de la organización, se parte de una base cero, se analiza cual es la situación actual de los procesos es decir la forma en que se esta realizando el trabajo y la forma en que se puede rediseñar para que su desempeño sea el más efectivo y favorable para todos en la organización.

En cambio el autor Zaratiegui (1999) define que la reingeniería implica normalmente enfrentarse a los cambios por adoptar con la mente limpia de la historia pasada; se recomienda pensar en la situación a la que se aspira para a partir de ahí, idear y diseñar los medios necesarios, sin sentirse atados por lo que se está haciendo, que supondrá un lastre a las nuevas ideas, es decir que no debemos pensar en el pasado o rehusarnos al cambio, aquí se sugiere que se analice y piense en las diversas situaciones que se aspirar llegar y ver cuales son las herramientas y técnicas que se van a utilizar y no sentirse comprometidos con los procesos que se habían estado desarrollando en algún si es que se va a realizar una reingeniería es porque se espera dar un cambio radical en los procesos de la organización

El mismo autor Zaratiegui (1999) menciona que la reingeniería, cuando tiene éxito, produce un salto cualitativo equivalente a varios años de progreso continuo y, a veces, va más allá de lo que se conseguiría con los métodos de mejora progresiva. Esto implica riesgos, que deben estar compensados por los beneficios a obtener, por lo que es obligatorio que los proyectos de reingeniería (como todos los proyectos de cambio para la gestión de empresa, por otro lado)

estén impulsados por los requisitos del mercado, de los clientes, que ya no se conforman con las características similares que les ofrece el abanico de competidores, sin iniciativas atractivas, es decir que si resulta positivo la reingeniería de procesos, ese éxito se verá reflejado en un proceso continuo en un avance progresivo, estarán presentes ciertos riesgos que serán relacionados con los beneficios que se desean alcanzar.

En base a todo lo expuesto por los autores se puede consolidar ciertos datos relevantes sobre la reingeniería de procesos tales como: el éxito, gestión del conocimiento, trabajadores comprometidos con la organización para lograr los objetivos planteados, no se pueden dar cambios radicales y partir de una base cero si el recurso humano de la empresa tiene algún tipo de conflicto interno o no se siente con un buen clima organizacional ya que no podrá velar por los beneficios de la misma sino pensará en su bienestar como persona y no para la empresa en la cual se encuentra laborando.

Conclusión

Se puede afirmar que la reingeniería de procesos puede demostrar una gran ventaja competitiva para las organizaciones, esta implica una reinención de los procesos en diferentes áreas en la que se espera encontrar una solución mediante cambios radicales, es una herramienta que esta estrechamente relacionada con la gestión de procesos y conocimiento ya que espera resolver problemas que poseen ciertas entidades, algo que es necesario resaltar es que todo el recurso humano es responsable de la reingeniería, es decir todos los trabajadores independientemente de los cargos sean directivos o no directivos.

Se debe tener en cuenta que la tecnología cumple un rol muy importante dentro de la organización, pero no debe confundirse con la reingeniería de procesos, lo que si se debe resaltar es que la tecnología puede ayudar para mejorar las estructuras de las empresas y para simplificar ciertas actividades que pueden tomar más tiempo para realizarlas.

Según las definiciones de los autores que fueron investigadas para el presente trabajo se puede recalcar algunos aspectos relevantes de la reingeniería de procesos que también se la conoce como (Business Process Reengineering) que es la traducción en inglés, es así que se puede decir que es un instrumento de gran utilidad el cual permite conocer la necesidad de cambio en ciertos procesos productivos de una organización, para de esta forma analizarlos y estudiarlos y así plantear diferentes metodologías que permitan mejorar el rendimiento de los procesos con la sugerencia e implementación de mejoras y luego realizando la respectiva validación para ver el cumplimiento de los procesos y si es que algo queda pendiente para realizar las mejoras pertinentes. La reingeniería de procesos y la metodología tienen en común el mismo objetivo que se traduce en alcanzar el fin deseado con respecto a la optimización de los procesos en la cual se verá a todo el recurso humano involucrado en los cambios sugeridos para la mejora de la organización.

Referencias Bibliográficas

Benoit, G. (1996). Reingeniería del cambio: diez claves para transformar la empresa. Colombia: Alfaomega.

Daft, Richard I. (2000). Teoría y Diseño Organizacional. México: International Thomson Editores, S.A. de C.V.

Hammer, M. Y. (1994). Reingeniería. Santa fé de Bogotá: Norma.

Izquierdo, G. E., Lorenzo, C. M., & Rojo, E. G. (2008). Implantación de la reingeniería por procesos: actividades, técnicas y herramientas. In *Estableciendo puentes en una economía global* (p. 4). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.

Lefcovich, M. (2004). Reingeniería de procesos.

Manganelli y Klein (1995) Cómo hacer reingeniería

Mora Venegas, Carlos (2009). Reingeniería Aplicada a Los Recursos Humanos.

Ospina Duque, Rodrigo (2006) La reingeniería de procesos: Una herramienta gerencial para la innovación y mejora de la calidad en las organizaciones.

Pérez Canto, S., & Ureña López, A. E. (2001). El enfoque basado en procesos: gestión de la calidad y reingeniería. In *Congreso de Ingeniería de Organización (4. 2001. Sevilla)(2001)*,

Gallardo Y. Moreno A. (1999), Modulo 3: Recolección de la información, recuperado de <http://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf>

Zaratiegui, J. R. (1999). La Gestión por procesos: su papel e importancia en la empresa. *Economía Industrial* No.330 , 81-88.

Impacto en la productividad de las industrias constructoras mediante el rediseño del sistema de gestión de proveeduría

CPA. Carlos Gabriel Parrales Choez, MCA.
Ing. Jhoanne Danniela Infante Jaramillo, Mgs.

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cdla. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

La presente investigación se realizó en el sector constructor de la ciudad de Guayaquil, mediante la investigación descriptiva, con el fin de poder determinar las ventajas e inconvenientes que presenta el proceso de pago a proveedores de este tipo de empresas, luego de identificar el problema que afecta a la productividad, se procedió a definir los objetivos bajo enfoques productivos, comerciales y económicos así como las estrategias que la empresa puede desarrollar para poder alcanzarlos, las mismas que desempeñan un rol principal dentro del sector de la construcción.

Al concluir con el estudio de la investigación, se pudo determinar que rediseñar el sistema de gestión de proveeduría optimizando el proceso de pagos a través de un manual de políticas y procedimientos estandarizado, contiene todas aquellas estrategias aplicadas por las organizaciones, e identificadas como competitivas para disminuir los costos, obteniendo el rendimiento esperado y aportando de cierta manera a la economía de nuestro país.

Palabras Clave: productividad, sistema, gestión, proveedores, relaciones comerciales

Abstract

The present investigation was carried out in the construction sector of the city of Guayaquil, through descriptive research, in order to determine the advantages and disadvantages of the payment process to suppliers of this type of companies, after identifying the problem that Affects productivity, proceeded to define the objectives under productive, commercial and economic approaches as well as the strategies that the company can develop to reach them, the same ones that play a major role in the construction sector.

At the conclusion of the research study, it was possible to determine that redesigning the supply management system by optimizing the payment process through a standardized policy and procedures manual, contains all those strategies applied by the organizations, and identified as competitive for To reduce costs, obtaining the expected return and contributing in a certain way to the economy of our country.

Keywords: productivity, system, management, suppliers, commercial relations

Introducción

El siguiente trabajo de investigación tiene como finalidad demostrar que un buen sistema de pagos en la cartera de proveedores genera diferentes beneficios al ser un proceso fundamental que debe ser realizado por cualquier tipo de organización relacionada con algún proveedor, considerando diferentes puntos de vista los cuales tendrán su desarrollo a lo largo del proyecto. Existen empresas que deben trabajar en constante relación con otras compañías que las abastecen de servicios, materiales y productos necesarios para poder funcionar, este es el caso de las constructoras. Este asunto adquiere una mayor importancia debido a la gran cantidad de transacciones y flujo de dinero que se genera, por lo cual se hace necesario generar una buena relación entre la empresa solicitante de recursos y aquella que los abastece.

Además se puede emitir un criterio del proveedor como la persona natural o jurídica cuyo propósito económico es proveer los bienes materiales o servicios que serán necesarios para dar inicio a un proceso de producción. Sin embargo dentro del mundo comercial existen problemas entre el proveedor y la empresa, en donde por retrasos en los pagos, este no despacha a su debido tiempo, lo cual degenera la relación entre ellos y consecuentemente con el cliente, donde se rompe la relación y la cadena de suministro entre las partes. Dada la cultura empresarial competitiva que se enfoca en resultados y percepción, una compañía es bien reconocida no solamente por su producto final sino también por el manejo de las relaciones intra e interpersonales, en concomitancia con el manejo de los Sistemas de Información por parte del personal. En este trabajo se revisará el sistema de pagos de Constructora Arroyo Aguirre Cía. Ltda., para esto se levantará información de procesos actuales y los sistemas que soportan dichos procesos

Desarrollo

A nivel internacional el Consejo de Políticas Fiscal y Financiero (2016) muestra que existe déficit en pago a proveedores, lo cual ha sido un problema que muchas empresas del sector constructor han tenido que soportar directa o indirectamente por la falta de control en departamentos que desarrollan dicha actividad, por esta razón se ha generado un sinnúmero de inconvenientes entre constructoras – proveedores, estos últimos responsables de suministrar los recursos necesarios para la organización, como son; materiales para construcción, servicios, en las mejores condiciones de calidad y precio, lo cual ha provocado indiferencias, desprestigio, multas, retrasos en contratos de construcción, falta de materiales para culminar obras, logrando así inestabilidad económica, financiera, administrativa no solo en la entidad sino con los proveedores.

Actualmente en Ecuador existen empresas constructoras que evidencian una serie de problemas económicos -financieros producto de deudas mantenidas por el Estado con estas, el Ministerio de Finanzas (2016) a pesar de cancelar las facturas acumuladas de pagos a contratistas y proveedores hasta fines de enero del 2016, las cuales a su vez, han caído en incumplimientos con el SRI y el IEISS, debido a la falta de liquidez y poca eficiencia administrativa en este tipo de entidades, según un sondeo realizado a 120 socios de la Cámara de Comercio de la Industria (2016), a causa de la crisis del sector, el 32% de profesionales y el 54% de mano de obra no calificada han sido separados y a su vez las constructoras mantienen impago a una gran cantidad de proveedores.

Las empresas constructoras han crecido en alto número en sus actividades los últimos años. Consecuentemente el número de proveedores colaboradores en el proceso de construcción ha ido aumentando, generando un mayor número de recepción de facturas las cuales se rigen bajo un acuerdo de compra acordado entre la entidad y el proveedor. Los impactos generados por la frecuente recepción de facturas por cancelar tienen como

consecuencia los siguientes inconvenientes: retraso en los pagos, pagos de manera incorrecta, la no aplicación de descuentos, falta de compromiso en las relaciones comerciales y la pérdida del proveedor en sí. Estos problemas se vuelven frecuentes si no se lleva un correcto proceso de administración de pagos a proveedores. Las malas relaciones comerciales entre empresas y proveedores repercuten directamente sobre la producción por ende estas pueden acarrear distintos problemas para la constructora.

