

e S

empresa & sociedad

Negocios desde la academia

Volumen 23, número 5
Enero-Abril 2023



La Revista Empresa y Sociedad, es un órgano oficial para la difusión de estudios e investigaciones de las universidades y escuelas politécnicas, institutos o centros de investigación, debidamente reconocidos y acreditados, a nivel nacional e internacional.

Su objetivo es establecer un vínculo entre la Universidad con la colectividad para direccionar la solución al desarrollo que nuestro país y el mundo globalizado plantean como realidades por resolver.

Los artículos a publicar serán de corte científico tecnológico, conforme a la siguiente clasificación: Artículos de Investigación, Artículos Académicos y de Innovación Tecnológica, Artículos de revisiones bibliográficas, Artículos de reflexión, Tesis de impacto.

Los conceptos expresados en los artículos competen a sus autores. Se permite la reproducción de textos citando la fuente. Los artículos de la presente edición pueden consultarse en la página web de la revista.

Rectora

Ing. Mara Cabanilla Guerra, Ph.D.

Vicerrectora Académica

Ec. Mercedes Conforme Salazar, Ph.D.

Decana de Posgrado e Investigación

Vicerrectora de Investigación, Innovación,
Relaciones Internacionales y Vinculación

Decano de Grado

Ing. Diego Aguirre, Met.

Edición

Dr. Luis Carlos Mussó

Coedición

Mgtr. Carlos Luis Ortiz

Diseño y diagramación

Lcdo. Ricardo Espinosa, Mgtr.

© Editorial UTEG
Abril de 2023
Volumen 23, número 5

© De los autores



Consejo Editorial

Ph.D. Mercedes Conforme Salazar: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador
Ph.D. Olga Bravo Acosta: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador
MSc. Gorki Aguirre Torres: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador
Ph.D. Otto Patricio Suárez Rodríguez: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
MSc. César Arturo del Pino Anchundia: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador
Ph.D. Igor Ivanov, Universidad Estatal Tecnológica de Belgorod, Rusia
Ph.D. Ricardo Villamonte Blas: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú
Ph.D. Carlos Martínez Martínez: Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, Cuba
MSc. Delia Arrieta Díaz: Universidad Juárez del Estado de Durango, México
Ph.D. Freddy Marín González: Universidad de la Costa, Colombia

Comité Científico Internacional

Ph.D. Olga Morelba Bravo Acosta, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador
Ph.D. Otto Patricio Suárez Rodríguez, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador
Ph.D. Carlos Leonel Escudero Sánchez, Universidad Nacional de Loja, Ecuador
Ph.D. Uriel Sánchez Zuluaga, Universidad de Medellín, Colombia
Ph.D. Freddy Marín González, Universidad de La Costa, Colombia
Ph.D. Alina Rodríguez Morales, Universidad de Guayaquil, Ecuador
Ph.D. Luis Alan Acuña Gamboa, Universidad Autónoma de Chiapas, México
Ph.D. Eduardo Julio López Bastidas, Universidad de Cienfuegos, Cuba
Ph.D. Yosvani Miranda Batista, Universidad de Ciencias Pedagógicas José Martín, Cuba

Los artículos que se publican en la revista son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente el pensamiento de Empresa & Sociedad

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Av. del Bombero Km 6.5
PBX.: +593 4 6052450 Guayaquil, Ecuador
www.uteg.edu.ec
www.creativecommons.org

Index

5

Liminar

Síndrome de Burnout y el Desempeño laboral: Una perspectiva comparada entre personal del área comercial y operativa de CNEL EP Unidad de Negocio Santa Elena

Priscila Recalde, Ronny Elías Nieto

6

16

Importancia del uso de la Chía en la Gastronomía
Cristian Moreno Benavides, Iliana Salguero Torres, Manuel Romero

Uso de especias y hierbas nativas en la gastronomía ecuatoriana

Manuel Romero Almeida, Cristian Moreno Benavides, Iliana Salguero Torres

24

35

Propuesta de modelo para establecer emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica Covid-19, Guayaquil-Ecuador

Dayana Denisse Mora, Sonnia Urbina

Modelo de estrategias de branding en la competitividad en empresas B2B-Ecuador, caso Tecasen

José Gabriel Adum, Andrés Hernández

52

68

Análisis de las políticas públicas para fomentar el emprendimiento en el sector turístico en el Ecuador, período 2017-2020

Steeven Ronaldo Vincés, Otto Suárez

Congestión de la terminal portuaria de Guayaquil desde la perspectiva de los importadores, 2019-2020

Ximena Carolina Orellana, Otto Suárez

86

105

Gestión en control interno de crédito y cobranzas para contrarrestar impactos en carteras vencidas. Caso-Trapesam

Mirka Paola Sáenz, Sonia Urbina

Análisis de la competitividad de principales puertos de América del Sur durante pandemia Covid-19

Marcelo Santiago Carvache, María Claudia Rivas

120

138

Estrategias de reactivación del turismo sostenible para el impulso económico y competitivo del cantón Esmeraldas, post pandemia

Marcelo Santiago Carvache, María Claudia Rivas

Liminar

La Revista EMPRESA Y SOCIEDAD inicia las tres entregas de 2023 con esta, la edición número 5. Los procesos para dar a conocer resultados de los presentes trabajos son visibles en las páginas que a continuación presentamos. Se bien es verdad que la investigación avanza siempre, lo mismo sucede con su proyección hacia la comunidad académica y hacia el lector interesado. Las tres secciones que mantiene la Revista EMPRESA Y SOCIEDAD permanecen como investigación científica, reflexión y revisión.

En la sección Investigación de la Revista 5 se incluyen 6 artículos. Con “”, Priscila xxx nos introduce en el universo de un mundo que atiende xxxxx. A través de “Importancia del uso de la chía en la Gastronomía”, Cristian Moreno, Iliana Salguero y Manuel Romero proyectan a la comunidad académica el resultado de su trabajo sobre un producto de enorme potencial.

Con “Uso de especias y hierbas nativas en la gastronomía ecuatoriana” Manuel Romero, Cristian Moreno e Iliana Salguero levantan información acerca de una serie significativa de especias y su espacio en la cocina de nuestro país. “Propuesta de modelo para establecer emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica Covid-19, Guayaquil-Ecuador”, de Dayanna Mora y Sonnia Urbina, nos enfrenta a un norte para los negocios en época de confinamiento.

A través de “Modelo de estrategias de branding en la competitividad en empresas b2b-Ecuador, caso Tecasen”, José Adum y Andrés Hernández revisan valores de marca en el caso de una empresa concreta en el Ecuador.

Por medio de “Análisis de las políticas públicas para fomentar el emprendimiento en el sector turístico en el Ecuador, período 2017-202”, Steeven Vines y Otto Suárez abren una importante senda de investigación sobre el turismo en el ámbito nacional.

Luis Jurado Moreira y Otto Suárez, con “Congestión de la terminal portuaria de guayaquil desde la perspectiva de los importadores, 2019-2020”, iluminan el camino sobre al comercio exterior.

“Análisis del impacto de la pandemia covid-19 en el sector turístico de Montañita, Ecuador (marzo – agosto)”, de Joao Secaira y José Bohórquez, abarca el mundo del turismo en tiempos de confinamiento. Y con “Análisis de la competitividad de principales puertos de América del Sur durante pandemia covid-19” Marcelo Carvache y María Claudia Rivas actualizan data comercial en la región.

Nos satisface esta, la entrega número 5 de la Revista EMPRESA Y SOCIEDAD, y colocamos a disposición de la comunidad académica las propuestas investigativas de sus autores. Continuamos en el propósito de socializar conocimientos y aportar en diferentes niveles a la educación superior.

El editor.

Síndrome de Burnout y el Desempeño laboral: Una perspectiva comparada entre personal del área Comercial y Operativo de CNEL EP Unidad de Negocio Santa Elena

Burnout Syndrome and Work Performance: A comparative perspective between person- nel from the Commercial and Operational areas of CNEL EP Santa Elena Business Unit

Priscila Recalde¹
Ronny Elías Nieto Pasquel²

Resumen

En las últimas décadas existe un gran interés en el sector empresarial por conocer las dinámicas del desempeño laboral de los colaboradores. Uno de los factores de mayor interés lo constituye el síndrome de burnout laboral y su incidencia en el desempeño, equilibrio cognitivo y emocional en los trabajadores. Es así como, la investigación tuvo por finalidad identificar la relación que existe entre el síndrome de burnout y el desempeño laboral a través de un estudio comparado entre el área comercial y operativa de los colaboradores de la empresa CNEL EP UN Santa Elena. El estudio es descriptivo – correlacional, haciendo uso del test Maslach Burnout Inventory y un cuestionario de desempeño laboral. La muestra se constituyó de 261 colaboradores, distribuidos en 65 del área comercial y 195 al área operativa. El desempeño laboral en la empresa se encuentra en un nivel medio tanto en los colaboradores del área comercial como operativa. Existe una correlación de Pearson positiva débil de ,374**, entre el Síndrome de Burnout y el Desempeño Laboral de los colaboradores del área operativa, mientras que los colaboradores del área comercial no presentan correlación.

Palabras clave:
Síndrome de Burnout,
Desempeño Laboral,
Estrés Laboral, Motivación

1 Priscilla Elizabeth Recalde Rivera, Máster en Alta Dirección Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

2 Ronny Elías Nieto Pasquel, Máster en Administración de Empresas Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Abstract

In the last decades there is a great interest in the business sector to know the dynamics of the work performance of the collaborators. One of the factors of greatest interest is the labor burnout syndrome and its impact on performance, cognitive and emotional balance in workers. Thus, the purpose of the research was to identify the relationship between burnout syndrome and job performance through a comparative study between the commercial and operational area of the employees of the company CNEL EP UN Santa Elena. The study is descriptive - correlational, using the Maslach Burnout Inventory test and a job performance questionnaire. The sample consisted of 261 employees, distributed in 65 from the commercial area and 195 from the operational area. The work performance in the company is at a medium level both in the collaborators of the commercial and operational area. There is a weak positive Person correlation of .374**, between the Burnout Syndrome and the Work Performance of the collaborators of the operational area, while the collaborators of the commercial area do not present a correlation. Keywords: Burnout Syndrome, Work Performance, Work Stress, Motivation

Introducción

A mediados del siglo XX aparecen las primeras señales de la presencia de burnout que se atribuyen a los cambios sociales, económicos y culturales que se da principalmente en los colaboradores cuyas profesiones están ligadas altamente con el contacto a terceros, es por ello que este síndrome se ve presente en profesiones donde la principal función es la prestación de servicios lo cual es la principal característica de las instituciones del sector público (González, 2015)

Diferentes investigaciones han aportado al conocimiento sobre este síndrome, es así como, en un estudio descriptivo correlacional realizado por Lulo Trucios (2017), la investigación se centró en datos relevantes excluyendo datos sociodemográficos a fin de ser más objetivos en los resultados. A partir del uso del coeficiente de correlación de Spearman encontró que el síndrome de burnout y el desempeño laboral tiene una correlación inversa significativa en un nivel muy alto en los colaboradores del Call Center los cuales tienen una alta relación con los clientes externos,

De igual forma, Centurion & Palacios (2017) desarrollan en el Banco de Crédito del Perú agencia España una investigación relacionando el síndrome de Burnout y su influencia en el Desempeño Laboral de los colaboradores. Destaca como resultado que la influencia del síndrome de burnout en el desempeño laboral es negativa y altamente significativa, por lo que a través del estudio de las dimensiones se puede determinar que la realización personal es la de mayor importancia, siendo necesario estudiar las dimensiones de burnout que afectan al desempeño de los colaboradores.

En esta misma línea de investigación, Mendoza (2019), indaga en un Centro de Atención de salud en el 2018 en el personal administrativo el síndrome de Burnout y el Desempeño Laboral, participando en la investigación 77 colaboradores, utilizó un método descriptivo correlacional, encontrando relación entre el Síndrome de Burnout en el desempeño laboral con $Rho = -0.647$ y el $p=0.000 < 0.05$, evidenciando la existencia de relación inversa y moderada del Síndrome de Burnout en el desempeño laboral.

Por otra parte, (Donaire Córdova, 2021) orienta su trabajo hacia funcionarios públicos del Hospital María Auxiliadora, con un estudio correlacional encontró que el síndrome de burnout y el desempeño laboral es alto con un porcentaje del 35% , encontrando una relación significativa entre el síndrome de burnout y el desempeño laboral en los trabajadores de la institución objeto de estudio.