Revisión Literaria

Empresas constructoras

Se entiende por construcción a la técnica o arte de fabricar edificios e infraestructuras y también a las labores de rehabilitación y restauración. Para llevar a cabo todo lo que conlleva a esta labor se requieren de empresas para su dirección y coordinación, por medio de proyectos y planificación; esta es la labor de la empresa de construcción. (Areses Vidal, 2014)

Es decir las empresas constructoras cuentan con la infraestructura y mano de obra necesaria para edificar cualquier tipo o forma de construcción, sin importar mucho el tipo de suelo que se tenga (es decir si es fino o grueso, pedregoso, húmedo, arenoso, mixto, arcilloso o calizo cuando es abundante en sales) además del manejo de los materiales para construcción como cemento, varillas, tabiques entre otros.

Gestión de Proveeduría

En la actualidad la gestión de proveeduría para Gatewit (2016) “es un área de importancia para las actividades de una organización, debido a que garantiza conseguir los mejores productos/servicios en el mercado con las mejores condiciones, las entregas en tiempo oportuno, entre otras ventajas”. La mala gestión de los proveedores, con la recurrencia de los proveedores que han fracasado previamente o que no cumplan con el contrato puede poner en peligro toda operación de la organización, así como los altos costes. Es necesario reunir diferentes métricas para la evaluación objetiva de los proveedores, disponibles para toda la empresa y la evaluación posterior. Para llevar a cabo una gestión eficaz de proveedores es necesario evaluar la madurez de la política de la empresa con relación a la gestión de proveedores, seguido por el trazado de la siguiente estrategia y definir el punto de llegada impulsado temporalmente.

Departamento de Proveeduría

El Departamento de Proveeduría para la Universidad Técnica Nacional (2014) depende de la Dirección Administrativa Financiera y debe coadyuvar en la consecución de objetivos para la Institución en general, además se especializa en determinar las necesidades, seleccionar las fuentes de abastecimiento en este caso los proveedores, establecer términos y condiciones de compras, preparar los contratos de pedidos y hacer el requerimiento para garantizar una adecuada distribución puesto que bajo su responsabilidad esta la corrección y legalidad de los procedimientos relativos a la adquisición de bienes y servicios, conforme al marco jurídico que establecen los distintos entes controladores del país.

Objetivos de la Gestión de Proveeduría

- Adquirir los bienes y servicios en el momento oportuno, con la mejor calidad y al menor costo posible, con el fin de satisfacer las necesidades de las diferentes dependencias de la institución
- Mantener un control adecuado sobre materiales que se encuentran en el Almacén (bodega)
- Brindar un servicio eficiente de entrega de equipo y materiales a las diferentes dependencias.
- Coordinar el proceso de pago a los distintos proveedores de la empresa.

Control de Gestión

Según Beltrán (1998) indica que: “el control de gestión es un instrumento gerencial, integral y estratégico que, apoyado en indicadores, índices y cuadros producidos en forma sistemática, periódica y objetiva, permite que la empresa sea efectiva para captar recursos, eficiente para transformarlos y eficaz para canalizarlos.” Así mismo, Pacheco et al. (2002) comenta que: “el control de la gestión descansa sobre el seguimiento y la medición de indicadores” Referente a lo expuesto anteriormente dentro de una organización es necesario herramientas de control mediante índices, y en base a estos tomar decisiones correctas en utilizar de forma efectivo los recursos que posee la empresa.

Proveedores

Según Kotler (2014) “un proveedor es un ente que se encarga del abastecimiento de un bien o servicio hacia otro ente al que le haga falta” (p. 225), siendo así la persona que surte a otras empresas existencias necesarias para el desarrollo de la actividad este puede ser una persona o una empresa, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos.

Relaciones comerciales

Para Dominguez (2015) “toda empresa sigue una filosofía empresarial que le permite lograr sus objetivos, planteados generalmente con una perspectiva de rentabilidad y crecimiento. Convertirse en el líder de la industria es con frecuencia una expresión que combina este doble planteamiento de desarrollo” (p. 2). La cuestión es cómo lograrlo o dicho de otra manera, saber cuál es la estrategia que permita a la empresa ser rentable y crecer para convertirse en líder de la industria, por lo cual, producir eficientemente, distribuir en forma intensiva, vender agresivamente, desarrollar un esquema de ingeniería financiera ventajoso, seguir procedimientos que garanticen la calidad de los procesos o dar un excelente servicio al cliente son ejemplos de declaraciones que evidencian la orientación empresarial.

Período promedio de pago a proveedores

Aching (2013) indica que: “Es un indicador que permite obtener indicios del comportamiento del capital de trabajo. Mide específicamente el número de días que la firma, tarda en pagar los créditos que los proveedores le han otorgado” (p. 22). Una práctica usual es buscar que el número de días de pago sea mayor, aunque debe tenerse cuidado de no afectar su imagen de «buena paga» con sus proveedores. De acuerdo con la teoría este índice nos permitirá conocer cuánto tiempo se toma la entidad para pagar o cancelar sus obligaciones con sus proveedores, de acuerdo al resultado que obtendremos podemos tomar decisiones para evitar moras u otro tipo de inconvenientes.

Metodología

Los métodos de investigación que se utilizan en el presente proyecto, consisten en una serie de procedimientos prácticos que muestran las características y relaciones esenciales del objeto estudiado; que son accesibles a la contemplación sensorial del investigador, por lo cual, se espera entender a profundidad la problemática que enfrenta las empresas del sector de la construcción, para proceder a resolver la situación, mediante la planificación y el rediseño estratégico con el fin de alcanzar el objetivo pretendido.

Método analítico

Una vez recopilados los datos se usará el método analítico extrayendo los elementos esenciales. El método para la obtención del conocimiento denominado científico para Bunge (2013) “es un proceso de orden lógico, cuyo objetivo es demostrar la veracidad de ciertos enunciados” (p. 16), por lo que la elección del método correcto permitirá conocer la realidad fundamental dentro del proceso de investigación.

Método deductivo

Además se utilizará el método hipotético-deductivo o de contrastación de las hipótesis, el cual se basa en demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis ya que estas no pueden ser demostradas o comprobadas directamente. La esencia de este método investigado “consiste en verificar si la verdad o falsedad del enunciado básico dice la verdad o la falsedad de las hipótesis que ponemos a prueba” (Cazau, 2014, p. 36). Por lo cual, esta propuesta metodológica tiene como finalidad poner a prueba el tema de investigación de la manera más exigente posible.

Tipo de investigación

En el presente trabajo se hace mención al tipo de investigación que se utilizará, permitiendo recoger información, datos necesarios de forma que se pueda interpretar la concordancia existente dentro del problema estudiado, para lograr predecir los resultados en este proceso investigativo.

Investigación descriptiva

Como afirma Toala Loor y Monserrate Gualpa (2013): “La investigación descriptiva es la que estudia las situaciones reales, tal como suceden, indagando sobre las causas y los efectos que produce, así como la propuesta para su solución” (p. 40). Es decir, se busca presentar una interpretación correcta acerca de hechos reales que se suscitan en el proceso de pago a proveedores, las responsabilidades de cada colaborador, así como el tiempo y costos incurridos en cada una de las actividades, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto el comportamiento o estructura del objeto estudiado, identificando los rasgos y características importantes para brindar conclusiones dominantes sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

Técnicas e instrumentos de investigación

Revisión documental

Una de las técnicas empleadas es la revisión documental que según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014) “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas” (p. 246). En esta investigación, se revisará anuarios institucionales, documentos de carácter contable e información plasmada en diferentes revistas propias del sector de la construcción aportando nuevos conocimientos tanto de fuentes documentales primarias: obras originales; y fuentes documentales secundarias: trabajos en los que se hace referencia a la obra de un autor.

La encuesta

La encuesta es un instrumento que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra, mediante el uso del cuestionario. “La recopilación de la información se realiza mediante preguntas que midan los diversos indicadores que se han determinado en la operacionalización de los términos del problema o de las variables de la hipótesis” (Munch, 2013, p. 54). Para la presente investigación se proporcionará una encuesta previamente estructurada en donde las preguntas y posibles respuestas están formalmente estandarizadas para conocer la realidad del proceso de pago a proveedores, enfocando el tiempo de demora, así como los empleados que intervienen, es decir, se ofrecerá una opción al entrevistado entre varias alternativas, teniendo la ventaja de ser controladas y guiadas por el encuestador, siendo importante el orden de las preguntas y respuestas.

Población y Muestra

Población o Universo

Según indica Tamayo y Tamayo (2012) define la población como: “conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos, que presentan características comunes” (p. 180).

El término población en nuestro estudio se refiere específicamente a los diferentes departamentos involucrados en el proceso de pagos a proveedores, para obtener información que ayudará a determinar la factibilidad del proyecto en curso, según datos obtenidos se definió una población finita de 100 entre empleados y proveedores.

Muestra

Según Arias (2012) señala que: “es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83). El objetivo de seleccionar una muestra, es porque pocas veces se puede medir la población en su totalidad, una vez definida la unidad de análisis, se procede a delimitar las personas objeto de estudio, la fórmula para calcular la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

- n = el tamaño de la muestra.
- N = tamaño de la población.
- σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1.96.
- Se procedió a calcular la muestra, y se tiene:
- e = Error admisible 3% (0.03).
- N= 100
- Z= Para el 95% de confianza, 1.96
- σ = 0.5

$$n = \frac{(100) (0.5)^2 (1.96)^2}{(100 - 1)(0.03)^2 + (0.5)^2 (1.96)^2}$$

$n = 92$

La muestra dio como resultado 92 que será el número de personas a ser encuestadas, dentro de cierta empresa constructora, se realizarán 40 encuestas a todos los colaboradores ubicados en los diferentes departamentos involucrados en el proceso de pago a proveedores de materias primas, suministros, servicios y 52 encuestas para los proveedores recurrentes y activos de la constructora, por lo cual se enviara el formulario de preguntas a los diferentes departamentos de Cobranzas.

Resultados

Conforme a los datos obtenidos por medio de las encuestas, se llega a las siguientes interpretaciones:

- Los empleados del sector constructor están de acuerdo con el proyecto de rediseñar el sistema de gestión de proveeduría para de esta forma incrementar el nivel de productividad y reducir costos generados innecesariamente, además los proveedores piensa que el rediseño fortalecerá las relaciones comerciales conjuntamente con la imagen corporativa de las constructoras.
- La mayoría de los proveedores encuestados consideran que implementar esta mejora reduciría el tiempo de despacho permitiéndole a las empresas constructoras, aumentar la producción, generando motivación hacia el proveedor, y una respuesta positiva por parte de los mismos.
- Diseñar un manual de políticas y procedimientos para el departamento de Proveeduría de las distintas empresas de construcción, estima tener buena aceptación por parte del directorio de las entidades, esperando reducir costos y

obteniendo beneficios económicos sustanciales que permitan desarrollar las actividades operativas conjuntamente con el crecimiento empresarial.