El Síndrome de Burnout está asociado a las condiciones de estrés que se desarrollan por presentarse situaciones laborales de alta implicación para colaboradores tanto de atención al cliente, administración pública, entre otros. En la actualidad el Síndrome de Burnout en algunos entornos laborales no se le presta la importancia que tiene debido a los efectos que tiene en la salud emocional y física de los colaboradores de empresas tanto del sector público como privado.

El cambio a la modalidad de trabajo al que se vieron obligados los colaboradores de CNEL EP UN Santa Elena por la llegada de la pandemia y el tratar de conciliar la vida laboral y profesional ha causado conductas negativas, generando estrés laboral en el personal del área comercial, así mismo el personal operativo el cual realiza sus actividades en las calles, ha visto postergado el cumplimiento de sus objetivos, pues muchos no son habilitados para volver a sus laborales por considerarse personal vulnerable y esto causa en ellos un ambiente de inconformidad e incertidumbre por no saber con seguridad si su puesto estará vacante a su retorno.

Las medidas de bioseguridad como el distanciamiento y el aforo en instituciones públicas hacen difícil atender a todos los clientes, quienes al acercarse ya tienen una mala actitud. Por su parte el personal operativo afronta reorientación de los procesos internos afectando el cumplimiento de metas provocando con ello una pésima actitud con sus compañeros y con el cliente externo. Ante esta realidad la empresa CNEL EP UN Santa Elena no ha sido ajena, por lo que el diagnóstico del síndrome en los colaboradores, desde una perspectiva comparada entre dos áreas que tienen trato directo con el cliente externo contribuyó a evidenciar a situación laboral y de desempeño en torno a este síndrome, que al estar presente puede provocar una actitud negativa frente a la atención que deben brindar a los usuarios.

El síndrome de burnout debe detectarse a tiempo y relacionar si su presencia es lo que determina el desempeño laboral del personal de servicio al cliente y operativo, y así tomar las medidas correctivas necesarias evitando que el personal llegue a tal desmotivación que cometa errores que se vean reflejados en el prestigio y la seriedad de la institución, y con ello cumplir con los objetivos institucionales.

En el contexto de la investigación y ante la problemática identificada se buscó conocer la influencia del Síndrome de Burnout en el desempeño laboral desde una perspectiva comparada en colaboradores de dos departamentos distintos de la unidad de negocio Santa Elena de la empresa pública CNEL EP.

Metodología

Enfoque de la investigación

El enfoque es mixto, en lo cuantitativo las variables son susceptibles a medición y cambios a través de escalas numéricas, determinando así el grado de Burnout que presenta el sujeto investigado. Se complementa con lo cualitativo dado que los resultados son interpretados y así observar la realidad y proponer alternativas de solución mejorando la calidad de vida de los colaboradores de la institución.

Tipo de investigación, técnica e instrumentos

El tipo de investigación es descriptiva, a fin de conocer la realidad de los colaboradores, el síndrome de burnout y su desempeño laboral en la empresa CNEL EP Unidad de Negocio Santa Elena, además se realizó un análisis de correlación de Pearson, midiendo el síndrome de burnout y desempeño laboral. Se empleó como técnica de investigación la encuesta, empleando el cuestionario de Maslach Burnout Inventory (MIB) y un cuestionario 90° de autoría con validación de juicio de experto orientado a recabar datos sociodemográficos y laborales de los trabajadores orientado a la medición del desempeño laboral de los trabajadores.

Población y muestra

La población corresponde a 430 trabajadores, con muestra de 261 colaboradores, distribuida de forma proporcional para cada departamento, 75% (195) al departamento operativo y el 25% (66) al área comercial. En ambos departamentos los colaboradores atienden al cliente externo en relación a la oferta de servicios de la empresa.

Resultados y discusión

Análisis del síndrome de Burnout entre los colaboradores del departamento Comercial y Operativo de CNEL EP UN Santa Elena. En la sub-escala “Agotamiento Emocional”, para el área comercial el 86% (57) se encontró en el nivel bajo, mientras que 12% (8) de los colaboradores se ubicó en un nivel alto y 2% (1) en un nivel medio. En el caso del área operativa los colaboradores se ubicaron en un 80% (155) con nivel bajo, 17% (34) con nivel alto y un 3% (6). Si bien la mayoría de los trabajadores presentan un bajo agotamiento emocional, es necesario observar a lo interno de cada departamento, ya que en un importante número de colaboradores existe alto agotamiento emocional. Es decir, en el caso del área comercial 12% de colaboradores del área comercial se ubicaron en un nivel alto de agotamiento emocional, mientras que en el área operativa 17% de los colaboradores presentan un nivel alto de agotamiento emocional, lo cual es importante canalizar para evitar que se traduzca en un bajo rendimiento del colaborador.

En lo que respecta a la subescala del Síndrome de Burnout “Valoración Personal” se encontró que en el caso del departamento del área comercial 71% (47) de los colaboradores se encuentran en un nivel bajo, un 15% (10) en nivel medio y un 14% (9) en nivel bajo. En el caso del área operativa 65% (127) se ubicó en un nivel bajo, un 22% (43) en nivel alto y un 13% (25) en nivel medio. Si bien en ambos departamentos prevalece el nivel bajo para esta sub-escala, es necesario observar a lo interno de cada departamento ya que se traduce en una alerta para la empresa en relación a la atención preventiva de la situación evidenciada ya que al tener una atención con el cliente esto puede afectar el desempeño laboral y verse reflejado en el trato al cliente externo.

En la Subescala Despersonalización, se encontró que en el área comercial 43% (28) se encuentran en un nivel medio de la subescala, mientras que 29% (19) se ubican en nivel medio y un 29% (19) en un nivel bajo. El departamento del área operativa 46% (90) se ubicó en un nivel medio, 37% (73) en un nivel bajo y un 16% (32) en nivel alto. Al comparar ambos departamentos se observa que la mayoría de colaboradores en esta subescala se ubican en nivel medio, lo que significa que es necesario atender a los colaboradores ya que es un indicio de que están experimentando lo que se ha denominado tendencia a quemarse en el trabajo.

Comparación por género y el síndrome de Burnout y subescalas.

Con el fin de identificar las escala de agotamiento emocional por sexo y por departamento, los resultados de la encuesta muestra que en el departamento comercial existe un nivel bajo de agotamiento emocional, tanto para el personal femenino (67%) y masculino (92%); sin embargo cabe recalcar que los resultados también indican que entre el personal encuestado el femenino tiene un nivel más alto de agotamiento emocional que el masculino en el departamento comercial, mientras que en el departamento operativo el nivel es bajo tanto para hombres como para mujeres y son los hombres que presentan un nivel alto ya que los resultados demuestran que el departamento operativo cuenta con más hombres que mujeres laborando en él.

En la comparación de la subescala del Síndrome de Burnout “Valoración Personal” por género se encontró que en el departamento comercial en el género masculino prevalece un nivel bajo de valoración personal con 82% (42) mientras, en tanto que en el género femenino los niveles se encuentran en igualdad de porcentajes es decir un 33.3% para el nivel bajo, medio y alto. En el caso del departamento operativo, es necesario destacar que el personal femenino es de dos trabajadoras, y en este caso el nivel de valoración personal es bajo. Por su parte el género masculino muestra un nivel bajo con un 65% (125) y respectivamente 22% (43) presentan un nivel alto y un 13% (25) de los trabajadores se encuentran en nivel medio, se observa que en la mayoría del personal masculino se observa como necesario realizar una atención del personal orientada en fortalecer la percepción de realización y competencia favoreciendo así la atención al cliente.

La subescala de despersionalización analizada desde el departamento y el sexo en CNEL EP Santa Elena demuestra que en el área comercial el sexo femenino muestra un nivel alto del 33% y un nivel bajo del 40% mientras que el personal masculino cuenta con un nivel medio del 47% y un nivel alto del 27% estos porcentajes son los más significativos dentro de las respuestas obtenidas. Por su parte el departamento operativo cuenta con un nivel medio y alto en cuanto al personal femenino ya que en números representan 2 dentro de esta áreas, y un nivel medio en cuanto al personal masculino teniendo un nivel bajo del 37% en términos generales existe un nivel bajo de despersionalización, lo que quiere decir que la respuesta impersonal y la falta de sentimientos hacia el cliente es baja, sin embargo se debe trabajar en aquellos porcentajes altos los cual pueda afectarse el servicio al cliente que ofrece la institución.

Análisis del desempeño laboral

En el análisis del desempeño laboral se determinaron las siguientes dimensiones: Productividad, Relaciones Interpersonales y Planificación y Resolución. Encontrando que existe un nivel medio de desempeño laboral en ambos departamentos, específicamente en el área comercial existe un nivel medio con un 65%, mientras que en el operativo existe un nivel medio del 68%. Cabe resaltar que existe un nivel bajo en relación al desempeño laboral en ambos departamentos del 6%, lo cual para términos generales se encuentran en un porcentaje aceptable. Asimismo, existen colaboradores que a partir de sus respuestas se ubicaron en un nivel alto de desempeño laboral, y al ser definida una estrategia orientada a mejorar el desempeño laboral estos trabajadores con alto desempeño pueden servir como estrategia de transformación para que los miembros de su equipo de trabajo eleven el nivel medio de desempeño en el que se encuentran (Tabla 1).

Tabla 1: Nivel de desempeño laboral por área CNEL EP UN Santa Elena

Departamento		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Comercial	Bajo	4	6,1	6,1
	Medio	43	65,2	65,2
	Alto	19	28,8	28,8
	Total	66	100,0	100,0
Operativo	Bajo	12	6,2	6,2
	Medio	133	68,2	68,2
	Alto	50	25,6	25,6
	Total	195	100,0	100,0

Elaborado por: El autor

Síndrome de Burnout y análisis de correlación entre las variables

El análisis correlacional entre desempeño laboral y las subescalas del síndrome de burnout “agotamiento emocional”, muestra los siguientes datos: Para el departamento comercial existe significancia de 0,001 lo que quiere decir que la correlación es significativa y por ende se proceden aceptar los resultados de la correlación que para el departamento comercial es de -0.416, lo que quiere decir que existe una correlación negativa débil en donde una variable afecta sobre la otra es decir que para el departamento comercial mayor agotamiento emocional generará un menor desempeño laboral.

En comparación se encuentra el departamento operativo el cual tiene un nivel de correlación de 0,228 lo que quiere decir que existe una correlación positiva débil en donde ambas variables se mueven en la misma dirección, es decir a mayor agotamiento emocional, mayor desempeño laboral.

Tabla 2: Relación entre la dimensión agotamiento emocional y desempeño laboral del personal operativo y comercial de CNEL EP UN Santa Elena

Departamento		Agotamiento Emocional	Desempeño Laboral
Comercial	Correlación de Pearson	1	-,416**
	Agotamiento Emocional	Sig. (bilateral)	,001
	N	66	66
	Correlación de Pearson	-,416**	1
	Desempeño Laboral	Sig. (bilateral)	,001
	N	66	66
Operativo	Correlación de Pearson	1	,228**
	Agotamiento Emocional	Sig. (bilateral)	,001
	N	195	195
	Correlación de Pearson	,228**	1
	Desempeño Laboral	Sig. (bilateral)	,001
	N	195	195

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaborado por: El autor

Los resultados entre la correlación del desempeño laboral y la subescala valoración personal muestran que existe una correlación negativa débil de -0,421 para el departamento comercial, lo que quiere decir que a mayor valoración personal, menor desempeño en los colaboradores de CNEL EP UN Santa Elena, en comparación el personal operativo muestra una correlación positiva débil de 0,196 lo que quiere decir que a mayor desempeño laboral mayor valoración personal tiene el personal, esto se relaciona con los sentimientos de competencia y realización que tienen los trabajadores y que se ve reflejado en el desempeño laboral que realizan dentro de su área.

Tabla 3. Relación entre la dimensión valoración personal y desempeño laboral del personal operativo y comercial de CNEL EP UN Santa Elena

Departamento		Desempeño Laboral	Valoración Personal
Comercial	Correlación de Pearson	1	-,421**
	Desempeño Laboral	Sig. (bilateral)	,000
	N	66	66
	Correlación de Pearson	-,421**	1
	Valoración Personal	Sig. (bilateral)	,000
	N	66	66

Operativo	Desempeño Laboral	Correlación de Pearson	1	,196**
		Sig. (bilateral)		,006
		N	195	195
	Valoración Personal	Correlación de Pearson	,196**	1
		Sig. (bilateral)	,006	
		N	195	195

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaborado por: El autor

La relación entre la dimensión despersonalización y desempeño laboral entre el personal operativo y comercial muestra los siguientes resultados; Para el personal del área comercial existe una correlación positiva moderada de 0,631, lo que quiere decir que, a mayor despersonalización, mayor desempeño laboral. El personal operativo muestra una correlación positiva moderada de 0,588, lo que quiere decir que, a mayor despersonalización, mayor desempeño laboral (Tabla 4).

Tabla 4: Relación entre la dimensión despersonalización y desempeño laboral del personal operativo y comercial de CNEL EP UN Santa Elena

Departamento		Despersonalización	Desempeño Laboral	
Comercial	Despersonalización	Correlación de Pearson	1	,631**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	66	66
	Desempeño Laboral	Correlación de Pearson	,631**	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	66	66
Operativo	Despersonalización	Correlación de Pearson	1	,588**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	195	195
	Desempeño Laboral	Correlación de Pearson	,588**	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	195	195

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaborado por: El autor

El análisis comparativo entre los departamento comercial y operativo de CNEL EP UN Santa Elena muestra que la relación entre el Desempeño Laboral y el Síndrome de Burnout y según los resultados obtenidos se concluye en el departamento comercial la correlación es negativa débil de -,178 con un nivel de significancia de 0.153 por ende se determina que en el departamento comercial el síndrome de burnout no influye en el departamento laboral. Por otra

parte, el departamento operativo muestra que existe una correlación positiva débil de ,374**, con un nivel de significancia de 0,000, lo que quiere decir que en este departamento el Síndrome de burnout sí influye en el Desempeño Laboral de los colaboradores, por ende, es importante trabajar en mejorar en las subescalas que están afectando más al personal el cual representa la mayor población afiliada dentro de la institución (Tabla 5).

Tabla 5 Relación entre el Síndrome de Burnout y el Desempeño Laboral de los colaboradores de CNEL EP UN Santa Elena

		Departamento	Desempeño Laboral	Síndrome de Burnout
Comercial	Desempeño Laboral	Correlación de Pearson	1	-,178
		Sig. (bilateral)		,153
		N	66	66
	Síndrome de Burnout	Correlación de Pearson	-,178	1
		Sig. (bilateral)	,153	
		N	66	66
Operativo	Desempeño Laboral	Correlación de Pearson	1	,374**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	195	195
	Síndrome de Burnout	Correlación de Pearson	,374**	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	195	195

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaborado por: El autor

Analizada las tres dimensiones del síndrome de burnout en los colaboradores tanto del área comercial como operativa de CNEL EP UN de negocio Santa Elena, se pudo determinar que la escala de agotamiento emocional, tanto en el departamento comercial y operativo tiene un nivel bajo lo que significa que no existe sentimientos de abrumo y agotó emocional en el trabajo.

Por su parte la subescala de valoración personal en ambos departamentos detalla que existe un nivel bajo, de forma más específica el comercial tiene un nivel bajo de 71% y el operativo 65% esto permite describir que existe sentimientos de competencia y realización exitosa en el trabajo hacia los demás que no está creciendo con el colaborador.

La escala de despersonalización muestra que existe un nivel medio, tanto en el área comercial como un 42%, como en el área operativa como un 46% se encuentra en los resultados lo que quiere decir que de manera media los colaboradores reconocen que tienen actitudes de frialdad y distanciamiento hacia el cliente lo que puede implicar en ofrecer un mal servicio que perjudicaría a la imagen de la institución.

En cuanto al nivel de desempeño laboral se puede determinar que de forma general tanto el nivel comercial con un 65%, como el departamento operativo con un 68% tienen un nivel medio identificado de Desempeño Laboral, lo cual implica que los colaboradores realizan su trabajo sin buscar la excelencia lo cual puede traducirse en un servicio al cliente regular.

Conclusiones

Una vez analizadas las variables de investigación desde una perspectiva comparada entre los colaboradores que conforman CNEL EP UN Santa Elena, se procede concluir que existe una incidencia del Síndrome de Burnout en el Desempeño Laboral de los colaboradores que conforman del área operativa, mientras que en el área comercial los resultados manifiestan que la correlación no existe.

Es importante evaluar a las máximas autoridades con el fin de conocer las condiciones laborales en las que se está desarrollando las actividades de los trabajadores por área. Siendo necesario además que el personal de talento humano solicite una guía de profesionales en el área de psicología organizacional, con el fin de conocer las herramientas más adecuadas para intervenir, detectar y mitigar en la empresa el Síndrome de Burnout lo cual afecta directamente al desempeño de los colaboradores.

Asimismo, se recomienda implementar actividades recreativas como: integraciones, tiempo libre, paseos, entre otras, aplicadas por las máximas autoridades y que sean evaluadas de acuerdo a la necesidad y a la realidad de la institución y sus colaboradores. Por ello es importante realizar reuniones entre diversas áreas de la institución para mejorar las relaciones interpersonales y la comunicación.

Referencias Bibliográficas

Arevalo Carrera, A. J. (2021). Síndrome de Burnout y la gestión del desempeño laboral del personal administrativo de la Dirección Ejecutiva de Salud Ambiental de Ucayali, 2020.

Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62085>

Benavides Idrogo, M. (2020). Síndrome de Burnout y desempeño laboral en los colaboradores de farmacias y boticas de la ciudad de Bambamarca, junio. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/56411>

Centurion Rodriguez, C. I., & Palacios Carrasco, E. C. (2017). El Síndrome de Burnout y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, agencia España—Trujillo, 2016. Universidad Privada Antenor Orrego. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/2322>

Donaire, A. J. (2021). Síndrome de burnout y desempeño laboral en funcionarios públicos del Hospital María Auxiliadora en el periodo enero a junio 2021. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/67440>

González, L. F.-S. (2015). Burnout Consecuencias y soluciones. Cuauhtémoc: Editorial El Manual Moderno.

Lulo Trucios, A. Y. (2017). "Síndrome de burnout y desempeño laboral en colaboradores de un call center del Callao, 2017". Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11311>

Mendoza, D. A. (2019). Síndrome de Burnout y desempeño laboral del personal administrativo en un centro de atención de salud, 2018. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39634>

e
S
empresa & sociedad
Negocios desde
la academia

Importancia del uso de la Chía en la Gastronomía

Importance of using Chia in Gastronomy

Cristian Moreno Benavides³
Iliana Salguero Torres⁴
Manuel Romero⁵

Recibido: 12/02/2023; Aceptado: 10/04/2023

RESUMEN

La chía forma parte de los pseudocereales y es considerada una semilla muy versátil, libre de gluten y muy apreciada por la cantidad de nutrientes que contiene tales como: vitaminas y omega 3. Desde la antigüedad, formaba parte de la alimentación de las culturas precolombinas y aunque su uso fue escaseando debido al consumo de cereales, desde hace una década la demanda por esta semilla ha incrementado, siendo en la actualidad comúnmente utilizada en la Gastronomía como parte de los aperitivos, guarniciones o postres; por ejemplo: se emplea en la elaboración de batidos, helados y mueslis. Cabe destacar que; de esta semilla se obtiene la harina de chía que es muy nutritiva y que se aprovecha para la elaboración de panes. Considerando lo antes expuesto, en el presente artículo se realizó una investigación bibliográfica de varias fuentes de investigación acerca del uso de esta semilla en el ámbito culinario, con el objetivo de que pueda servir de referente en actuales y futuras investigaciones.

Palabras clave:
Chía, pseudocereales, semilla,
Gastronomía, organolépticas,
Salvia Hispánica L., panificación.

3 Lic. En Gastronomía Inst. Tec. Sup. Escuela de los Chefs de Guayaquil. Ecuador

4 Mgs. Medios, Comunicación y Cultura. Escuela de los Chefs de Guayaquil. Ecuador

5 Tecn. En Gastronomía Ins. Tec. Sup. Escuela de los Chefs de Guayaquil. Ecuador

Abstract

Chia is part of the pseudocereals and is considered a very versatile seed, gluten-free and highly appreciated for the amount of nutrients, vitamins and omega 3 it contains. Since ancient times it was part of the diet of pre-Columbian cultures and although its use was becoming scarce due to the consumption of cereals, since a decade ago the demand for this seed has increased and nowadays it is commonly used in gastronomy as part of appetizers, side dishes or desserts; for example, it is used in the preparation of smoothies, ice cream, mueslis, in addition, chia flour is obtained from this seed, which is very nutritious and is used to make breads. Considering the above, in this article a bibliographic research of several research sources about the use of this seed in the kitchen was carried out, with the objective that it can serve as a reference in current and future research.

Keywords: Chia, pseudocereals, seed, Gastronomy, organoleptic, *Salvia Hispánica L.*, baking.

Introducción

La palabra pseudocereal, combina dos palabras “cereal” y “pseudo” que significa “falso o parecido”. Los pseudo cereales hacen referencia a los frutos o semillas de plantas dicotiledóneas que se consumen de igual manera que los granos y cuya principal diferencia es que no contienen gluten, poseyendo riqueza en nutrientes y proteínas.

El uso de estas semillas en la Gastronomía tiene sus orígenes en tiempos antiguos, específicamente en las culturas precolombinas que se extendieron alrededor de la región de Mesoamérica; donde ocupaban un papel importante en su dieta, basada principalmente en el consumo de verduras, vegetales y semillas; sin embargo, a pesar de ser una buena fuente de alimentación fueron reemplazados por los cereales con la llegada de los españoles, provocando un cambio en las preferencias y hábitos alimenticios, además del decrecimiento de las especies nativas.

Esta semilla constituye uno de los pseudocereales mayormente consumido y que antiguamente quedó relegado sólo a comunidades aisladas en peligro de extinción, científicamente denominada la *Salvia hispánica L.*, conocida comúnmente como chía. Esta especie nativa de Centroamérica se encuentra especialmente en zonas montañosas del oeste y centro de México, así como Guatemala, siendo de fácil producción por su capacidad de soportar cualquier tipo de clima, por lo que puede ser cultivada en ambientes tropicales, subtropicales, en regiones libres de heladas y con heladas o en áreas montañosas.

En la época precolombina, solían tostar y triturar las semillas de chía para poder obtener la harina conocida como “Chianpinolli”, la que mezclada con la harina de maíz servía para la elaboración de tortillas, tamales y bebidas. Así mismo; era procesada para la elaboración de aceite, aunque esto no tenía una aplicación en la gastronomía, sino más bien en la artesanía.

La incorporación de la chía en la alimentación se ha vuelto popular en la última década, gracias al aumento de la demanda de consumidores que prefieren alimentos más saludables y naturales que representen un mayor beneficio para la salud y con un mayor aporte de nutrientes.

Esta semilla es recomendada por sus altos niveles de proteína, antioxidantes, vitaminas, minerales y fibra dietética, además de su alto contenido de aceite omega 3 en comparación con otras fuentes naturales.

En Ecuador, de acuerdo con Primicias (2021), el boom por esta semilla comenzó en el año 2013 cuando los principales abastecedores eran México y algunos países de Centroamérica, pero gracias al aumento de la demanda, nuestro país comenzó a exportar un promedio de 679 toneladas por año, siendo sus principales destinos países como: Dinamarca, Estados Unidos, Australia y Canadá. Asimismo, en el país la demanda de consumidores locales aumentó durante la pandemia, cuando la gente buscaba nuevas formas de alimentación saludable, optando por la chía gracias a la mezcla de proteínas, vitaminas y minerales que contiene y lo hacen indispensable para cualquier dieta.



Fuente: Tomado de *quaker.lat*

Características organolépticas

La chía contiene diversas propiedades que hacen que su consumo sea popular y versátil en la cocina:

Olor y sabor: acorde a Llivicura (2017), el olor y sabor de las semillas de chía es neutro y débil.

Color y forma: su color varía entre grises, plomos y blancos, aunque no se diferencian en la composición y sabor. Su forma es ovalada.

Textura: suele variar dependiendo de la preparación para la que se utilice, en estado natural puede aportar una textura crujiente, aunque si se les añade agua su textura va a variar y aportar viscosidad.

Características nutricionales

Como se puede observar en la Figura 1, la chía está constituida de fibra, aminoácidos, ácidos grasos, vitaminas B3 o niacina que ayuda a reducir los niveles de colesterol en el cuerpo, procesar las grasas, estabilizar el azúcar en la sangre o proteger el cerebro, la vitamina B9, que sirve en la producción celular de glóbulos rojos y ayuda en el buen funcionamiento de los nervios, asimismo contiene minerales como calcio, fósforo, hierro, magnesio, potasio, cinc y es una fuente importante de flavonoides, no contiene gluten por lo que puede usarse en la dieta de celíacos y también ayuda en el incremento de ácidos grasos omega 3 en el cuerpo.