- Se debe conservar y cultivar buenas relaciones comerciales con los proveedores para producir un mejor servicio, crecer económicamente y sin lugar a duda lograr la satisfacción en los clientes.

Conclusión

Conforme a la investigación desarrollada se llega a las siguientes conclusiones:

- Se determinó el comportamiento de las empresas constructoras en cuanto al proceso de pago a proveedores identificando falencias y deficiencias existentes en el mismo, lo cual no permitía conocer las responsabilidades y actividades de los departamentos involucrados.
- Se evidenció la carencia de una correcta organización de los departamentos envueltos en el proceso de cancelación de obligaciones financieras con los proveedores, la falta de compromiso y puntualidad en el pago y la baja comunicación interna dentro de la constructora.
- El estudio realizado permitió conocer los procesos ineficientes existentes en el área de Proveeduría y proponer un rediseño de su actual sistema de pagos a través de un manual de políticas y procedimientos para dicho departamento.
- El nuevo diseño permitirá que empresas del sector constructor den una respuesta eficiente a las obligaciones contraídas con los proveedores, contribuyan a la organización interna de la constructora y priorice las buenas relaciones comerciales.

Referencias Bibliográficas

- Aching, C. (2013). *Ratios Financieros y matematicas de la mercadotecnia*. Perú: ESAN.
- Areses Vidal, J. (2014). *MODULO 10: LA EMPRESA CONSTRUCTORA*. Quito : Structuralia.
- Arias, F. G. (2013). *El proyecto de investigación* . Venezuela: Editorial Episteme.
- Beltrán, J. (1998). *Indicadores de Gestión* . Colombia: Editores y Global Ediciones S.A.
- Bunge, M. (2013). La ciencia. Su método y su filosofía. *Paradigma*, 1 -74.
- Cazau, P. (2014). Evolución de las relaciones entre la epistemología y la metodología de la investigación. *Paradigmas*, 28.
- Consejo de Políticas Fiscal y Financiero. (26 de Septiembre de 2016). *CincoDias*. Obtenido de http://cincodias.com/cincodias/2016/09/05/economia/1473080586_093516.html
- Dominguez, J. I. (17 de Marzo de 2015). *Tipos de relaciones comerciales con los clientes*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/tipos-relaciones-comerciales-clientes/>
- Gatewit. (22 de Agosto de 2016). *GateWit*. Obtenido de <http://www.gatewit.com/es/servicios/consultoria/gestion-de-proveedores/>
- Kotler, P. (2014). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson.
- Ministerio de Finanzas. (05 de Junio de 2016). *Ministerio de Finanzas-Ecuador*. Obtenido de <http://www.finanzas.gob.ec/>
- Pacheco, J. (2002). *Indicadores Integrales de Gestión*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Toala Loor, A., & Monserrate Gualpa, J. (2013). *Caso de estudio e implementacion de sistema de gestion documental para la UPS (memoria Ingeniería, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador)*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5381/1/UPS-GT000488.pdf>
- Universidad Técnica Nacional. (12 de Junio de 2014). *UTN*. Obtenido de http://central.utn.ac.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=73:departamento-de-proveeduria&catid=37:organizacional&Itemid=38

Evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación y su Aporte a la Gestión de Recursos Humanos

Ing. Fabian Andrés Espinoza Bazán MSc.
CPA. Dayse María Cevallos Villegas Mgs

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

Las tecnologías de información y comunicación (TIC) permiten a las organizaciones a ser competitivas, innovadoras y productivas en todos los procesos operativos. Ejecutivos, líderes empresariales y personal administrativo enfrentan constantemente los avances tecnológicos de la globalización que muchas veces producen cambios disruptivos en la estructura del negocio. Razón por la cual, el presente estudio examina el aporte de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión de las organizaciones, con un enfoque primordial en los recursos humanos. Para esto se revisó la literatura con base en dos palabras claves, la evolución de las TICs y la gestión de recursos humanos, así mismo examinaron estudios que relacionaban ambos aspectos. Se tomaron como referencia estudios referenciales en América Latina tomado de revistas científicas y de tesis de maestría. Como resultado se tiene que, toda nueva tendencia tecnológica lleva consigo nuevas modalidades en que el capital humano tiene una participación clave para generar ventaja competitiva y productiva en las organizaciones.

Palabras clave: Sistemas de información, tecnologías de información y comunicación, gestión de recursos humanos.

Abstract

Information and communication technologies (ICT) allow organizations to be competitive, innovative and productive in all operational processes. Executives, business leaders and administrative staff constantly face the technological advances of globalization that often produce disruptive changes in the structure of the business. Reason why, the present study examines the contribution of the technologies of the information and communication in the management of the organizations, with a primary focus in the human resources. For this, the literature was revised based on two key words, the evolution of ICTs and human resources management, and also examined studies that related both aspects. Referential studies in Latin America taken from scientific journals and master's theses were taken as reference. As a result, every new technological trend has new modalities in which human capital has a key participation to generate competitive and productive advantage in organizations.

Keywords: Information systems, information and communication technologies, human resources management.

Introducción

Décadas atrás las revoluciones industriales determinaron extraordinarios avances tecnológicos que cimentaron la evolución tecnológica basada principalmente en la investigación. Sin embargo, Toffler (1997) consideró que el avance de la era industrial tenía significado en la revolución tecnológica de información, que nos permite movilizar hacia una sociedad postindustrial. La nueva era industrial desarrolla sistemas cibernéticos, computacionales, de comunicación como instrumentos de fuerza cognitiva. Así mismo, los autores Gibson, Ivancevich y Donnelly (1997) señalaron que la tecnología ligada con las estrategias determina efectos de éxito organizacional. La misma que se desarrolla mediante la transferencia de conocimientos técnicos entre las personas lo que produce beneficios personales.

Es decir, la evolución tecnológica determina un progreso de los avances técnicos y prácticos del conocimiento, que mediante los desarrollos de la interacción de investigaciones se ha generado un cambio disruptivo de nuevos sistemas que permiten con eficiencia solucionar los problemas de los usuarios. Este cambio modificó la forma de producir, tomar decisiones, comunicar y hacer negocios, que en la era actual es factible realizarlos desde los teléfonos celulares, reemplazando a los métodos tradicionales de comunicación (Passos & Da Silva, 2013).

Como resultado del acceso a las tecnologías y su constante crecimiento podemos observar que el Ecuador es un claro ejemplo de constante crecimiento. Según INEC (2013), para el año 2013 un 28.3% de los hogares a nivel nacional cuentan con acceso a internet, 16.5 puntos más que en el 2010. En cuanto telefonía celular el 86.4% de los hogares posee al menos un teléfono celular, 36.7 puntos más que lo registrado en el 2010. El mismo comportamiento de crecimiento sucede con el equipamiento tecnológico de computadoras de escritorio y portátiles con un 18.1% y 27.5% presentando valores altos de crecimiento en el indicador de portátiles con 9.1 puntos y de escritorio en 3.5 ambas más que en el año 2010.

De igual manera la evolución tecnológica ha permitido desarrollar en la población ecuatoriana la interacción de las tecnologías como un medio de comunicación principal en todas sus actividades, interrelacionándolos con otros usuarios mediante las redes sociales el cual les permite relacionarse de manera óptima, con una cobertura del 91,56% del total de la población ecuatoriana.

Desarrollo

Las TICs están revolucionando al mundo laboral mediante la creación de nuevas formas de organización, de gestión, de aumento en la innovación, inclusión y la integración mundial de los mercados laborales. Por lo tanto, si queremos referirnos al futuro del trabajo, debemos tener siempre presente que este se encuentra condicionado por la tecnología, pues estos dos

componentes, a esta altura, no se pueden concebir por separado. El uso generalizado de estas nuevas TICs tiene como consecuencia las nuevas relaciones de trabajo, como el autónomo, el outsourcing y el cooperativo las cuales se destacan por una marcada flexibilidad, pues generalmente se trabaja mediante proyectos y actividades puntuales sin la estabilidad de un contrato de trabajo a tiempo indeterminado.

Según Muscianisi (2017), la tecnología se encuentra en una constante evolución y afecta todos los aspectos en el ámbito personal y laboral. El desafío de la nueva era tecnológica es que los aspirantes a puestos administrativo o de jefatura logren una mayor flexibilidad con adaptaciones de cambio. Por lo tanto, la tecnología afectara a los procesos de trabajo, a las relaciones laborales y principalmente impactara a la gestión de los procesos de recursos humanos. Por esto mismo, los profesionales deberán ser aliados de la tecnología para lograr entenderla y dominarla ampliando la gestión del conocimiento con el objetivo de adaptarse a los cambios de la era tecnológica.

Evolución de las TICS y su Relación con los Sistemas de Información Gerencial

El desarrollo de la tecnología abarca a todas las áreas del conocimiento. Las nuevas TICs que se destacan en la actualidad se encuentran en las biotecnologías, las energéticas, la robótica y las tecnologías de la información y comunicación. Sin embargo, se están produciendo tres cambios fundamentales que están interrelacionados: las plataformas digitales móviles, el aumento del software en línea como servicio y el crecimiento de los servicios informáticos en la nube (Laudon K. & Laudon, 2004).

Las plataformas digitales móviles, son tecnologías de información y comunicación como los smartphones y tablets que facilitan al individuo obtener contenidos en el momento oportuno. La expectativa de los usuarios es contar con un sistema ágil que sea fácil de usar y que brinde respuestas de manera ágil y confiable (Garita, 2013). Según el autor en el diseño de un portal para plataformas digitales móviles se deben considerar ciertos aspectos relevantes como: el volumen de información, una estructura flexible para navegación, conservar estándares básicos de diseño de un portal web y considerar las limitaciones de los dispositivos de los usuarios.

El aumento del software en línea como servicio es un modelo de negocio para distribuir software de manera gratuita o pagada a las organizaciones para soportar sus actividades operativas y de procesamiento de información. Para esto, la empresa proveedora de tecnología de información y comunicación hospeda el software en servidores de cómputo robustos y ofrece el servicio a través de internet al cliente, el cual ingresa con sus credenciales de seguridad. Es decir, todo el procesamiento, los insumos, y los resultados de la lógica de negocio están administrados por el proveedor (Woloski, 2008).

El crecimiento de los servicios informáticos en la nube ha ido evolucionando paralelamente al crecimiento tecnológico del internet. Las grandes industrias de internet como Google, Microsoft, IBM, Oracle, y Amazon disponen de un amplio centro informático para ofrecer almacenamiento de digitalización y de virtualización web accesible y económico a los negocios (Joyanes, 2009).

Sin embargo, los sistemas de información comprenden una serie de sistemas que incluye software empresarial, sistemas operativos, bases de datos, plataformas de internet. etc. Dentro de lo que se conoce como software empresarial, existen distintos tipos de sistemas de información. Estos sistemas pueden clasificarse en cuatro grupos, relacionados con el nivel de la jerarquía organizacional que son más utilizados, como los siguientes: sistemas de procesamiento de transacciones, sistemas de información gerencial, sistemas de soporte de decisiones y sistemas de inteligencia de negocios.