Fuente: Tomado de *Entrenosotros. Consum*

Nutriente	Unidad	Valor
Proteína	(%)	15 a 25
Lípido total (grasa)	(%)	30 a 33
Hidratos de carbono	(%)	26 a 41
Fibra dietética	(%)	18 a 30
Ceniza	(%)	4 a 5
Calcio	mg	631
Potasio	mg	407
Magnesio	mg	335
Fósforo	mg	860
Selenio	µg	55.2
Cobre	µg	0.924
Hierro	µg	7.72
Manganeso	µg	2.72
Molibdeno	µg	0.2
Sodio	µg	16
Zinc	µg	4.58
Niacina	mg	6.13
Tiamina	mg	0.18
Rivoflavina	mg	0.04
Vitamina A	IU	44
Ácido α -linolénico	(%)	64.9 a 65.6
Ácido linoleico	(%)	19.8 a 20.3
Ácido palmítico	(%)	6.2 a 6.7
Ácido oleico	(%)	5 a 5.5
Ácido esteárico	(%)	2.7 a 3
Ácido oleico	(%)	7.75
Ácido margárico	(%)	0.1
Ácido nonadecanoico	(%)	0.1
Ácido nonadecenoico	(%)	0.2
Ácido araquídico	(%)	0.3
Ácido gadoleico	(%)	0.2
Ácido vaccénico		0.5
Ácido pentadecanoico	-	-
Ácido araquidónico	-	-
Ácido docosahexaenoico	-	-
Ácidos grasos saturados	(%)	9.3
Ácidos grasos poliinsaturados	(%)	85.4
PUFA/SFA	(%)	8.7

Figura 1. Composición de semillas de chía (100 g de porción comestible)
Fuente: Xingú, et al., (2017)

En este marco de referencias, cabe destacar que al menos diez gramos de semillas de chía bastan para cubrir el 89% de las necesidades diarias de omega 3 en mujeres, partiendo de una demanda energética de 200 kcal, es decir, bastaría con consumir 12 gramos de semillas para cubrir esta necesidad básica.

Acorde a Hernández (s.f.), la Chía tiene muchos micronutrientes, entre los cuales destacan:

Calcio: contribuye a los procesos celulares, especialmente en los huesos y los dientes.

Hierro: es importante porque está presente en todas las células del cuerpo.

Magnesio: es esencial para todas las células vivas.

Zinc: ayuda a mantener el equilibrio del azúcar en la sangre, además de regular actividades genéticas.

Selenio: actúa como antioxidante, previniendo el estrés y la inflamación además de potenciar el funcionamiento del sistema inmune.

Cobre: ayuda a mantener la salud de los tejidos conectivos, huesos y la piel.

Aplicación en la cocina

Como se mencionó anteriormente, esta semilla tiene un alto valor nutricional dada su versatilidad, por lo que puede ser consumida sin que se realice algún procesamiento previo. Por otra parte; puede ser adicionada en alguna elaboración como enriquecedora de productos, o procesada para obtener un producto final como la harina de chía.

A pesar de esto; lo más habitual es emplearlas en forma de “gel”, o también llamado “pudin de chía”, esta consistencia se obtiene gracias a la capacidad de absorción que posee cuando es remojada en líquido formando así una consistencia gelatinosa con múltiples usos. Por ejemplo, si se la remoja en agua o leches vegetales de avena o arroz durante unos 15 minutos, se puede obtener un nutritivo desayuno o postre, de igual forma; si se quiere utilizar para hornear, este gel puede sustituir el 50% de las grasas.

Según Xingú, et al., (2017), en México se emplea para la elaboración de una bebida refrescante llamada “Chía fresca”, esta se prepara remojando previamente la semilla con suficiente agua hasta que haya crecido, por consiguiente; a esto se le añade azúcar y jugo de limón. También se prepara un mucilago o gel que se obtiene de la fibra soluble de la semilla una vez que haya reposado en agua, esto se utiliza para dar espesor a mermeladas, jaleas, mostaza, yogur, sopas y salsas, por sus propiedades aglutinantes. La gran ventaja de ser utilizada para espesar las comidas, es que generalmente pasan desapercibidas en las preparaciones.

También se la puede utilizar en ensaladas, sánduches, o en la elaboración de verduras salteadas o macedonia de frutas, barras energéticas, suplementos dietéticos o galletas libre de gluten, representando un alto valor nutricional combinado con otros ingredientes como quinua o almidón de maíz. De la misma manera se los puede utilizar en aperitivos de hojaldre, en cremas de verduras o pasteles. Generalmente para estas preparaciones se pueden agregar una cantidad moderada, dependiendo de las recetas.

En la panificación sirve para aumentar el valor nutritivo de los productos sin alterar la calidad del pan, solo el color de la miga. Por ejemplo, el pan de chía elaborado con masa madre, donde se realiza una fermentación natural previa de la harina y agua, conjuntamente con sal, azúcar, huevos y otras materias primas adicionales que pueden ser añadidos según el gusto del consumidor.

Cabe destacar que las semillas de chía enteras que se utilizan en la elaboración de productos no son fácilmente digeridas por el cuerpo humano, esto debido a la capa extremadamente dura que tiene, pero si se agrega en forma de harina puede llegar a mejorar el valor nutricional, textura y aplicaciones en los alimentos.

Metodología

Para el desarrollo de este artículo se empleó la investigación bibliográfica de autores que han fundamentado sus afirmaciones y/o conclusiones a través de la revisión y exploración de fuentes secundarias y terciarias tales como: documentos, artículos, libros, tesis y demás, relacionados con el tema planteado. Para esta labor, se organizó el material bibliográfico acorde a su relevancia en el campo de estudio, revisando detalladamente la información para lograr identificar las ideas, conceptos claves y conocimiento que aporten en el planteamiento del tema de estudio. De la misma manera, la investigación se sustenta en material bibliográfico con al menos de cinco años de antigüedad, considerando que es un tema que sigue en constante estudio y se presta a la constante actualización.

Conclusión

La chía es un ingrediente muy valioso en la gastronomía moderna debido a sus propiedades nutricionales, por su versatilidad en la cocina para poder comerlas crudas, cocidas o procesadas y su sabor suave y neutral. Gracias a su capacidad para absorber líquidos, la chía se ha convertido en un ingrediente notable en la cocina, y su uso se ha extendido hacia muchos otros platos, como ensaladas, batidos, panes y postres.

Sin embargo y a pesar de ser considerado un superalimento con múltiples beneficios, no debe ser consumida en exceso ya que contiene gran cantidad de fibra, por lo que la recomendación de ingesta diaria es de 25 gramos equivalentes a dos cucharadas soperas. Sin duda, la chía es un ejemplo perfecto de cómo un super alimento puede convertirse en un ingrediente esencial en la cocina moderna.

Referencias Bibliográficas

Anacleto et al. (2017), La Chía, pasado, presente y futuro de un cultivo ancestral mexicano. Tomado de https://www.researchgate.net/publication/319316999_LA_CHIA_Salvia_hispanica_L_PASADO_PRESENTE_Y_FUTURO_DE_UN_CULTIVO_ANCESTRAL_MEXICANO

Alia Universidades (s.f.) La importancia del incremento del consumo de la Chia en el ámbito gastronómico. Tomado de http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG_12_Art_2.pdf

Argentino, C. A. (2015). SEMILLAS: Pequeños alimentos con grandes nutrientes. *Nutrición y Educación Alimentaria*, 1-3.

Carrillo, C., Gutiérrez, M., Muro M., Martínez R., & Torres, O. (2017). La chía como súper alimento y sus beneficios en la salud de la piel. *El residente*, 12(1), 18-24.

Connect Americas. (s.f.). Los granos precolombinos cobran reconocimiento mundial. <https://connectamericas.com/es/content/los-granos-precolombinos-cobran-reconocimiento-mundial>

Green Planet Shop. (s.f.). Claves para consumir chía: recomendaciones, beneficios y recetas. <https://www.greenplanetshop.com/blog/como-consumir-chia/>

Hernández, E. 2016. La importancia del incremento en el consumo de chía en el ámbito gastronómico. *Revista Conexión de Hospitalidad y Gastronomía*. http://www.aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG_12_Art_2.pdf

ITAC Professional. (s.f.). Usos y aplicaciones de las semillas en la cocina. <https://www.itac-professional.com/blog/semillas-en-la-cocina/>

Llivicura, H. (2017). Aplicación de métodos de cocción y técnicas culinarias en semillas de amapola, chía, sambo y ajonjolí para el desarrollo de recetas de autor. Tesis de grado. Cuenca.

Martínez, M. (febrero 2020). Alimentación en las civilizaciones precolombinas. <https://www.buenoyvegano.com/2020/02/17/alimentacion-en-las-civilizaciones-precolombinas/>

Restrepo, P. (2 de febrero de 2021). Las semillas en la cocina. *La Finestra del Cielo*. <https://www.lafinestrasulcielo.es/blog/post/1308-las-semillas-en-la-cocina-.html>

Toroshina Poalasin, C. G. (2017). Producción de pan de chía con masa madre y semillas ancestrales (Bachelor's

thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios.).

Weber, M. (22 de diciembre de 2022). Semillas de chía, crudas, ¿ecológicas? <https://www.diet-health.info/es/recetas/ingredientes/in/pw3880-semillas-de-chia-crudas-ecologicas>

Xingú López, A., González Huerta, A., Cruz Torrez, E. D. L., Sangerman-Jarquín, D. M., Orozco de Rosas, G., & Rubí Arriaga, M. (2017). Chía (*Salvia hispanica* L.) situación actual y tendencias futuras. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 8(7), 1619-1631.

e
empresa & sociedad
S
Negocios desde
la academia

Uso de especias y hierbas nativas en la gastronomía ecuatoriana

Use of native spices and herbs in ecuadorian cuisine

Manuel Romero Almeida⁶
Cristian Moreno Benavides⁷
Iliana Salguero Torres⁸

Recibido: 11/12/2022; Aceptado: 12/04/2023

RESUMEN

¿Cómo usar las hierbas aromáticas y especias?, ¿Cómo guardarlas?, ¿Qué temperatura emplear?, estas son algunas de las preguntas que vamos a poder responder una vez que se comprenda la composición química, efectos, métodos de conservación, además del uso y aplicación de las mismas para el desarrollo de sabores en nuestra gastronomía. Una práctica atenta y el uso del equipo correcto, hará que nuestro conocimiento sobre las hierbas y especias sea un universo de olores y sabores que podamos conocer para de esta forma poder replicarlas en nuestras creaciones para beneficio de nuestros comensales. Debemos considerar que, desde el análisis y experimentación a partir de nuestra labor profesional y culinaria, se puede aportar con el conocimiento sobre los procesos que conlleva usar las hierbas y especias seleccionadas para su correcto empleo en los platos de nuestra cocina nacional.

Palabras clave: especias,
aceites esenciales,
hierbas aromáticas,
organolépticas, aroma,
sabor, Terpenos, flavonas.

6 Tecnólogo Superior en Gastronomía, Instituto Tecnológico Superior Escuela de los Chefs, Ecuador.

7 Tecnólogo Superior en Gastronomía, Instituto Tecnológico Superior Escuela de los Chefs, Ecuador.

8 Máster en Medios, Comunicación y Cultura (UAB - España), Colegio de Periodistas del Guayas, Ecuador.

Abstract

How to use aromatic herbs and spices?, how to store them?, what temperature should I use?, these are some questions we'll be able to answer once we understand the chemical composition, effects, preservation methods as well as their use and application for the development of flavors in our gastronomy.

A careful practice and the use of the correct equipment will make our knowledge about herbs and spices a world of smells and flavors that we can know in order to be able to replicate them in our creations, for the benefit of our diners.

We must consider that from the análisis and experimentation from our professional and culinary work, we can contribute with the knowledge about the process involved in using the selected herbs and species for their correct use the dishes our national cuisine.

Key words: Spices, essential oils, aromatic herbs, organoleptic, aroma, flavor, Terpepes, flavones.

Introducción

El presente trabajo va dirigido a todas las personas que quieran incursionar en el mundo de los alimentos y su preparación. Conocer el uso de las hierbas y especias es esencial para un mejor aprovechamiento de estas, en cuanto a sus características, sabor, color, olor para así tener las bases para aprovechar de esta manera las características organolépticas, para un mejor uso en la elaboración de diferentes platos.

El empleo de hierbas y especias nos ayuda en tener una visión más profunda de las diferentes culturas gastronómicas y su empleo en lo culinario. Nos permite, además, conocer su historia, uso y aplicación, lo cual nos facilitará su utilización y en lo posible nos permitirá desarrollar otro tipo de sabores en nuestra gastronomía, así como saber su composición química, efectos y la forma en que se desarrollan los sabores, así como su manera de conservarlas; sumando de esta manera un importante número de cuidados que debemos tener al momento de utilizar las hierbas y especias.

Una práctica atenta y el uso del equipo correcto, hará que nuestro conocimiento sobre las hierbas y especias nos abra un horizonte de colores, olores y sabores que podamos conocer; para de esa manera, poder replicarlas en nuestras creaciones, para beneficio de nuestros consumidores. También, consideramos que, desde el análisis y experimentación a partir de nuestra labor profesional y culinaria, se puede aportar con el conocimiento sobre los procesos que conlleva usar las hierbas y especias seleccionadas para su correcto empleo en los platos de nuestra cocina nacional.

Debido a la gran proliferación de establecimientos de venta de alimentos, nos vemos en la ardua necesidad de innovar dentro de nuestros restaurantes, brindando productos con sabores y aromas extraídos por nosotros mismos como cocineros. Las últimas tendencias en restaurantes ya no son los grandes y lujosos locales que estábamos acostumbrados a ver o asistir. En la actualidad el mercado nos demuestra que para los comensales lo más importante es la calidad y el buen servicio que estos prestan. Cuando de calidad hablamos, vemos que los cocineros ya están en la tendencia de respeto y aprovechamiento de los géneros que van a ser servidos en sus restaurantes, los mismos que ofrecen frutos por ellos cuidados, desde su siembra hasta su transformación.

Por lo mencionado anteriormente, en la actualidad, existen restaurantes que en sus instalaciones poseen sus propios huertos de hierbas aromáticas, tales como especias que ponen en sus platos un toque de exclusividad, previo a un proceso de transformación de estas, que darán como resultados sabores concentrados, para ser empleados como elemento principal de sus comidas y así ser ofertadas.

Todos conocemos de la utilización de las hierbas y especias en nuestros días, este conocimiento se da en gran medida a la gran apertura comercial que hay a nivel mundial razón por la cual hoy en día se da gran facilidad al uso de estos elementos como complemento en el uso en cocina.

Importancia y uso de hierbas en el Ecuador

En nuestro medio es muy fácil poder acceder al uso de hierbas y especias ya que han aparecido locales comerciales que dan la facilidad para su compra. Otro punto a favor, es que, con la migración de personas de otros países, se nos hace más fácil conseguir especias foráneas, al llegar con mayor facilidad a nuestras manos.

Lo que sí debemos tomar en cuenta es del uso desmedido de estos productos; ya que con la aparición de cocineros mediáticos se ha generado un uso desmedido de estos elementos; alterando la mixología de los platos, reflejando mezclas que; en muchos casos y con el pasar del tiempo alteraran las recetas tradicionales.

Por otra parte, con el desarrollo de equipos para la extracción, deshidratación, hacen que sea mucho más fácil aprovechar la mayor parte de los elementos de las especias y hierbas aromáticas. No cabe duda que el uso de hierbas y especias están muy ligados a nuestra vida cotidiana, olores y sabores de remembranza, que evocan situaciones de felicidad. Compartir, esos olores, colores y sabores hacen de nuestras preparaciones momentos inolvidables con nuestros familiares y personas cercanas.

En lo que debemos poner mucha atención es en su cuidado; las hierbas y especias merecen un trato especial ya que si las manipulamos de una manera errónea vamos a echar a perder todas sus características y propiedades. En lo referente a las hierbas aromáticas, es mejor que una vez cortadas las llevemos a refrigeración previamente envueltas en una toalla de cocina mojada para aportar un ambiente húmedo, esto hará que nuestras hierbas siempre se mantengan húmedas y para utilizarlas por varios días. Otra manera es igualar los tallos y sumergirlos en un vaso con agua, para, posteriormente, guardarlos en la refrigeradora.

Si desea tener hierbas a la mano hay que deshidratarlas, esto se debe hacer a temperatura muy baja, para así, solo evacuar la parte líquida y que sus propiedades, en el mejor de los casos, no se vean afectadas. Sea cualquiera el uso que usted les vaya a dar, lo mejor es siempre tener hierbas frescas, completamente verdes. No se deben utilizar las partes que ya están marchitas o de un color opaco o negro.

En lo que se refiere a las especias en general (deshidratados), lo mejor es tenerlos en recipientes herméticos, y alejados de la humedad; por lo que es recomendable mantenerlos en frascos. En el mejor de los casos, estas especias, estarán enteras para así evitar la evaporación de sus olores y características. Cualquiera que sea el uso que les vaya a dar a la hierbas y especias; siempre debe tomar en cuenta que la mejor temperatura es cuando el medio en el que van a ser utilizadas debe estar sobre los 80 grados centígrados, para ayudar a que se activen los aceites esenciales y así aprovechar todas las características organolépticas en color, olor y sabor.

De una manera común, las hierbas y especias se cocinan con otros elementos del plato, llegando hacer un 1% o menos del peso total. Muchos cocineros esperamos más de las hierbas y especias, no queremos que su uso esté relacionado exclusivamente con el sabor; sino más bien, sean parte componente de un plato, cabe destacar que hay algunas hierbas que por sí solas aportan sabor y no solo aroma, tal es el caso del perejil, salvia, albahaca, que pueden madurar su sabor al ser fritas metódicamente.

Los cocineros debemos encontrar la manera para que hierbas y especias nos aporten sus característicos sabores, del mismo modo, idearnos para extraer las sustancias saborizantes del interior y los tejidos para poder guiarlos hacia nuestros receptores de olor y sabor. Si las hierbas que vamos a utilizar son delicadas, basta con ponerlas a último minuto, para que mediante el calor, sus aceites esenciales se activen y puedan proporcionarnos el delicado aroma, como en la preparación de las sopas vietnamitas, que al momento de tomarlas se puede masticar las hierbas en su estado más fresco.

Pero si necesitamos que los sabores se incorporen gradualmente a nuestra preparación, basta con poner trozos o picar, desmenuzarlos para que de una manera gradual y lentamente las moléculas de sabor, vayan a la preparación, siempre con la ayuda de un medio húmedo como un fondo y a temperatura moderada. Cuanto más desmenuzado, mayor será el área por donde puedan escapar las moléculas sabóricas y más rápido pasará el sabor al guiso.

Muy rara vez las extracciones rápidas son aconsejables en la elaboración de un plato cocinado rápidamente; no se descarta este proceso; pero en un estofado de cocción lenta, es preferible que las moléculas de sabor se vayan liberando más lentamente; usando partículas más grandes, semillas enteras u hojas.

En las preparaciones como las compotas y encurtidos, siempre se utilizará especias enteras, estas no afectaran el color de la preparación. Cuando se ha extraído las moléculas de sabor en una preparación, por acción del oxígeno y con otras partículas de los alimentos; estas modifican su sabor original pero levemente. Las partículas más grandes hacen que tarde el traspaso saborico. Una forma de garantizar sabor fresco en los platos es como ya dijimos: al terminar la preparación o al momento de servirla.

Tomemos en cuenta que, en los extractos de sabores elaborados, las moléculas de sabor ya están disueltas en alguna forma líquida, por eso es acertado poner en la finalización de la preparación, para que impregnen de inmediato su sabor, ya que al cocinar solo se consigue que el sabor cambie o se evapore. Dependiendo el uso que se les va a dar y la manera de aprovechar sus características en las preparaciones, las hierbas y especias, tienen varias maneras de desmenuzalas. Con el uso de morteros, picadores y trituradores, se genera calor; de esta manera los aceites esenciales, y las moléculas de sabor se volatizan, escapan y se vuelven más reactivas y cambiantes.

Para evitar los efectos citados anteriormente es aconsejable enfriar los instrumentos que se utilizarán; así como las especias para preservar las sustancias aromáticas lo más frescas que se pueda, si se toma en cuenta que; cuando se produce el corte, ingresa más oxígeno, alterando los sabores, no así cuando se aplasta en un mortero, lo cual minimiza la aireación.

Cuando se corta debemos utilizar un cuchillo con filo, para dejar intacta la estructura celular de la hierba y que así aporte un sabor fresco; al contrario, el uso de un cuchillo sin filo, produciendo una reacción en su color par-da-negruzca. El aspecto positivo del oxígeno en las especias picadas fina es que produce un envejecimiento en las especias mezcladas, puesto que se madura por varios días.

Cuando se utilizan las hierbas y especias en los marinados, hay que tomar muy en cuenta que, cuando se utilizan para marinar piezas grandes de carne, las características que queremos aportar solo se quedarán en la superficie, y difícilmente ingresarán al interior; debido a un gran porcentaje de agua que tiene la carne que es de un 75%.

En las marinadas podemos valernos de algún elemento que ablande la superficie para que los efectos aromáticos de estos puedan ingresar en algo, una técnica eficaz es el de inyectar líquidos aromatizados en diferentes partes de la pieza. Al usar las hierbas y especias como ingredientes de rebozado, asegurémonos, que estas tengan un complemento graso, para que la especia o hierba se fría, y aporte sabor y no solo que se seque.

Es muy frecuente en cocina la elaboración de diferentes extractos de sabores que sirven como complemento para otros platos, los materiales más comunes empleados es el vinagre, aceite y jarabe. Por lo general, las especias y hierbas se aplastan para romper la estructura celular y así permitir el ingreso de estos y que los aromas escapen.

Es necesario calentar los aceites, vinagres y jarabes, para matar los microbios y facilitar la penetración inicial en el tejido para no alterar el sabor. El alcohol, el ácido acético y el azúcar concentrado matan las bacterias o inhiben el desarrollo bacteriano; por esta razón no presentan graves problemas en la elaboración de los extractos, no así; al aceite hay que mantenerlo refrigerado para evitar el desarrollo de las esporas de clostridium-botulinium.

Todos conocemos de la presencia de elementos químicos en los alimentos, pero muchos no sabemos cómo reconocerlos:

El Dulce: es el sabor más aceptado de manera global como uno de los sabores más placenteros, los alimentos que poseen un alto contenido de carbohidratos son percibidos dulces y los saborizantes artificiales que proporcionan el sabor dulce se denominan edulcorantes naturales o nutritivos, son quienes proporcionan energía, ejemplo de ellos son: sacarosa, glucosa, miel de abeja, jarabe de maíz, melaza, piloncillo, etc.; mientras que edulcorantes artificiales

o no nutritivos revolucionaron la industria de los alimentos promoviendo los productos de «dieta» o «light», aunque existe controversia acerca de los supuestos riesgos sobre la salud; ejemplo de ellos son: sacarina (200-270 más dulce), acetosulfame potásico (130-200 más dulce), aspartame (100-200 más dulce).

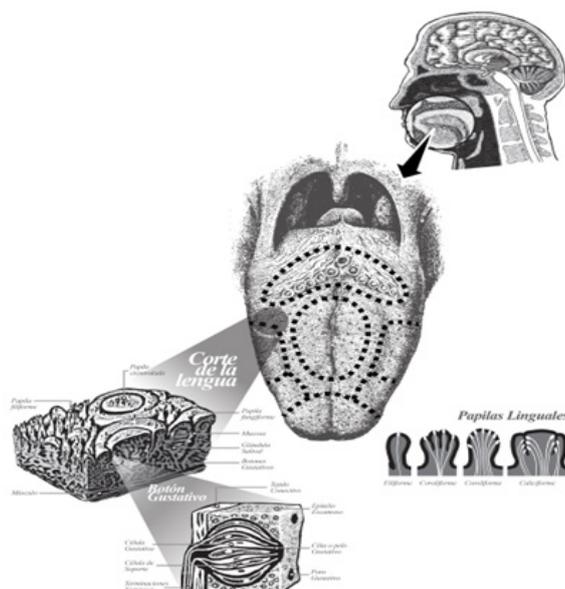


Ilustración 1. Ubicación de los sabores en la lengua Fuente: Colorado & Rivera, (s.f.) 30

Sabor Amargo: interpretado como desagradable en muchas culturas debido a que la mayoría de los venenos son amargos en su sabor. Se detecta mediante las papilas gustativas ubicadas en la parte posterior de la lengua.

Sabor Salado: responde a la capacidad específica de las papilas gustativas ubicadas a ambos lados de la parte delantera de la lengua. La detección se hace mediante canales iónicos capaces de detectar los iones solubles de sodio, potasio y otros metales alcalinos. La sal añadida a un alimento tiene efectos potenciadores del sabor, los cuales contribuyen al gusto delicioso de los alimentos, aumentando el sabor de otras sustancias. ¿Has probado un guacamole sin sal?