Los autores Hernández, Lyon, Pérez, Nebiolo, García y Sosa (2015) señalaron que los sistemas de procesamiento de transacciones, son aquellos que cumplen la función de administrar y dirigir todos aquellos datos producidos en una transacción mediante la interacción de dos o más personas que forman parte de una negociación en el intercambio de elementos, productos, servicios o información. Sin embargo a nivel mundial dentro de estos sistemas mayormente utilizados se encuentran SAP, PeopleSoft y Oracle.

Los sistemas de información gerencial son modelos de negocio informáticos que interactúa con los contenidos proveniente de un grupo de sistemas integrales y que son procesados mediante plataformas de ordenadores que sistematizan todos los datos receptados, con el fin de mostrar una visión general y amplia de los comportamientos que inciden en la estructura organizacional relacionándolos con las unidades departamentales, para que la dirección estratégica pueda tomar decisiones en base de una interpretación de indicadores que determinan los eventos actuales del mismo (Romero, Inche, & Quispe, 2002).

Desde el punto de vista de Eom y Kim (2006), los sistemas de soporte de decisiones son aquellos sistemas interactivos basados en computador que da soporte a los tomadores de decisiones en vez de reemplazarlos. Estos utilizan datos y modelos para resolver problemas con diferentes grados de estructura, facilitando los procesos de decisiones con un enfoque efectivo. Sin embargo, estos sistemas se clasifican en decisiones estructuradas que se determina de acuerdo a procesos específicos y decisiones no estructurados de alta libertad e incertidumbre de la información recibida de sistemas computacionales para la toma de decisiones.

Por otro lado, los sistemas de inteligencia de negocios, son sistemas de información que acogen a un amplio conjunto de aplicaciones diseñadas para apoyar la toma de decisiones en las organizaciones (Roldán, Carrión & González, 2012). Estos sistemas determinan en las

organizaciones un punto clave de apostar a la tecnología como estrategia táctica en las decisiones de los negocios, ya que las previsiones les permiten señalar el crecimiento de la estructura organizacional y medir su comportamiento.

Otra herramienta que permite de manera eficiente la gestión de información para la toma de decisiones estratégica es el cuadro de mando integral o *balance scorecard* (Kaplan, Norton y Santapau, 1997). La herramienta incorpora indicadores para alcanzar los objetivos planteados en la organización, implementar estrategias objetivas y realizar análisis comparativo entre ratios con el propósito de medir el rendimiento estructural de la empresa. Esto permite identificar el comportamiento de las variables que inciden en la gestión y los procedimientos internos con relación a clientes.

Los Sistemas de Información y su Aporte a la Gerencia de las Organizaciones

Los sistemas de información gerencial hacen referencia a la importancia de las herramientas de información para el logro de ventajas comparativas y el incremento del rendimiento del capital que en realidad se muestran como índices para medir la productividad de la gerencia. También, afirman que el programa base de la organización es incrementar la productividad, y que los sistemas de información contribuyen positiva y eficazmente en el logro de los objetivos. No obstante, la efectividad es definida mediante la relación entre la productividad total real y productividad total estándar, misma que determina el grado de optimización y el funcionamiento del sistema. Por lo tanto, desde esta óptica, se asocia cada etapa de crecimiento o incremento de la productividad dentro de la organización, asociado a un proceso agregado de información dentro del sistema, donde la información debe fluir en su mayor cuantía y sin restricción hacia las personas que deben tomar las decisiones (Prieto, & Martínez, 2004).

En tal sentido, Laudon K. y Laudon (2004), considera a los sistemas de información de gran utilidad para apoyar la toma de decisiones, la coordinación y el control; también pueden ayudar a los administradores y al personal a analizar problemas, visualizar asuntos complejos y crear nuevos productos, ya que los sistemas de información mejoran la efectividad gerencial y profesional formando parte de la estrategia de un negocio, Por otro lado, las nuevas tecnologías tiene un impacto significativo provocando cambios en la línea de producción de las organizaciones que les permite garantizar ventajas competitivas sostenibles.

Estos cambios también se han influenciado en la manera de administrar las organizaciones. Según Huber (1984) las empresas actuales están inmersas en un entorno de cambios complejos e inciertos debido a la evolución tecnológica y diversidad de culturas en la sociedad. Para sustentar este planteamiento es importante apoyarse en la naturaleza de la nueva sociedad postindustrial y su impacto en la toma de decisiones.

De la misma manera, Roldán, Carrión, & González (2012) determinaron que existen tres facetas interconectadas que van a caracterizar la nueva sociedad postindustrial. Primero, el crecimiento exponencial del conocimiento, los avances de las tecnologías de información y comunicación, que encaminan a una mayor disponibilidad y accesibilidad a nuevos conocimientos. Segundo, el crecimiento de la complejidad postindustrial genera mayor número de componentes de individuos y organizaciones, como también aumento de especializaciones y diversidad tecnológica, económica y social. Tercero, un mayor nivel de turbulencia en el entorno que demanda tomar decisiones con más frecuencia y de manera rápida. Estas decisiones serán más complejas porque incluirán mayor número de variables, relacionadas entre sí. No obstante, la mayor turbulencia de la sociedad provocará que la adquisición de información por parte de las organizaciones sea más continua. Y finalmente que dicha adquisición de información será más amplia, con múltiples perspectivas y mayor alcance.

Los Sistemas de Información en las Unidades Administrativas

Según Correa y Gómez (2008) señaló que Supply Chain Management son sistemas de información integrales que coordinan sistemáticamente estrategias en las funciones de negocio tradicional y las tácticas utilizadas a través de esas funciones de negocio, al interior de una empresa y entre los diferentes procesos de la cadena de suministro, con el fin de mejorar el desempeño en el largo plazo tanto de la organización como de toda la cadena de suministro en general, uno de estos sistemas son *e-procurement* que son una herramienta que permite automatizar los procesos tácticos y el flujo de información asociados con el aprovisionamiento. Además, Urzelai (2006) define que el *e-procurement* automatiza el proceso de compras, a través del software y de la tecnología de Internet, y mejora la relación entre comprador y vendedor compartiendo información ágil y continua.

Los sistemas de gestión de relaciones con los clientes, son sistemas estratégicos de negocio que permiten orientar al cliente. Esta tecnología está ligada con los procesos, sistemas y comunicaciones para construir relaciones que perduren a largo plazo en las negociaciones mediante la comprensión de las necesidades. Por otro lado, la funcionalidad del sistema es distribuir información adecuadamente a los clientes acerca del crecimiento de la organización y el posicionamiento de la marca, analizando informes mediante la interacción de herramientas que profundizan en el conocimiento del cliente, sus valores y necesidades, ya que esto permite a la organización conocer y anticiparse a los deseos del cliente con el fin de satisfacer sus necesidades (Ramón & Flórez, 2013).

Según Buitrago y Castrillón (2006) los sistemas de gestión del conocimiento, es un sistema facilitador de la búsqueda, codificación, sistematización y difusión de las experiencias individuales y colectivas del talento humano de la organización, para convertirlas en

conocimiento globalizado, de común entendimiento y útil en la realización de todas las actividades de la misma, en la medida que permita generar ventajas sustentables y competitivas en un entorno dinámico. También, permite reducir costos mediante lo cognitivo y lo práctico fomentando el aprendizaje en la gestión de conocimientos de programas gestionando correctamente la información con el fin de crear valor en el personal de la organización. Por lo tanto los sistemas de información permiten mejorar en la empresa a través de un mejoramiento continuo, maximización de la calidad, la innovación y el aprendizaje en toda la organización mediante la tecnología que permite almacenar y distribuir conocimiento a toda la estructura organizacional.

Sistemas de colaboración y trabajo en equipo, se ha desarrollado gracias a las herramientas de interacción social, video conferencias y manejo de redes sociales en donde empresas emprendedoras mantienen comunicación con sus clientes mediante el uso de estos sistemas. Sin embargo, las TICs ha permitido desarrollarse dentro de las redes sociales de una forma rápida, ya que la gestión de publicidad mediante las redes sociales ha permitido brindar una comunicación fluida con el usuario y con el equipo de trabajo administrativo desde las organizaciones, en donde se mantiene un constante monitoreo y seguimiento de los gustos de los clientes mediante herramientas inteligentes que permiten analizar los comportamientos del mismo.

Los Sistemas de Información en la Gestión de los Recursos Humanos

El impacto de la tecnología en la cultura de las organizaciones se concluye que la base de las teorías de los sistemas socio técnicos, ya que en estos sistemas se da una perene interacción entre los grupos humanos y la tecnología que utilizan las empresas. Por lo tanto, los cambios en el sistema técnico conducen a cambios en el sistema social de la entidad, y entre los cambios generan discrepancias de tal manera que la resistencia al cambio puede conducir al fracaso de la empresa, Por esta razón es que cuanto más desarrollo tecnológico empresarial se posea, mayor será la exigencia para la gestión del conocimiento, pues entre ambas, mayor será la dependencia de talento humano con competencias técnicas y emocionales capaces de marcar una diferencia organizacional. (Hampton, & Summer 1989)

Desde el punto de vista de Ibáñez, (1999), el hombre es el activo fijo más importante en las organizaciones, todas las actividades son creadas por y para él. Por lo tanto, la gestión de la tecnología es posible solo a través de personas. La tecnología también está desplazando trabajos tradicionales y creando nuevas plazas que requieren habilidades diferentes. La informática, cuyo límite de potencial para producir cambios no se conoce, está ejerciendo un importante impacto sobre la estructura de las organizaciones, la naturaleza, la locación del trabajo y la forma en la que se organiza. Por lo tanto, las sociedades del futuro, la información y el

conocimiento serán cruciales para la competitividad, ya que está facilitando los cambios en las estructuras organizativas, creando organizaciones más horizontales, dando lugar a una gestión que comparte ideas y se comunica con un enfoque más participativo a la gestión de las personas. La tecnología moderna ahora hace posible que aspectos del trabajo se realicen fuera de la empresa, por ejemplo, desde casa, e incluso más allá de las fronteras nacionales. Por otro lado, las nuevas tecnologías, además de generar nuevos productos y servicios, están afectando a los puestos de trabajo, a la naturaleza de las competencias necesarias para desempeñar los puestos, y a la organización de los trabajos en oficinas (Muscianisi, 2017. p 27).

El autor señaló que el progreso tecnológico va a un ritmo vertiginoso y tiene un alcance universal que produce soluciones adaptativas por parte de las organizaciones. Las nuevas tecnologías cambian los procesos, y hacen que operaciones de diversa índole sean más sencillas y generan una transformación en las competencias y en los departamentos de recursos humanos. Aunque la tecnología es un elemento que no está directamente ligado al sistema de recursos humanos, influye profundamente en la gestión de estos, sobre todo por las siguientes razones:

- Se suprimen ineficiencias.
- Se advierten y descartan los trabajos duplicados.
- Se elimina todo lo que no aporta valor.
- Se externalizan servicios si sale más rentable.

Cuando se habla de tecnología de recursos humanos se hace partiendo de diferentes puntos de vista: En primer lugar, las aplicaciones informáticas vinculadas a la gestión integral de personas, con software diferente de actual vigencia dentro del mercado que ofrecen unos resultados que abarcan múltiples procesos, como la selección de personal, contratación, capacitación, entrenamiento, análisis y descripción de puestos, planes de beneficios mediante sistemas que permiten la interpretación y contrastación de datos como Meta4, Peoplesoft, SAP, Oracle (Muscianisi, 2017. p 31).