Sabor Ácido: a menudo se identifica también con el sabor agrio, es detectado por las papilas gustativas de la lengua ubicadas a ambos lados de la parte posterior de la misma. Los sensores de las papilas gustativas detectan mediante canales iónicos; los iones hidronio que se forman al haber ácidos en presencia de agua. Ejemplos de dicho sabor son: ácido tartárico (uvas), ácido cítrico (naranja, limón), ácido málico (manzana), ácido láctico (leche).

Sabor Umami: proviene del idioma japonés y significa «sabor agradable, sabroso», está presente en salsas de la cocina oriental como la salsa de soja. Es un sabor sutil pero prolongado y difícil de describir, provoca la salivación y estimula la garganta, el paladar y la parte posterior de la boca. Por sí mismo, umami no es agradable, pero realza el sabor de una gran cantidad de alimentos, especialmente en presencia de aromas complementarios. El ejemplo más común es el glutamato de sodio que se usa para darle un sabor agradable a diferentes productos.

En la cocina siempre ha tenido los sabores dulces, ácido, salado, amargo y umami recientemente, pero los químicos han tenido el trabajo de aislar todos estos sabores y llegar a la conclusión que también tenemos sensaciones que percibimos y asociamos con los sabores y estos son:

Astringencia: es táctil de sequedad, rugosidad y aspereza en los tejidos de la boca al paso de algunos vinos provocada por los taninos. Esta sensación es debida a la interacción de los taninos con proteínas de la saliva en la boca.

Refrescante: se produce cuando ciertas sustancias químicas como el mentol, cuando entran en contacto con los tejidos nasal u oral y estimulan receptores específicos del gusto o del olor.

Picante: es quemante y cortante, que inclusive produce irritación y efectos lacrimógenos, ejemplo de ello es la capsaicina (chile), la alicina (ajo) y el isotiocianato de alilo (mostaza).

Aceites Esenciales en Hierbas y Especias: es conocido como la presencia de los “aceites esenciales” en las hierbas y especias, esta nos da la idea de la relación estrecha de las grasas y aceites con las hierbas y especias. Formando las grasas y aceites una gran familia química llamados “lípidos”, palabra del griego que significa “grasa”. El uso de las grasas y aceites en cocina es importante, ya que de esta nos valemos los cocineros para poder cambiar texturas, aportando sabor y una agradable y persistente suavidad, son un medio que utilizamos para calentar alimentos por arriba del punto de ebullición 100 grados centígrados, logrando así, secar la superficie de estos y proporcionar una textura crujiente y un rico sabor.

Las grasas y los aceites químicamente son muy diferentes al agua y prácticamente incompatibles con ella. Gracias a estas propiedades, las grasas y aceites juegan un papel importante en el funcionamiento de todas las células vivas desde el principio mismo de la vida, dado que no se pueden mezclar con el agua, estas desarrollan una membrana alrededor entre las células acuosas, siendo los fosfolípidos las que crean (Calvo, 2011).

Debido a la presencia de estos, podemos elaborar emulsiones con la ayuda de los diglicéridos y monoglicéridos parientes químicos de las grasas, por medio de estos es que podemos hacer mezclas finas y cremosas con agua y aceite, como la mayonesa y la holandesa. Los emulsionantes naturales más destacados son los diglicéridos llamados fosfolípidos, presente en la yema de huevo, siendo la lecitina el más abundante con una presencia de un tercio de los lípidos en la yema.

El sabor, combinación de varios sabores como se ha comprobado y degustado en muchas especias y hierbas, es una cualidad compuesta.

Una fruta madura puede aportar cientos de compuestos aromáticos, como ocurre en una porción de carne asada. Siempre hemos pensado que las hierbas y especias tienen su propio sabor distintivo, pero poniéndonos a diferenciar es un conjunto de sabores en el cual prevalece uno, el más intenso. Siendo este el sabor que predomina y aporta el carácter principal, tales son los casos del clavo de olor, canela, tomillo, anís, pero es la mezcla de estos ingredientes la que crea el carácter y el sabor en un género preparado, lo que hace que una especie se preste a servir de puente de unión entre varios ingredientes distintos.

Ejemplo, la semilla del cilantro, es a la vez floral y cítrica: las hojas de laurel combinan sabores de eucalipto, clavo, pino y flores. Sería muy útil, hacer un enfoque analítico intentando diferenciar los aromas que podemos encontrar y como estos contribuyen en los sabores.

En la perfumería está la clave para poder diferenciar los diferentes aromas presentes en las especias y hierbas aromáticas, en base a “notas”. Hay notas altas para diferenciar olores que se perciben inmediatamente, estas son etéreas y se desvanecen rápidamente; hay “notas medias”, que son los sabores principales; “notas bajas” que son sabores y olores que tardan en desarrollarse. Encontramos dos familias químicas que aportan muchos de los compuestos aromáticos de las especias y hierbas aromáticas: los terpenos y los fenólicos.

Los Terpenos: compuestos contruidos a partir de cinco átomos de carbono, dispuestos en zigzag cuya propiedad es que se puede combinar, retorcer, decorar para formar miles de moléculas diferentes, están presente en las agujas y cortezas de las coníferas, de los frutos cítricos y de las flores, aportando un sabor de pino, cítricos, florales, hojas y frescor general al sabor de muchas especias y hierbas aromáticas. (Martínez, 1996). Esto significa que van hacer las primeras que desaparezan en el proceso de cocción en altas temperaturas como el caso del hervido, o se pueden modificar en un cocido rápido, alterándose, si queremos recuperar estos aromas en una preparación nos tocaría dosificar añadiendo una nueva dosis de especias y hierbas aromáticas junto antes de servir.

Los Fenólicos: están compuestos a partir de un simple anillo cerrado de seis átomos de carbono y al menos un fragmento de una molécula de agua, combinación de oxígeno e hidrogeno, pudiéndose estos modificarse añadién-

dose átomos a uno o más de los carbonos y se pueden empalmar dos o más anillos para formar compuestos polifenólicos, incluyendo los pigmentos antocianinas y la lignina. En diferencia de los terpenos aromáticos, los cuales pueden tener una cualidad genérica, los fenólicos son distintivos, definiendo el sabor de especias como la canela, vainilla, tomillo, orégano entre otros.

En la antigüedad las plantas eran dioses, espíritus y magos que vivían dentro de robles y susurraban desde las flores. Nuestros ancestros descubrieron las fuerzas que estaban presentes en las plantas y las utilizaron para mejorar sus vidas. La utilización de especias desde tiempos inmemorables ha estado asociada a la cocina, sin embargo, también se han usado en la curación y en rituales religiosos. Su simbología ha estado relacionada con la magia o el mal, al tener el poder de causar daño o sanar.

Hierbas y especias más utilizadas en Ecuador

Las hierbas más usadas en nuestro país son:

Cilantro: Puede bajar el nivel de azúcar en la sangre y matar algunos parásitos, diez gramos de cilantro puede aportar 56 mg de vitamina C, fortalece el sistema inmunitario, antioxidante, excelente para la piel. Se utiliza como especia culinaria y para prevenir la intoxicación alimentaria.

Achiote: Tiene acción antiinflamatoria, expectorante, diurética, febrífugo, antibacteriana, suavizante, hepatoprotectora, antioxidante, cicatrizante, astringente, hipoglicemiante, antiséptico, cardiotónico, sedante suave. Se utiliza como condimento y para dar color. Conocido en la industria como E-160b.

Comino: El consumo de comino nos aporta vitaminas como: magnesio, vitamina E, potasio, fósforo, calcio, hierro y vitamina A. Ingrediente importante en los embutidos y patés, en los platos de legumbres (desde el hummus hasta el falafel), en adobos, en guisos de carne (le va muy bien al del cordero), en panes, en bebidas, en salsas para mojar como el Felfal Mathunn o el Baba Ghanoush, en tarkas y dukkah, en mezclas de especias.

Ishpingo: Flor del árbol de canela. Usos para el malestar estomacal y la diarrea, al igual que la canela, el clavo de olor o el anís estrellado en infusiones y tés.

Ají: Analgésicas y anticancerígenas, en compresa ayuda las dolencias articulares, combate el cáncer. Contiene vitamina C en abundancia, previene la presencia de tumores, mejorar la circulación y, previene la aparición de problemas cardiovasculares, es beneficioso para combatir el colesterol. Especias más usadas en la gastronomía mundial para sazonar comidas. Se usan frescos y procesados bajo diversas modalidades: deshidratados o secos, ahumados, enteros, picados, congelados, enlatados, en encurtidos, en salsas, etcétera.

Canela: Ayuda a controlar la diabetes, favorece la pérdida de peso, mejora la capacidad cognitiva, Protege la salud del corazón, Ayuda a combatir las infecciones, posee propiedad antioxidante, mejora el funcionamiento sexual. Se la utiliza en repostería para aromatizar diversos postres, como el arroz con leche, peras a la canela, postres con chocolate, torrijas, galletas, bizcochos... También se emplea para aromatizar bebidas, como ciertas cervezas y vinos. Podría prevenir el cáncer.

Culantro de pozo o de monte: Conocido como CHILLANGUA antihipertensiva, febrífuga, aperitiva, afrodisíaca, abortiva, emenagoga, laxante, antiescorbútica, antirreumático, bactericida, antiséptica, anticonvulsivante, antiemética, antidiarreica y carminativa. Se utiliza para eliminar toxinas y accesos biliosos. Se la utiliza en diversas preparaciones tales como: sopas, cremas, postres y arroces. Además, se elaboran papeles, tierras, aires y sales; basándonos en las nuevas tendencias gastronómicas para decoración de platos.

Apio de monte o hierba maggi: se ha usado tradicionalmente contra dolencias respiratorias (como por ejemplo bronquitis), molestias menstruales, la retención de líquidos y las digestiones pesadas debido a su intenso aroma, se utilizan con moderación y pueden usarse tanto frescas como deshidratadas. Se trata de un vegetal perfecto para condimentar sopas, salsas, ensaladas y verduras.

Menta: Es una de las plantas más utilizada por la población del país en todo tipo de desórdenes digestivos, como antiparasitario y para combatir cefaleas. Las hojas y sumidades floridas tienen propiedades estimulantes, estamínicas, carminativas y antisépticas. Apreciada para aderezar y aromatizar salsas y sopas, en verduras y hortalizas como la berenjena, el calabacín y el pepino, en carnes de caza y de cordero, en pescados y mariscos, en legumbres como las alubias blancas, dándole un toque de frescura, casi salvaje, a los platos.

En nuestro país también están usándose especias y hierbas aromáticas endémicas de la región amazónica; plantas que aparecen en diversas épocas del año. Dependiendo del lugar donde se cultivan, se las puede utilizar tiernas y emplearlas en la elaboración de ensaladas, postres, aderezos, escaldadas o al vapor, generando un sabor muy popular y peculiar en las preparaciones. Cabe destacar que son bajas en grasas y calorías, pero altas en proteínas, fibra y minerales ricos en betacarotenos y clorofila, precursores de la Vitamina A.

Hoja tierna de yuca - manihot esculenta crantz: Las principales propiedades medicinales de la yuca son tener efectos depurativos y desintoxicantes debido a que posee una buena cantidad de vitaminas, minerales y fibra, por lo que se recomienda para casos de estreñimiento y de artritis. Es utilizada para enfermedades de la piel y el alivio de las jaquecas. También sirve para producir papel, textiles, cosméticos, detergentes y plástico biodegradable.

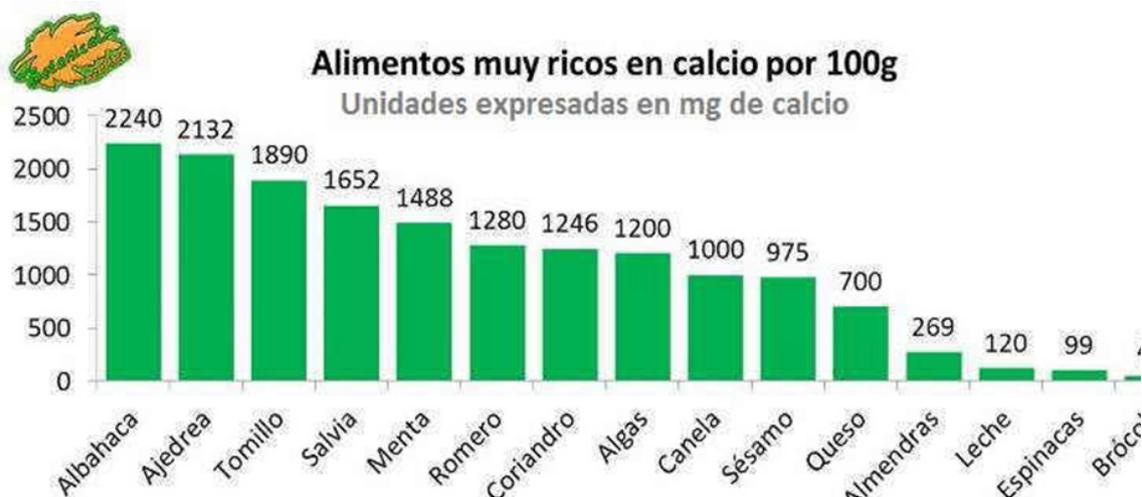
Rolaquimba carica monoica desf: Este papayuelo, nativo de Ecuador, llama la atención por su belleza y cargazón de frutos. Es rústico y fácil de cultivar, incluso en espacios pequeños, aportando diversidad de sabores y nutrientes. Crece de 600 a 2000 m s.n.m. Si no sabes qué hacer con ella, úsala como un zuquini. Crudo en ensaladas, salteado, al horno, relleno o en sopa. Sus hojas son comestibles cocinadas, por eso lo llaman col de monte.

Santa maría, tierna piper sp: Conocida como menta romana y balsamita mayor; son plantas vivaces que en la antigüedad fueron muy utilizadas por los griegos y egipcios, de esta podemos aprovechar tanto la hoja como la raíces, es un excelente antiinflamatorio, también para dolores de cabeza, fiebre, vómitos y alivia dolores dentales. Y no olvidemos su poderoso poder como laxante a la hora de enfermedades gastrointestinales. Es tan poderosa que la usan en baños contra maleficios y hechicerías desde tiempos remotos, en envenenamientos y la migraña. Es símbolo de buena vibra y buena suerte en creencias populares.

Unkuma, amaranthaceae cilantro de monte, eryngium foetidum: El culantro se presta a magníficos marinados y adobos para carnes, y es un excelente ingrediente de condimentos como el chutney. Se utiliza principalmente para exaltar el sabor de las comidas y, picado y salteado con ajo y cebolla, puede agregarse prácticamente a cualquier plato. Esta planta tropical es rica en calcio y contiene hierro, riboflavina y caroteno. El culantro también tiene propiedades medicinales y puede utilizarse en infusiones para combatir el resfriado y contrarrestar la diabetes, el estreñimiento y la fiebre, según la Purdue University.

Sacha ajo mansoa alliacea: El ajo sacha es una planta medicinal utilizada por los grupos étnicos de la Amazonía, siendo empleadas sus hojas, raíces y cortezas en diferentes preparaciones por vía oral o externa. Es antirreumático y antiinflamatorio articular y muscular, siendo maceradas sus raíces y corteza en aguardiente. Las hojas en infusión sirven para aliviar resfriados, neumonía, tos, dolores de cabeza y bajar la fiebre. Desde tiempos ancestrales, el ajo sacha se ha empleado como especia aromática (contiene los sabores de ajo, cebolla, pimientos y comino) para condimentar carnes -especialmente de animales de caza- y platos tradicionales en la selva amazónica, sola o acompañada de otras especias. Según Sánchez Trávez (2015), las mujeres indígenas de la Amazonía utilizan esta planta en preparaciones como el ayampaco, asados, seco de gallina criolla, tamal, maito, sancocho, etc.

Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto; así como el conocimiento transferido sobre nuestras semillas y alimentos, consideramos que este artículo es relevante para la sociedad porque es parte de nuestras tradiciones culinarias, de nuestro contexto y saber reconocerlas y emplearlas en los platos como parte de la dieta diaria.



Presencia de calcio en algunas hierbas aromáticas.

Metodología

En este trabajo se empleó la metodología bibliográfica y experimental que se realizó con el uso de un deshidratador y el apoyo de libros relacionados con las hierbas y especias. La base de experimentación se la llevará a cabo, con la ayuda de un deshidratador casero que nos ayudará en la elaboración de deshidratados tanto en frutas como hierbas, que luego de su base experimental podremos saber el tiempo y la temperatura que se necesita para poder tener en las mejores condiciones de uso. Con base en la técnica de la experimentación y observación demostraremos que si es posible la deshidratación para poder conservar por mucho más tiempo las hierbas deshidratadas para su uso. El tiempo y temperatura son dos factores muy importantes a seguir para una óptima deshidratación, puesto que, si uno de los dos está mal empleado, tendremos como resultados deshidratados de poca o mala calidad.

Una vez realizados los trabajos in situ, y durante la jornada diaria en la cocina; se puede llegar a la conclusión que si es dable el uso de hierbas y especias de una manera practica siempre que tengamos el cuidado que amerita la manipulación y la transformación de los ingredientes a utilizar; respetando la técnica en cuanto al uso de temperaturas para poder tener un mejor control en el desarrollo de los aceites esenciales y poder extraerlos de la mejor manera.

Es de suma importancia tener el cuidado en el almacenamiento para evitar un rápido deterioro en sus propiedades organolépticas poniendo énfasis en su olor y sabor. Saber el momento indicado para su utilización en el proceso de cocina para poder aprovechar cada una de sus características. Dado que en nuestro medio y por un conocimiento cultural, siempre hemos tenido a la mano estas hierbas y especias; como resultado de un conocimiento básico de su uso, sin embargo, deberíamos adentrarnos mucho más en este fabuloso mundo de las hierbas y las especias.

Conclusiones

Una vez terminada la investigación y la recopilación de datos sobre las hierbas y especias (seleccionadas como objeto de estudio), por ser las más utilizadas en la Cocina Ecuatoriana, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Nos hemos dado cuenta que aún falta tener conocimiento de las hierbas y especias a nivel general en el país, para saber utilizarlas correctamente. Falta tener conocimiento de sus características para un mejor aprovechamiento de las mismas a nivel culinario y/o medicinal. Saber su manera de manipulación y transformación para poder obtener

diferentes texturas al usarlas en la cocina diaria y así, dar a conocer nuestra gastronomía de mejor forma al extranjero. Falta saber los procedimientos de deshidratación para obtener un producto con un alto refinamiento y que podamos usarlo tanto en comidas como bebidas, para diferentes fines.

Referencias bibliográficas

Arellano Guerrón, S. L. (2017). El ají, patrimonio alimentario de América y la universalidad de su uso.

Buenaño, M., Guevara, F., Tapia, E., Ortiz, C., López, P., Villarreal, B., & Morales, B. (2022). Hierbas y especias: Guía de uso culinario con condimentos naturales que busca la preservación del patrimonio gastronómico local [Tesis de pregrado, Editorial Universidad Técnica del Norte]. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/12815>

Buenaño, Mónica, Francisco Guevara, Estefanía Tapia, Carlos Ortiz, Pablo López, Bryan Villarreal, and Byron Morales. "Hierbas y especias: Guía de uso culinario con condimentos naturales que busca la preservación del patrimonio gastronómico local." Tesis de pregrado, 2022. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/12815> MLA (8th Edition)

Calvo, M. (2011). Bioquímica de los alimentos. Universidad de Zaragoza.

Carrasco, D., et al. (2014). Extractos, Esencias y Edulcorantes. Ins. Politécnica Nacional México DF. Obtenido de: <http://tesis.ipn.mx/handle/123456789/23008> Centeno, L. (s.f.).

Colón – Sinch, R. (06 de junio de 2020). ¿Qué es el culantro? Conoce esta hierba caribeña. Finedining Lovers. Tomado de <https://www.finedininglovers.com/es/noticia/culantro-hierba#:~:text=Esta%20planta%20tropical%20es%20rica,fiembre%2C%20seg%C3%BAn%20la%20Purdue%20University> de Rosamel, C., & Heinrichs, V. (2020). El gran libro de las especias. Parkstone International.

García, M. J., & Rayo Jiménez, N. F. (2018). Elaboración de sazón completo a base de especias como culantro, orégano, ajo, cebolla, pimienta negra y comino, producido en la planta piloto Mauricio Díaz Müller en el periodo septiembre-diciembre 2017 (Doctoral dissertation).

Link: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/6998/1/241464.pdf>

García, G., Bautista, L., & Alcázar, A. (2010). Obtención De Diglicéridos a Partir De Ácidos Grasos Mediante Catálisis

Enzimática (Doctoral dissertation, Tesis de grado en ingeniería química, Universidad Rey Juan Carlos, España, 2009

Hereter, R. (2021). Historia de las especias. Editorial Almuzara.

Martínez, A. (1996). Aceites esenciales. J. Nat. Prod, 59(1), 77-79.

Masa, A. (14 de noviembre de 2019). Cuatro venenos de las plantas con los que damos sabor a la comida, y uno que hay que evitar. El País. https://elpais.com/elpais/2019/11/14/buenavida/1573733128_003279.html

McGee, H. (2017). La cocina y los alimentos: enciclopedia de la ciencia y la cultura de la comida.

Pascual, R. B. H. (2018). El comercio de las especias orientales desde la antigüedad a las cruzadas (Doctoral dissertation, Universitat Autònoma de Barcelona).

Pérez Grana, R. (2002). Algunos aspectos antinutritivos de los alimentos. Med. mil, 27-34.

Quispe Paucar, D., & Saavedra Pinedo, C. (2022). Aprovechamiento de especias aromáticas en sistemas agroforestales para la fabricación de aceites esenciales: revisión sistemática.

Zanin, T. (noviembre 2022). 9 beneficios y propiedades de la canela (y cómo usarla). TuaSaúde. <https://www.tuasaude.com/es/beneficios-de-la-canela/>

e
S

empresa & sociedad

Negocios desde
la academia

Propuesta de modelo para establecer emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica Covid-19, Guayaquil-Ecuador

Model proposal to establish profitable and self-sufficient businesses during the Covid-19 pandemic time, Guayaquil-Ecuador

Dayana Denisse Mora Moyano⁹
Sonia Urbina¹⁰

Recibido: 17/12/2022; Aceptado: 15/03/2023

Resumen

En el ámbito empresarial, los escasos conocimientos sobre la forma en cómo se dirige una empresa ha generado la presencia de negocios poco rentables que no logran sostenerse con el paso del tiempo, generando la necesidad de ejecutar acciones que promueven la permanencia de las mismas. El presente estudio sustenta como objetivo general proponer un modelo para establecer emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica COVID-19 para emprendedores de la ciudad de Guayaquil. La metodología integra un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental, de tipo transversal y método deductivo. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la integración de una encuesta, la misma que fue aplicada a un conjunto de 383 microempresarios. Los resultados determinaron que el desempleo impulsa la necesidad de emprender; sin embargo, el desconocimiento técnico sobre negocios afecta el crecimiento de las empresas. De igual forma, se destaca la tenencia de conocimientos regulares acerca de la administración de recursos humanos, marketing y finanzas dentro de las organizaciones. Por otro lado, la mayoría de empresarios presentan limitados conocimientos acerca de modelos de negocios; no obstante, se encuentran dispuestos a gestionar su aplicación con la finalidad de preservar emprendimientos rentables y autosuficientes en épocas de pandemia. La propuesta aborda el modelo de negocios Canvas como una herramienta esencial para generar y difundir valor hacia los clientes.

Palabras Clave: Emprendimiento, Modelos de negocio, Negocios Rentables, Covid-19.

⁹ Licenciado en Comercio Exterior. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

¹⁰ Magíster en Comercio Exterior. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

Abstract

In the business field, the scarce knowledge about the way a company is run has generated the presence of unprofitable businesses that cannot be sustained over time, generating the need to execute actions that promote their permanence. The present study supports as a general objective to propose a model to establish profitable and self-sufficient enterprises in the COVID-19 pandemic era for entrepreneurs in the city of Guayaquil. The methodology integrates a quantitative approach, descriptive scope, non-experimental design, cross-sectional and deductive method. Data collection was carried out by integrating a survey, which was applied to a group of 383 microentrepreneurs. The results determined that unemployment drives the need to undertake; however, the lack of technical knowledge about business affects the growth of companies. In the same way, the possession of regular knowledge about the administration of human resources, marketing and finance within organizations is highlighted. On the other hand, most entrepreneurs have limited knowledge about business models; however, they are willing to manage its application in order to preserve profitable and self-sufficient ventures in times of pandemic. The proposal addresses the Canvas business model as an essential tool to generate and spread value to customers.