El segundo lugar es para el gran avance de las telecomunicaciones y la transmisión de información, creando nuevas relaciones laborales a distancia y disminuyendo en gran medida el contacto personal. Se trata de un progreso que ha permitido que no haya demoras, del cual no se cometan errores y tampoco que baje el número de oficinas. Finalmente, la robótica, desarrollando constantes y progresivos cambios en los procesos de producción, transformando el perfil de las ocupaciones y reduciendo el índice de empleo. El propósito de las funciones del departamento de recursos humanos es responsabilizarse de facilitar el talento idóneo con valores que aporten al capital humano de la institución. Para ello, es preciso que la mayoría de los departamentos vuelvan a redefinir sus funciones e incorporen otros elementos, como la

automatización de los flujos laborales, la red de Internet, la implementación de servicios compartidos por empleados y directivos, intranet. La aplicación de tecnologías de la información en una compañía no es siempre una señal de mejoría, ya que lo fundamental es tener un objetivo definido, cuantificable y visible en cuanto a la toma de decisiones (Muscianisi, 2017. p 32).

Según García (2014), indicó que, al momento de buscar medios tecnológicos adecuados, las firmas corporativas intentan incrementar el capital de la compañía hacia un retorno de inversión óptimo. Estos aspectos son la funcionalidad, la flexibilidad en las soluciones o la posibilidad de aumentar la productividad de los empleados que son los más buscados. Además, se intenta buscar procedimiento de multiplataformas, que fluyan sobre cualquier base de datos, con el objetivo de resolver problemas generales respecto a los recursos humanos de la empresa, dentro de las cuales se emplean las siguientes nuevas tecnologías:

SAP (Sistemas de Aplicaciones y Procesos): Engloba un área elemental que contiene los denominados procesos de fuerza de trabajo (datos personales, nominas, gestión de tiempos, beneficios). No obstante, en la actualidad su movimiento va encaminado a áreas más estratégicas para los recursos humanos: reclutamiento, formación, capacitación, evaluaciones de desempeño, compensaciones y, en definitiva, la retención del talento.

Meta4: Se trata de una compañía que suministra una herramienta muy completa, cuyo principal objetivo es fomentar la productividad de la empresa, de manera que perciba que es necesaria la inversión en recursos humanos. Abarca soluciones que van desde la mejora del clima laboral hasta la gestión y retención del talento. Asimismo, dispone de mecanismos concretos para premiar la fidelidad de los clientes tradicionales.

PeopleSoft: Es una compañía que suministra soluciones de recursos humanos que posibilitan gestionar procesos de negocio, que van desde la entrada en la plantilla de empleados hasta la jubilación, en base a aplicaciones de internet.

Cezanne: Es un software veloz, sencillo y de bajo coste que cuenta con una alta funcionalidad, en base a la reducción de trámites administrativos, a la agilización de la gestión de las personas y a métodos para involucrar a los trabajadores de modo más productivo.

Intranet: como ya se ha mencionado, se trata de redes corporativas internas que disponen de potentes herramientas que difunden la información de la empresa a los empleados con plena eficiencia, logrando que estos estén continuamente informados acerca de las novedades y de los datos de la compañía.

E-recruitment: La fuerte irrupción de Internet ha dado lugar a la búsqueda de aspirantes por medio de la red mediante la publicación de ofertas de empleo. De esta forma, han surgido aplicaciones como e-recruitment, que permiten efectuar una elección automática de acuerdo

con los criterios predefinidos. Sin duda, estas aplicaciones han posibilitado recibir, clasificar y elegir postulantes con unos claros beneficios en términos de coste y tiempo.

Las Nuevas Tecnologías en el Ámbito Laboral

Investigaciones previas identifican las nuevas tecnologías en el ámbito laboral, aspecto que es parte de la naturaleza de *los millennials*. En forma general, los estudios revelaron que, aunque las empresas sean de distinta en magnitud y en su manera de aplicar la tecnología, coinciden en que se necesita realizar capacitaciones al personal para que aprendan a realizar nuevas actividades y amplíen su conocimiento. Siendo esto, un desafío para los profesionales de RRHH ya que la comunicación entre personas está disminuyendo influyendo negativamente en la evolución tecnológica.

El departamento de recursos humanos le interesa que sus empleados utilicen los procesos tecnológicos para que las tareas sean útiles y eficiente para ocupar el recurso en otras tareas más complejas. Las empresas tienen que tomar de forma positiva todos los nuevos cambios disruptivos que produce la tecnología, caso contrario sería improductiva y perdería ventaja competitiva frente a las demás (Woloski, 2008). Todos los cambios que motivan a las personas, para utilizar la tecnología de la mejor manera posible. La diferencia siempre la van a hacer las personas, porque la tecnología está al alcance de todos.

La literatura muestra dos corrientes muy claras, la primera es que la tecnología va a seguir avanzando y que van a comenzar a utilizarse mucho más las computadoras y cada vez menos cabezas pensantes; y por otro lado las empresas se valen mucho de la tecnología, pero nunca van a dejar de lado a la parte humana. La tecnología es una ventaja competitiva para todas las entidades que hagan uso correctamente de ella y que los empleados van a obtener muchos beneficios gracias a las TICs, uno de ellos será la menor cantidad de trabajo repetitivo, que actualmente afecta la motivación de las personas.

También será beneficioso para las organizaciones que sus empleados manejen la tecnología, para que hagan uso de la misma en aquellos procesos que sean dichosos de emplearla y utilicen ese tiempo ganado para realizar tareas que agreguen valor a la empresa, para que la misma sea más productiva y de esta forma obtenga mayor competitividad en el mercado. Por un lado hay que dejar en claro que esta situación de cambios tecnológicos permanentes no va a finalizar pronto. La tecnología va a continuar en movimiento y las personas que trabajen en el transcurso de estos cambios deberán adaptarse para poder crecer, tanto en lo profesional como en lo personal.

Conclusiones

Se concluye que a pesar de que la tecnología está evolucionando en los procesos y las relaciones de trabajo estos han sido afectados, como también la gestión de recursos humanos. Los profesionales están ante un desafío clave: aceptar la aparición de la nueva era, entenderla, afrontarla y adaptarse para optimizarla al máximo posible. De lograrlo, serán de ayuda y utilidad de las personas que tengan a su cargo, quiénes terminarán siendo beneficiadas con el progreso.

El desafío no termina sólo en las personas sino que la apuesta se redobla también a las organizaciones, las cuales deberán estar propensas al cambio y asimilar el impacto tecnológico de la mejor manera posible. El beneficio será para cada área que integra la organización que potenciarán diferentes aspectos en caso de utilizarla en forma adecuada.

Las organizaciones permanecen en lucha interminable por permanecer en el mercado, en competitividad y esa preocupación lo lleva a estar diariamente viendo que nuevos sistemas y cambios, las cosas nuevas que se pueden hacer y tratar para sus colaboradores, de estar siempre en las últimas novedades, ya que la tecnología avanza mucho más rápido de lo que uno puede asimilar.

Frente a la constante evolución tecnológica, el profesional de Recursos humanos debe tener la capacidad de ser un destacado para mediar con ellos, ser siempre una fuente de consulta y una opción de ayuda permanente que deberá, entre otras funciones, facilitará de manera tenue la disrupción de la nueva era. Por el momento, el capital humano sigue siendo tan importante como el tecnológico.

Con el paso del tiempo, la tecnología fue ganando terreno y paulatinamente se fue instalando en la vida cotidiana. Como pasó en la Revolución Industrial, las nuevas tendencias también fueron suplantando en algunos casos al personal, porque efectivamente su trabajo significó más eficiencia y velocidad. No obstante, a raíz de esta tendencia también se generan nuevas modalidades que van a ser trascendentales en el futuro y donde el capital humano también tendrá participación clave.

Referencias Bibliográficas

Buitrago, D. Y. F., & Castrillón, M. A. G. (2006). *La gestión del conocimiento*. Universidad del Rosario, Facultad de Altos Estudios de Administración y Negocios.

Correa, A. & Gómez, R. (2009). Tecnologías de la información en la cadena de suministro. *Dyna*, 76(157), 37-48.

- Eom, S., Kim, E., A survey of Decision Support System Applications (1995-2001)., The Journal of the Operational Research Society. Oxford, Vol. 57, No. 11, 2006, pp. 1264
- Garita, R. A. (2013). Tecnología Móvil: desarrollo de sistemas y aplicaciones para las Unidades de Información. *Revista e-Ciencias de la Información*, 3(2).
- García Fernández, L. (2014). Aplicación de las TIC en la gestión y dirección de los recursos humanos= ICT application in human resource management.
- Gelabert, M. P. (2007). *Recursos humanos: dirigir y gestionar personas en las organizaciones*. Esic Editorial.
- Gibson, J.I, Ivancevich J.M. Donnelly Jr. J.H. (1997). Las Organizaciones, Comportamientos, Estructura. *Colombia Mc Graw Hill*.
- Hampton, D. R., & Summer, C. E. (1989). *Manual de desarrollo de recursos humanos* (No. 658.3124 H3Y 1989).
- Hernández, C., Lyon, D., Pérez, A., Nebiolo, G., García, J., & Sosa, L. (2014). TPS, MIS, DSS y ESS.
- INEC, I. (2013). Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS).
- Ibáñez, J. S. (1999). Uso educativo de las redes informáticas. *Educación*, (25), 81-92.
- Joyanes, A. L. (2009). La Computación en Nube (Cloud Computing): El nuevo paradigma tecnológico para empresas y organizaciones en la Sociedad del Conocimiento. *Revista Icade. Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, (76), 95-111.
- Kaplan, R. S., Norton, D. P., & Santapau, A. (1997). *El cuadro de mando integral*. Barcelona: Gestión 2000.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2004). *Sistemas de información gerencial: administración de la empresa digital*. Pearson Educación.
- Muscianisi, V. (2017). El avance tecnológico y sus repercusiones en la gestión de recursos humanos.
- Passos, J. E., & da Silva, T. L. K. (2013). La Evolución Tecnológica y su Impacto en el Diseño de la Interfaz.
- Prieto, A., & Martínez, M. (2004). Sistemas de información en las organizaciones: Una alternativa para mejorar la productividad gerencial en las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 10(2).

- Ramón, J. M., & Flórez, R. (2013). La gestión de las relaciones con clientes (CRM) en empresas industriales. Nivel de desarrollo y generación de beneficios. *DYNA Management*.
- Roldán, J. L., Carrión, G. A. C., & González, J. L. G. (2012). Los sistemas de inteligencia de negocio como soporte a los procesos de toma de decisiones en las organizaciones. *Papeles de economía española*, (132), 239-260.
- Toffler, A. (1997). *La Tercera Ola*. P & J Editores.
- Urzelai, A. (2006). *Manual básico de logística integral*. Díaz de Santos, España.
- Woloski, M. (2008). *Aplicaciones de Software como Servicio* (tesis doctoral), Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

La bolsa de valores en el Ecuador

Ing. Javier Antonio Constantine Castro, Mgs.
Econ. Martha Jaroslava Guerrero Carrasco MSc.

**Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas,
Cda. Universitaria “Salvador Allende”, Guayaquil, Ecuador**

Resumen

En todo el mundo las Bolsas de Valores tienen una importancia económica fundamental, porque son movilizadoras de grandes volúmenes de inversión, posibilitando además la presencia de pequeños inversores o ahorristas que de otra manera no podrían pensar en acceder a coparticipar en los beneficios y riesgos de las grandes iniciativas empresariales.

La primera Bolsa surgió en Bruselas, Bélgica, alrededor de los siglos XIV y XV, extendiéndose posteriormente a Amberes y Amsterdam; justamente en esta última bolsa, tuvo lugar el primer gran “crack” (caída de precios) de acciones

Estas instituciones surgieron con el fin de ubicar en un solo sitio a los comerciantes que llegaban de distintas regiones a intercambiar sus mercaderías para así poder ejercer un control más efectivo sobre ellos. Con la evolución de la economía, se empezaron a transar contratos representativos de las mercaderías (títulos valores) sin que se tenga que llevar físicamente los productos.

En nuestro país, el primer intento por crear una Bolsa de Valores se dio en la ciudad de Guayaquil en 1847, motivada por la euforia que por esos años se sentía en todo el mundo con respecto a levantar capitales y crear empresas, no obstante esta bolsa tuvo una vida muy corta.

Posteriormente con el “boom” de las exportaciones que experimentó el Ecuador por los años 1870 al ser el principal productor y exportador de cacao, los comerciantes se dieron cuenta que tenían suficiente capital como para establecer una Bolsa de Valores y así lo hacen en 1873, con el nombre de Bolsa Mercantil de Guayaquil, la misma que era muy dinámica cotizándose alrededor de 20 empresas siendo principalmente los bancos de aquella época, cerrando sus puertas a inicios del siglo XX.

El primer intento de crear una Bolsa de Valores en el siglo XX, fue alrededor de los años 30 y fracasó debido a que el país no estaba listo ni lo suficientemente maduro como para hacer frente a una empresa de esa naturaleza. Luego en 1969 por una iniciativa de la Comisión de Valores Corporación Financiera Nacional, se promovió la apertura de dos bolsas : una en Guayaquil y otra en Quito, siendo la CFN la propietaria del 77% de las acciones de la Bolsa de Valores de Guayaquil, hasta que en 1992 empiezan a venderlas al sector privado.

Palabras clave: *Bolsa de valores, como funciona, como invertir, bolsa de valores en el Ecuador*

Abstract

Throughout the world, the Stock Exchanges have a fundamental economic importance, because they are mobilizing large volumes of investment, also allowing the presence of small investors or savers who otherwise could not think of accessing coparticipating in the benefits and risks of the great business initiatives.

The first Stock Exchange arose in Brussels, Belgium, around the XIV and XV centuries, extending later to Antwerp and Amsterdam; just in this last bag, took place the first big crack (fall in prices) of shares

These institutions emerged in order to place merchants arriving from different regions in a single site to exchange their merchandise in order to exercise more effective control over them. With the evolution of the economy, they began to negotiate representative contracts of merchandise (securities) without having to physically carry the products.

In our country, the first attempt to create a stock exchange took place in the city of Guayaquil in 1847, motivated by the euphoria that was felt around the world in those years with respect to raising capital and creating companies, despite this stock market He had a very short life.

Later, with the boom in exports that Ecuador experienced in the 1870s, being the main producer and exporter of cocoa, the merchants realized that they had enough capital to establish a Stock Exchange and they do so in 1873, with the name of Mercantile Exchange of Guayaquil, the same one that was very dynamic quoting around 20 companies being mainly the banks of that time, closing its doors at the beginning of the 20th century.

The first attempt to create a Stock Exchange in the twentieth century was around the 30s and failed because the country was not ready or mature enough to deal with a company of that nature. Then, in 1969, an initiative of the Securities Commission, Corporación Financiera Nacional, promoted the opening of two stock exchanges: one in Guayaquil and another in Quito, with the CFN owning 77% of the shares of the Guayaquil Stock Exchange, until in 1992 they start selling them to the private sector.

1. Introduccion

La bolsa de valores se basa en los ingresos extra, sobre todo en efectivo, generan la inquietud de cómo hacer para que rindan. Existen varias opciones, entre ellas, depositar en un banco, comprar inmuebles, poner un negocio, y una que se ha vuelto atractiva últimamente es el mercado de valores.

En el 2016 las negociaciones en la bolsa crecieron un 65%. Pero, ¿para qué sirve este mercado?, ¿quién puede participar en el? y ¿cómo se debe hacer para invertir? El

objetivo de la bolsa de valores es "conectar a las personas, tanto naturales como jurídicas, que tienen fondos para invertir en empresas que buscan financiamiento", explica Paul McEvoy, gerente general de la Bolsa de Valores de Quito (BVQ). Además, agrega que no existe un monto mínimo o máximo de capital, aunque "antes de invertir es recomendable buscar asesoría". Esto se consigue en una casa de valores.

Primero los interesados en invertir en la bolsa "deben ir a una casa de valores, donde se llevan a cabo las negociaciones del mercado de valores", dice McEvoy. Existen 31 casas autorizadas por la BVQ y la Superintendencia de Compañías. El listado se encuentra en la página web de la bolsa. En las casas se recibe asesoramiento por parte de personas certificadas. Carlos Iván Casares, gerente general de la casa de valores Ecofsa, dice que "se explica los tipos de documentos que se negocian, el comportamiento del mercado, balances de las empresas. En el caso de que el cliente busque un título específico se analiza si está disponible".

También, se revisa la situación patrimonial, los ahorros existentes, los planes futuros de gastos del interesado y de acuerdo a ello los asesores dan una guía de la mejor forma de inversión.

La bolsa de valores permite realizar inversiones con información. El mercado es más transparente y organizado por tener que pasar algunas calificaciones y filtros. Francisco Escudero, quien tiene acciones en la bolsa, comenta que le gusta esta forma de inversión porque "me dan información y controlan las cosas de manera seria". Cuando una empresa se inscribe en la bolsa tiene que estar dispuesta a entregar información. Cada semestre debe proporcionar estados financieros. También, las compañías deben publicar los hechos relevantes. De esta manera los inversionistas están al tanto de lo que sucede y pueden tomar decisiones en torno a sus inversiones.

2. Desarrollo

2.1 ¿Qué es la bolsa de valores y cómo funciona?

Por lo regular sabemos poco acerca de la Bolsa de Valores. Se han generado muchos mitos a su alrededor y existe la tendencia de creer que es un lugar donde se juntan especuladores para generar dinero a costa de otros y que es algo riesgoso. La verdad es que se trata de algo bastante normal y fácil de comprender. Cuando una persona desea comprar o vender una parte de una empresa, el lugar para hacerlo es en la Bolsa de Valores.

En el momento en que una persona decide abrir un negocio, existen tres opciones para hacerlo: empezar desde cero, comprar una franquicia o asociarse con alguien ya exitoso. Si comienzas desde cero y vas a construir tu empresa, puedes ser el dueño único o pedirle a otra persona que participe en una sociedad anónima. El capital de tu empresa se va a dividir en acciones que van a representar las porciones de la empresa que cada uno de los dueños posee.

Si optas por comprar una franquicia de una empresa ya existente, la compra debe ser documentada ante un notario y con ello recibirás acciones de los dueños anteriores. En el caso de asociarse con alguien que ya cuenta con un negocio exitoso, lo que ocurre es que se hace una ampliación en el capital de la empresa. Esto significa que se emiten nuevas acciones para representar la aportación que tú vas a hacer para convertirte en dueño de una parte del negocio o empresa.

Para que una empresa pueda crecer se necesita de un capital adicional, por lo que se requieren nuevos socios que aporten ese capital. La forma de encontrar a esos socios es haciendo una oferta pública, de tal forma que todas las personas interesadas puedan invertir en la empresa.

En el momento en que una empresa hace una oferta pública en la Bolsa, la empresa se hace pública también, por lo que no sólo los accionistas tienen acceso a toda la información, sino que cualquier persona puede conocer los resultados y desempeños de dicha empresa. Al lanzar una oferta pública se debe proporcionar toda la información necesaria para que las personas interesadas en comprar una parte de ella puedan conocer las condiciones en las que ésta se encuentra.

Una vez que alguien ha adquirido acciones de una empresa en la Bolsa de Valores tiene la opción de venderlas en el futuro, ya se trate de una inversión que no le convenga o que quiera su dinero de vuelta. Para que otros inversionistas compren esas acciones deben poder evaluar la conveniencia, por lo que necesitan que la información esté actualizada. Es por ello que la información se mantiene pública, para que todas las personas interesadas cuenten con los elementos necesarios para evaluar la compra o venta de una acción.

La Bolsa de Valores funciona como un gran mercado donde se compran y venden acciones. Cuando una empresa lanza nuevas acciones o las vende por primera vez se hace una oferta pública, ésta se conoce como mercado primario. Después, las acciones se negocian entre particulares, esto es conocido como mercado secundario.

El precio de la compra y venta de las acciones se fija de acuerdo con las leyes de libre mercado: oferta y demanda. Quienes compran acciones fijan el precio al que están dispuestos a comprarlas y quienes las venden hacen lo mismo. De esa forma se van efectuando las operaciones.



2.2 ¿Cómo invertir en la bolsa de valores?

El interesado en invertir en la bolsa necesariamente debe acudir a una casa de valores, cuya función principal es actuar como intermediario de valores, es decir, realiza la compra-venta de títulos por cuenta de sus clientes o en base a su propio capital.

Una vez elegida una casa de valores, ahí un operador lo asesorará sobre las opciones para invertir, que dependerán del capital que disponga y de los títulos que estén en venta en el mercado. El operador le explicará cuál es la rentabilidad que le ofrece cada compañía por cada acción.

Cuando se tiene un dinero en mano, una de las principales preguntas que salta es "¿cómo lo hago rendir?", sobre todo en épocas de crisis. Invertir en un negocio puede ser una opción. Otra es invertir ese dinero en bolsa de valores. ¿Pero puede una persona natural hacerlo? ¿Cómo? ¿Cuál es la rentabilidad?

Contestando a la primera pregunta, cualquier persona puede convertirse en inversionista de una compañía sin necesitar de grandes sumas de dinero. No existen máximos ni mínimos de inversión. Sin embargo, la Bolsa de Valores de Guayaquil (BVG) recomienda iniciar con \$ 500 o \$ 1.000.

Aquí el cliente podrá invertir su dinero en alguna de las dos modalidades: renta fija o renta variable.

Renta fija. Es un tipo de inversión formada por todos los activos financieros en los que el emisor está obligado a realizar pagos en una cantidad y en un periodo de tiempo establecido. Aquí el emisor garantiza la devolución del capital invertido y una cierta rentabilidad (pago de interés).

El inversionista no tiene la posibilidad de cobrar el valor de su inversión anticipadamente, pero lo que puede hacer es venderlo a través del mercado secundario.

Renta variable. Es invertir en acciones o en valores de participación. En cualquiera de ellas obtiene un rendimiento al final del año fiscal producto de lo que las empresas decidan qué hacer con la utilidad y cómo distribuirla. Las empresas o sus accionistas pueden tomar la decisión de distribuir un porcentaje total en cualquiera de estos casos:

- **Dividendos en efectivo.** Significa darle un valor a prorrata* de cada uno de los accionistas. Le generará un rendimiento en acción de lo que ellos han invertido.

- **Dividendos en acciones.** Es un forma de retribución a los accionistas mediante la entrega de nuevas acciones de la misma empresa. Es un sistema alternativo al dividendo en efectivo. La empresa puede resolver pagar una parte en efectivo y la otra en acciones.

2.3 ¿Qué gano?

Casi todo en la vida conlleva un riesgo. Invertir tiene como riesgo perder parte del capital, lo que ocurre en casos como que la empresa en la que se haya invertido no generó utilidades en un año fiscal.

Por esta temor, hay inversionistas que quieren tener un bajo nivel de riesgo, es decir, estar seguros de que el dinero les será devuelto y les pagarán intereses. No obstante, ese rendimiento será bajo, no podrá ser alto. Esta relación "rendimiento-riesgo" es directamente proporcional: a mayor riesgo, mayor rendimiento; a menor riesgo, menor rendimiento.

Pero también hay inversionistas que apuestan a un riesgo alto; en esos casos se tendrá una tasa de retorno más alto.

Es el inversionista quien decide cómo apostar su dinero. Pero para entenderlo mejor, se explica esta inversión con los siguientes ejemplos de acuerdo con las dos modalidades mencionadas anteriormente:

- **Renta fija:** Si invierte \$ 5.000 en renta fija, a 4 o 5 años y para obtener un rendimiento cada 90 días, al 8%, ganará \$ 100 cada trimestre.

- **Renta variable:** Si la persona ha invertido \$ 5.000 en acciones y la empresa ha generado una rentabilidad de un 10%, eso significa que la persona habría ganado \$ 500 durante todo ese año. Aquí la empresa puede resolver pagar el 100% en efectivo o repartir un dividendo en acciones. Si es la primera opción, el inversionista recibirá el rubro total en efectivo, pero si es la segunda, una parte del pago será en efectivo y la otra parte en acciones. Hay casos en que las empresas resuelven reinvertir las utilidades por tema estratégico y habrá que esperar otro año fiscal. Ante esta última opción, habrá que revisar si la rentabilidad fue positiva, igual o, en el peor de los casos, negativa.

Las casas de valores realizan negociaciones de compra y venta de valores, como acciones de empresas y bonos públicos y privados. Entre las principales alternativas

de inversión están la compra de acciones, obligaciones, papeles comerciales y titularizaciones, que emiten empresas solventes y reconocidas en el mercado.



2.4 La bolsa de valores en Ecuador

Son corporaciones civiles sin fines de lucro, autorizadas y controladas por la Superintendencia de Compañías, sujetas a las disposiciones de la ley de mercado de valores y resoluciones expedidas por el Consejo Nacional de Valores.

Tiene por objeto brindar a sus miembros, las casas de valores, los servicios y mecanismos requeridos para la negociación de valores en condiciones de equidad, transparencia, seguridad y precio justo. Tales operaciones se dan en el marco de un conjunto de normas y reglas uniformes y con el manejo de suficiente información.

Ecuador fue uno de los primeros países de América Latina en establecer una bolsa de valores (1844) pero desafortunadamente no supo aprovechar el liderazgo, y con el pasar de las décadas fue retrocediendo en este mercado a tal punto, que en la actualidad es uno de los mercados más incipientes de la región.

Para fines del siglo XIX en el mercado de capitales ecuatoriano se compraban y vendían giros en dólares y libras esterlinas, bonos emitidos por las empresas de capital abierto con vencimiento de hasta 9 años plazo, cédulas hipotecarias con vencimientos de hasta 25 años plazo y acciones de una veintena de empresas de las más variadas actividades económicas.

Se estima que por lo menos el 5% de todas las empresas constituidas a fines del siglo XIX se cotizaban en la Bolsa Mercantil de Guayaquil. (Gloria Polastri, 1998).

2.5 Bolsa de valores de Guayaquil.

La historia de la actividad bursátil en Guayaquil se inicia en 1847, motivada por la euforia que por esos años se sentía en todo el mundo con respecto a levantar capitales y crear empresas, siguiendo el ejemplo de la más famosa bolsa de esa época que era la de Londres. No obstante, esta bolsa tuvo una vida muy corta y desapareció después de unos cuantos meses.

La Bolsa de Valores de Guayaquil es una institución cuya mayor fortaleza es pertenecer justamente a una ciudad que siempre ha sido el nervio motor de la economía del país, puerto principal y que se distingue por su liderazgo empresarial, por lo que ha sido considerada la Capital Económica del Ecuador.

Posteriormente, con el boom de exportaciones que experimentó el Ecuador por los años 1870 al ser el principal productor y exportador de cacao, los comerciantes se dieron cuenta que tenían suficiente capital como para establecer una bolsa y así lo hacen en 1873. La institución tuvo el nombre de

Bolsa Mercantil de Guayaquil y se ubicó en lo que hoy es el Malecón Simón Bolívar, muy cerca de la Gobernación de la Provincia. Esta institución cerró sus puertas a inicios del presente siglo por causas desconocidas

En 1969, por una iniciativa de la Comisión de Valores Corporación Financiera Nacional como se llamaba en aquella época a la CFN, se promovió la apertura de la Bolsa de Valores de Guayaquil.

Las primeras oficinas de la BVG estuvieron ubicadas en Víctor M. Rendón y Córdova.

La empresa contó como miembros de su directorio con el Ab. José Salazar como Presidente, el Sr. Luis Vélez Pontón como Vicepresidente, Eco. Enrique Salas, Dr. Alejandro Ponce y Lcdo. Víctor Bruque como vocales. La primera rueda en la BVG se llevó a cabo el 31 de agosto de 1970. En el primer año de su funcionamiento, las negociaciones se repartieron así: 96,5% renta fija y 3,5% renta variable.

2.6 Bolsa de valores de Quito.

En resumen la vida jurídica de la Bolsa de Valores de Quito ha tenido dos momentos de especial relevancia. El primero corresponde a su primera fundación, la misma que tuvo lugar en 1969 en calidad de Compañía Anónima, como iniciativa de la llamada entonces Comisión de Valores, Corporación Financiera Nacional, veinte y cuatro años después, en 1993; el mercado bursátil ecuatoriano se vio reestructurado por la Ley de Mercado de Valores, en la que se estableció la disposición de que las Bolsas se transformen en Corporaciones Civiles sin fines de lucro.

Así entonces en Mayo de 1994 la institución se transformó en la Corporación Civil Bolsa de Valores de Quito, conociéndose este hecho como la segunda fundación de esta importante entidad.

2.7 La bolsa de valores un cisne en el mundo pero patito feo en Ecuador

El año pasado en Ecuador, en el mercado de valores, se negoció un 8 % del Producto Interno Bruto (PIB). En 2016 lo negociado en Bolsa de Valores de Colombia y Perú representa un 25 % del PIB

En el mundo la Bolsa de Valores es un pilar para el desarrollo del sector productivo. Allí las empresas consiguen financiamiento a largo plazo, con ese dinero amplían sus negocios y así crean nuevas plazas de trabajo.

Pero, en Ecuador no influye de manera significativa en la economía del país. El año pasado el total de lo negociado en el Mercado de Valores ecuatoriano representa el 8 % del Producto Interno Bruto (PIB); mientras que en Colombia y Perú, fue de 25 % y en Chile, un 65 %. Así lo indica a Diario EXPRESO Paúl McEvoy, gerente general de la Bolsa de Valores de Quito.

Es evidente que la Bolsa de Valores es un cisne hermoso para el mundo, pero en Ecuador es como si fuera un patito feo, hasta cierto punto rezagado o muy poco tomado en cuenta por las empresas a la hora de buscar financiamiento.

Las cifras dicen que la Bolsa de Valores ecuatoriana todavía requiere desarrollarse.

Pero, según McEvoy, ningún mercado de valores en el mundo se ha desarrollado sin la participación de los fondos de pensión. “En el caso del Ecuador existe prácticamente un monopolio en la administración de los fondos, que está en manos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y del banco Biess, de sus activos de 17.000 millones de dólares, apenas un 2 % está invertido en el Mercado de Valores”, manifiesta McEvoy.

Por lo tanto se requiere una política enfocada a desarrollar la Bolsa de Valores, en otros países hay incentivos tributarios si es que se invierte en el Mercado de Valores.

En el caso de Ecuador se puede trabajar en un mejor marco regulatorio, para ayudar a los emprendedores, dice el gerente de la Bolsa de Valores de Quito.

Para McEvoy hay un segundo punto importante para desarrollar la Bolsa de Ecuador, es que exista un mayor conocimiento de parte del público acerca de las bondades y alternativas que ofrece el Mercado de Valores. Entre los beneficios están que la empresa puede diversificar sus fuentes de financiamiento; construir su propia propuesta de endeudamiento; acceder a una fuente de recursos estable de forma directa; conseguir plazos de financiamiento más largos a tasas muy competitivas y fortalecer la imagen empresarial para negociaciones locales e internacionales.

El punto de vista de Sergio Torassa, exdirector de la Bolsa de Valores y profesor de Finanzas del IDE Business School, reafirma la opinión de McEvoy. Torassa indica que es académicamente indiscutible que la diversificación financiera genera muchos efectos positivos sobre el aparato productivo de un país. De hecho, son abundantes los estudios que identifican a la diversificación como una de las condiciones necesarias para el desarrollo económico: gracias a ella es posible la realización y mantenimiento de grandes obras de infraestructura, el progreso acelerado de la industria y la aparición de empresas innovadoras que alientan la sofisticación de la producción y las exportaciones.

“En Ecuador, el peso del crecimiento de la financiación empresarial reciente ha sido asumido por la banca. Nuestras bolsas son muy pequeñas y pocas empresas han aprovechado las ventajas del fácil acceso a la financiación a largo plazo que las mismas proporcionan”, explica Torassa.

La situación es consecuencia de una multiplicidad de razones, que tienen que ver tanto con el marco regulatorio, como con la estructura de propiedad de las compañías, la cultura de los empresarios y los incentivos tributarios.

Sin duda, esta es una de las asignaturas pendientes que habrá de abordar el nuevo Gobierno que salga de las urnas en abril de este año, en coordinación con los intermediarios financieros, las propias bolsas y el organismo de regulación y supervisión.

Deja en claro que lejos de ser alternativas que compiten entre sí, bancos y mercados conforman un binomio en el que el desarrollo de una parte redundante de forma positiva sobre la otra.

Lamentablemente, entre 2006 y el año 2015, la capitalización bursátil de los mercados ecuatorianos -esto es, el valor total de todas las acciones de todas las empresas cotizadas- solo se incrementó en 2.662 millones de dólares, menos de \$ 300 millones anuales.

No ha sido esta la tónica de la región, donde las bolsas de Colombia y Perú han crecido por encima de los 30.000 millones de dólares, seguida por la bolsa salvadoreña que lo hizo en 13.110 millones de dólares. Panamá vio cómo su capitalización crecía en casi \$ 5.000 millones, mientras que la bolsa boliviana es la que mayor crecimiento porcentual registró durante esos años (el 177 %).



2.8 Monto mínimo aconsejado para invertir en bolsa es de \$ 5.000

El mercado de valores es una alternativa para hacer crecer el patrimonio de forma sostenible, incluso le da la oportunidad de invertir como accionista de las empresas más rentables del país. Un campesino de 65 años de edad (identidad protegida), invirtió \$ 15.000 en la bolsa de valores. Parte de su inversión se destinó a una farmacéutica de consumo masivo y a bonos del Estado. Gracias a la rentabilidad de este portafolio, ahora recibe un mínimo de \$ 230 trimestrales. Otro caso es el de un joven de 33 años, quien recibió \$ 50.000 por un seguro de vida de su padre. Él colocó

estos fondos en la bolsa de valores y que las ganancias fueran traspasadas a su madre. Hoy ella recibe trimestralmente \$ 800.

¿Cómo funciona el mercado de valores? Es un segmento del mercado de capitales en el cual se encuentra la gente que desea invertir su dinero y las empresas que quieren captarlo. Aquí se negocian valores entre oferentes y demandantes a través de los mecanismos previstos en la Ley de Mercado de Valores.

Gonzalo Cucalón, vicepresidente de la Asociación de Casa de Valores (Asocaval), explicó que el mercado de valores canaliza de forma directa recursos financieros hacia actividades productivas. “En el sistema tradicional, la gente pone su dinero en la banca y luego las empresas lo solicitan a través de créditos. Mientras que en la bolsa, las personas pueden invertir en acciones, obligaciones y bonos del Estado, sin necesidad de la intermediación de entidades financieras”, señaló.

Para que la actividad se ejecute hay regulaciones y controles por parte de la Superintendencia de Compañías, Asocaval y calificadoras de riesgo que se basan en la Ley del Mercado de Valores y normas impuestas por el Gobierno. Los encargados de asesorar al inversionista son las casas de valores, quienes ayudarán a los inversores a escoger la mejor estrategia de inversión de acuerdo a sus metas. Cucalón mencionó que toda persona que tiene ahorros puede invertir. Una cifra recomendada es \$ 5.000, (en Banrío se lo puede hacer desde \$ 1.000).

A través del mercado de valores se tiene acceso a empresas con calificación triple y doble A, donde los rendimientos están desde el 6% hasta el 9%. Para diversificar el riesgo, el usuario puede invertir en un portafolio de inversión y colocar su dinero en varias empresas, por ejemplo: en una de consumo masivo, en una farmacéutica y otra parte en bonos del Estado (ver infografía). Un gran porcentaje de la ciudadanía lo desconoce y quienes han oído hablar de él no lo consideran seguro debido a que no identifican sus ventajas, señaló Cucalón.

Al respecto, el mismo Gobierno manifestó la intención de convertir a las bolsas de valores en una alternativa rentable de hacer negocios y obtener financiamiento. Sin embargo, el sector aún está a la espera de que se tomen en cuenta sus propuestas para incentivar el sector. Para Walter Spurrier, analista económico, se deben incrementar los incentivos para que el inversionista privado compre acciones de empresas multinacionales y que este proceso sea transparente.

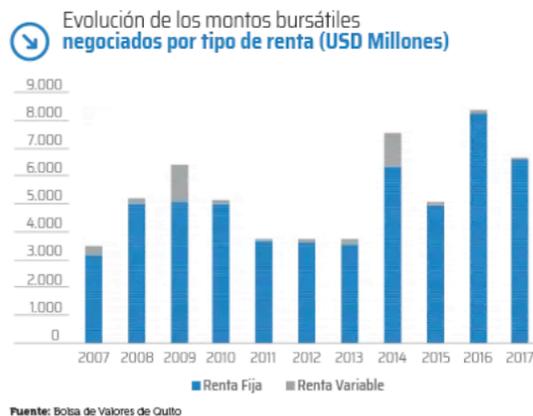
El analista también cree que hay que pensar en función de tener un mercado de valores con una legislación acorde, protección para accionistas minoritarios, pero no que puedan bloquear decisiones de los mayoritarios y ciertas reglas muchos más estables por parte del Gobierno. El mercado bursátil en Ecuador generó más de \$ 8.000 millones en 2016, equivalente a cerca del 8% del producto interno bruto (PIB). Mientras que países como Colombia y Chile invirtieron 206% y 330% respectivamente.

3. Resultados

Resta mucho por hacer para aprovechar el potencial de este sector donde hay actores destacados: empresas de valores así como una estructura completa dentro de las bolsas de Guayaquil y Quito. Al analizar al sector bursátil, vemos que los montos negociados se han incrementado, pero todavía no alcanzan una gran participación dentro de la economía.

Los principales actores del sector buscan exponer la importancia de este mercado para incentivar a que se participe en él, algo que es necesario para el desarrollo de un país. Con el fin de presentar el vigor de este mercado, a continuación analizamos algunos de sus aspectos más destacados. En primer lugar se presentan sus cifras, con el fin de entender su evolución y componentes. Posteriormente veremos los factores que inciden en la evolución de la bolsa para, finalmente, detallar los riesgos que existen al invertir en este mercado. El objetivo: detallar que los riesgos que se pueden dar no son distintos a los de otros mercados y, ante un mejor conocimiento, es posible invertir con mayor certidumbre.

Evolución del mercado bursátil



En el periodo 2007-2017, el monto negociado creció en valores nominales en 90,8%; el pico más alto se logró en 2016 al lograr USD 8.336 millones. En ese año la economía en su conjunto decreció, pero se contó con liquidez, lo que permitió que se incrementen también las inversiones. En lo que a participación se refiere, el monto negociado también ha variado en estos 10 años moviéndose entre 3,9% en 2013 a 10,3% en 2009. En el año 2017 la participación fue de 6,6%, que a su vez es también la tasa promedio de participación en el periodo 2007-2017. Estos resultados son lejanos al 330% que este sector tiene en el PIB de Chile, por ejemplo, o el 206% de Colombia en 2016.

Dentro de las negociaciones en bolsa, las inversiones se pueden clasificar en dos grandes grupos: renta fija y renta variable. Las inversiones de renta fija son aquellas

en las que se conoce de manera anticipada los flujos de renta. En este segmento se encuentran los bonos, obligaciones, pagarés, bienes, entre otros. Si existe un interés fijo, las variaciones que se den en el mercado no afectan al título. El precio se puede modificar si el título se comercializa nuevamente. En este caso, los que invierten en renta fija lo hacen ya que se reduce la incertidumbre se conserva la información inicial.

Por otro lado, los títulos de renta variable son aquellos en los que no se conoce la información final.

En Ecuador, precisamente, la mayoría de los títulos negociados corresponden a renta fija.



La razón por la que se menciona que los agentes económicos no participan completamente de este mercado se debe a un hecho concreto: existen 276 emisores a nivel nacional, entre entidades del sector financiero y aquellas que no forman parte de esta actividad. De esta manera, menos del 0,5% del universo de empresas en el país

trabajan con emisiones en bolsa. Un aspecto importante es que el 54% de los emisores se concentran en Guayas y 33% en Pichincha.

Más allá de lo que esta consolidación representa en el país, se destaca que existe, sin que sean cifras enormes, una mayor presencia de empresas de Guayaquil antes que de Quito. En el caso de Azuay, 12 empresas son emisoras.



El comercio y la industria concentran, cada una, el 30% de las entidades emisoras, en tanto que los servicios lo hacen en un 13% y las actividades agropecuarias en un 11%. Las entidades financieras que emiten tienen un peso del 9%.

Para medir la evolución del mercado bursátil ecuatoriano, se generó el Ecuindex. Se trata de un índice nacional de precios y cotizaciones en el mercado ecuatoriano y se maneja igual que otros índices bursátiles del exterior. Un incremento del mismo refleja que se dio un aumento en el precio de las acciones de las empresas que cotizan en las bolsas de Quito y Guayaquil. Un comportamiento de esta naturaleza da como resultado un incremento de la demanda de acciones y de mejores expectativas, como se describe en el boletín de la Bolsa de Valores de Quito.

Este indicador se mide en cada sesión desde el año 2015 cuando se dio un decrecimiento en su valoración, dada la mayor complejidad que se presentó en la economía ecuatoriana. A mediados de 2016 se ubicó por debajo de los 1.050 puntos, en un año de decrecimiento de terremoto. En 2017 el índice se recuperó y los dos primeros meses de 2018 superó los 1.250 puntos.

4.



Conclusión

En conclusión la bolsa de valores para varios países tercer mundistas es muy importante ya que esto les ayuda en su economía, en el momento en que una persona decide abrir un negocio, existen tres opciones para hacerlo como empezar desde cero, comprar una franquicia o asociarse con alguien ya exitoso.

En el Ecuador la bolsa de valores no es tan recurrente por los empresarios o accionistas ya que en este país la bolsa de valores no esta administrada bien y solo es un monopolio que se encarga de eso y es el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y del Biess y a penas un 2% está destinado para el mercado de valores que es muy poco, es x eso que podemos decir que el Ecuador esta en crecimiento en cuanto

a la bolsa de valores y para ser necesario el crecimiento pronto y certero de la bolsa de valores se debería dar incentivos como lo hacen en otros países.

La inversión en el mercado bursátil del Ecuador se mantiene como una alternativa para las empresas y el gobierno. Es una forma de vincular a la sociedad con las diferentes actividades productivas a la vez que permite que las empresas puedan invertir, emprender, innovar y crecer.

En Ecuador este mercado cuenta con las condiciones para desarrollarse, pero depende de una mayor participación de los agentes económicos. Si bien la bolsa de valores depende de algunos factores para su crecimiento, al igual que enfrenta riesgos, muchos de éstos no son exclusivamente suyos. Todo mercado y actividad conllevan riesgos, y los que tiene este sector no difieren en gran medida de otros, demostrando así la necesidad de trabajar en este escenario.

5. Referencias

Revista Fundacion UNAM, publicado el 18 de febrero del 2015, México- que es la bolsa de valores y como funciona

Diario el Universo, Economía- publicado el 11 de octubre del 2016, Ecuador-Asesoría: Xavier Neira Salazar, presidente casa de valores Citadel. Rodolfo Kronfle Akel, presidente de la Bolsa de Valores de Guayaquil. Invertir bolsa valores puedo hacerlo como que gano?

Diario Expreso, publicado el 20 de marzo del 2017, Ecuador- Lina Zambrano-la bolsa de valores un cisne en el mundo pero patito feo en ecuador

Diario El Comercio, publicado el 20 de abril del 2017, Ecuador- Gabriela Coba- actualidad/bolsadevalores

Revista Alto nivel, publicado el 19 de enero del 2018, Mexico- Francisco Orozco- Guía para invertir en la bolsa de valores y hacer crecer tu dinero

Archivo web, 2013- Bolsa de valores de Quito

Archivo web, 2016- Bolsa de valores de Guayaquil