Keywords: Entrepreneurship, Business models, Profitable Businesses, Covid-19.

Introducción

El COVID-19 ha causado un gran impacto en la salud de la población mundial; sin embargo, este impacto ha afectado también de sobremano a la economía global. En el caso específico de los emprendedores, el desconocimiento sobre temas empresariales, la escasa experiencia, la elevada competencia, entre otros factores, desembocan en negocios poco rentables que demandan mucho esfuerzo por parte del dueño de la microempresa (Nicolás & Rubio, 2020); por lo tanto, surge la necesidad de capacitar a estas personas con el fin de incrementar las probabilidades de éxito en sus negocios. Según un estudio de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM) los emprendedores ecuatorianos tienen como principal motivación para crear un negocio el desempleo, siendo gran parte autoempleados sin personal adicional (GEM, 2020). Esta situación refleja la informalidad con que se manejan los emprendimientos nacionales, razón por la cual adquiere su relevancia la presente investigación.

A nivel global se está viviendo una situación compleja en el mercado laboral debido a la pandemia COVID-19, sin que el Ecuador sea ajeno a esta situación. La crisis provocada por esta pandemia ha generado que las empresas recurran a separar a sus colaboradores con el objetivo de reducir sus gastos que les permita continuar operando. Ante la escasez de nuevas plazas de trabajo; estas personas estarían obligadas a obtener nuevas formas de obtener recursos para sustentarse, en otras palabras, emprender.

El promover el emprendimiento en estos tiempos de pandemia por COVID-19 ayudará a las personas a tener una mejor calidad de vida, pero uno de los principales desafíos que presentan los futuros emprendedores al momento de tomar acción en estos momentos de pandemia es que desconocen cómo y por dónde empezar, cuál es la estructura de pasos a seguir y cómo crear un emprendimiento que sea rentable y autosuficiente. La investigación propone un modelo para promover emprendimientos rentables y autosuficientes ante esta situación; esto conlleva a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los elementos de un modelo para establecer emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica COVID-19 que podrían beneficiar a los emprendedores de Guayaquil?

Este trabajo se justifica teóricamente al utilizar teorías y conceptos plasmados en papers académicos, y socialmente al brindar un aporte a los emprendedores que generan plazas de empleo, siendo las micro, pequeñas y medianas empresas (Pymes) las que más puestos de trabajo generan (INEC, 2021a). El artículo académico se compone de antecedentes referenciales, teóricos, metodología, resultados, propuesta y conclusiones.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un modelo para establecer emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica COVID-19 para emprendedores de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

1. Analizar los modelos existentes para establecer emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica COVID-19.
2. Identificar las características que poseen los emprendedores en la gestión de sus negocios en la ciudad de Guayaquil en épocas de COVID-19, 2021.
3. Determinar los elementos del modelo para la creación de emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica COVID-19, para emprendedores del puerto principal.

Desarrollo Temático

Antecedentes Referenciales

En el estudio investigativo de Chirinos, Meriño, Martínez y Pérez (2018) realizado en Maracaibo, tuvo como objetivo general conocer las condiciones ambientales de los emprendimientos sostenibles para el desarrollo económico. Por lo que fue necesario aplicar una metodología investigativa de campo, de tipo transeccional, descriptiva, con enfoque cuantitativo en una muestra de 57 gerentes de Pymes. Para la recolección de la información se usó un cuestionario de tipo nominal que permitió conocer las cualidades ambientales del emprendimiento.

Dentro de los resultados del entorno se evidenció que la dimensión con mayor promedio fue la de condiciones tecnológicas con 1.81, seguido de condiciones sociales con 1.79. La dimensión de transformación constante obtuvo 1.77, las condiciones económicas y condiciones político legales estuvieron por debajo de la media que fue de 1.73, representadas con 1.67 y 1.60 respectivamente. Se puede concluir que los emprendedores poseen un nivel de medio a bajo, sobre los factores que inciden en el desarrollo sustentable de su emprendimiento, puesto que la importancia dada al nivel político legal, bancario, tecnológico son bajos, lo cual limita que se realicen cambios e innovaciones en su línea de negocio, reduciendo así sus posibilidades de sustentarse en el tiempo (Chirinos, et al., 2018).

De acuerdo con el estudio realizado por Camino y Aguilar (2017) tuvo como objetivo general, medir el nivel de emprendimiento y la consolidación de pequeñas y medianas empresas en el Ecuador. Esto se realizó a través de la aplicación de una metodología descriptiva, exploratoria y bibliográfica. Los resultados obtenidos arrojaron que en la zona urbana se encuentran el 35% de los emprendedores, seguido del 30% en áreas rurales, de los cuales el 9.9% posee negocios nuevos, mientras que el 29.5% ha incursionado en el emprendimiento. Dentro de los principales factores a los que se encuentra relacionado el emprendimiento en el Ecuador se indicó que el 68.8% ve una oportunidad de negocio, mientras que el 30.6% lleva a cabo esta actividad por necesidad.

Los autores evidenciaron una disminución del número de emprendimientos nuevos con casi el 6% en tres años, mientras que el éxito de los emprendimientos realizados ha disminuido en un 6%. Se concluye que el cierre de los emprendimientos y ausencia de éxito en los mismos puede estar ligado a desinformación o desconocimiento en el ámbito del emprendimiento y plan de negocios, así como también a la ausencia de capital para diversificar sus productos y cubrir los gastos fijos que genera el tener una empresa (Camino & Aguilar, 2017).

El estudio realizado por Borja, Carvajal y Vite (2020) en la ciudad de Machala tuvo como objetivo general plantear un modelo de emprendimiento por medio de la evaluación de los factores influyentes en emprendimientos sostenibles. La metodología aplicada en la investigación fue de enfoque cualitativo, bibliográfica, como población se determinaron los emprendedores de la ciudad, como técnica estuvieron presentes el análisis documental, las entrevistas y las encuestas. Dentro de los principales resultados se evidenció que las personas que incursionaron en emprendimientos fueron en su mayoría mujeres, entre los 30 y 50 años de edad, donde el 16% tiene educación primaria, el 37% educación secundaria completa y con el 46.8% aquellos que se encuentran cursando la instrucción media.

Con respecto a las razones por las cuales se introdujeron al mundo del emprendimiento, el 23.2% fue por la necesidad económica dada la necesidad de un empleo; mientras que el 55.95% lo ha realizado por visión empresarial, en cuanto a la figura legal de quienes llevan a cabo estos emprendimientos, con el 99% se encontraron las personas naturales. En cuanto al tiempo en el negocio, el 66.6% supera los 5 años. Dentro de los problemas se destacaron el escaso apoyo estatal y la ausencia de financiamiento; el 29.8% ha implementado manuales para los procedimientos y normas afectando así el desempeño de la empresa a largo plazo. El modelo de negocio planteado de acuerdo a los resultados se basó en factores como: la idea empresarial, seguido de competencias de tipo personal, comercial, social y gestión empresarial, lo cual permitirá identificar y aprovechar las oportunidades del mercado con una estructura financiera establecida que se acople a la visión empresarial, logrando así forjar un emprendimiento sostenible en el tiempo (Borja, et al., 2020).

Antecedentes Teóricos

Emprendimientos rentables y autosuficientes

En cuanto al emprendimiento rentable y autosuficiente, Ortiz (2020) hace referencia a las actitudes que deben de tener los emprendedores, donde se destaca la autoeficacia, dominio de las emociones y la actitud. La autoeficacia hace alusión a la competencia y confianza propia que tiene una persona al momento de llevar a cabo una tarea. El dominio de las emociones es considerado como parte fundamental de un emprendedor, puesto que estas pueden limitarlo en la toma de decisiones que deba de tener a lo largo del tiempo, ya que siempre se deberán realizar cambios o inversiones en una empresa y deben de ser tomadas de manera clara. Además, mencionó que las emociones se encuentran interrelacionadas con la motivación que la persona posea; en tanto que, con actitud se refiere a la disposición que tiene el emprendedor para solucionar posibles problemas o reaccionar a nuevos cambios.

Dentro de los tipos de emprendimiento, Saavedra, Camarena y Vargas (2020) mencionaron la existencia de los de tipo social y comercial. El emprendimiento de tipo social se enfoca en la solución a los problemas existentes dentro de un sector o grupo de la sociedad, en el cual ve una oportunidad latente de negocio. Este tipo de emprendimientos se asemejan mucho a las obras sociales realizadas por entidades sin fines de lucro, en las que su mercado meta son sectores vulnerables que cuenten con una carencia marcada de sus necesidades con la diferencia de que estos son emprendimientos realizados por empresas ya establecidas en el mercado que buscan direccionar la responsabilidad social a un sector que muestre carencias y sustentabilidad. Este tipo de emprendimiento obtiene como ganancia la creación de valor social, por lo que requiere que se establezcan y sigan planes y procesos de tipo económico, administrativo y de talento humano, para que se puedan alcanzar los objetivos deseados para la sociedad (Mora & Martínez, 2018; Solano, Martínez & Plaza, 2017).

En cuanto a los emprendimientos de tipo comercial; estos se enfocan en la creación de valor financiero, satisfaciendo las necesidades de los consumidores, ya sean estos de productos o servicios que permitan mantener y/o elevar el nivel de la calidad de vida (Cavazos & Giuliani, 2017). A su vez, los emprendimientos comerciales ayudan a la economía de un país puesto que, en su mayoría estos son realizados por personas que no cuentan con una plaza de trabajo, buscan independencia financiera o aquellos que quieren diversificar sus ingresos. Para esto, será necesario que los emprendedores cuenten con un capital económico, liderazgo, creatividad, asuman el riesgo, tengan confianza, estén dispuestos a trabajar duro para alcanzar sus objetivos y mantengan un nivel de productividad alto (Surdez, Sandoval, Magaña, & López, 2020).

Goicochea (2019) hace mención al emprendimiento intelectual, el cual se lleva a cabo a través de las ideas de una persona para luego ser transmitidas o plasmadas a un plan de negocios y que este pueda realizarse. Otra de las maneras de realizar emprendimiento intelectual es por medio de la realización de charlas sobre temas que domine una persona o la innovación de productos o servicios a través de la implementación de estrategias que brinden diferenciación en el mercado.

Por otro lado, la rentabilidad de una empresa de acuerdo a lo establecido por Muyma y Rojas (2019) se la puede obtener de diferentes formas, dentro de las principales se pueden mencionar la optimización de la empresa y la producción generada en ella. Para alcanzar esta optimización es necesario realizar un análisis de los costos que se manejan en el área, como lo es la materia prima, el inventario actual, la cantidad de errores cometidos durante de la producción o productos que no cumplen con las normas adecuadas para la venta. Es necesario que se realice un balance entre los ingresos, costos y gastos, para determinar la rentabilidad de la empresa que se la conoce también como utilidad; las principales formas de análisis son la utilidad bruta que mide la diferencia entre el ingreso y el costo de venta, y la utilidad neta donde se restan además los gastos y valores tributarios.

Por ende, otra manera de obtener rentabilidad es a través de la reducción de gastos; para llevar a cabo un recorte en los gastos se deben evaluar de manera detallada y concreta los valores destinados a ciertas actividades que pueden ser sustituidas por unas de menor valor; a su vez, se pueden minimizar gastos con la aplicación de tecnología, por ejemplo en el traslado de uno o más miembros de la institución a reuniones con proveedores o demás accionistas, cuando se las podría realizar de manera virtual (Medina, Quijano, & Patrón, 2020).

Ramírez, Mungaray, Aguilar y Inzunza (2017) mencionaron que una de las estrategias usadas en las Pymes para alcanzar una rentabilidad mayor es hacer un balance entre precio y calidad, puesto que los usuarios inclinarán su preferencia a aquellos productos que satisfagan sus necesidades sin reducir la calidad del mismo. Esta opción demanda un análisis de precio basado en el valor y no en el costo, lo cual si es adecuadamente implementado permitirá alcanzar una mayor participación en el mercado. Sin embargo, es necesario destacar que existen empresas que caen en el error de reducir la calidad del producto para bajar los precios, por el afán de conseguir más ventas.

En referencia a las afectaciones generadas por la pandemia de COVID-19 a nivel mundial en Pymes y empresas de mayor tamaño, se pueden mencionar las restricciones decretadas por el gobierno, en donde se estableció reducción a la libre movilidad vehicular y peatonal y la reducción en el aforo de los locales y demás espacios públicos, lo cual conllevó a muchos empresarios a tener que cerrar sus establecimientos de manera transitoria y en casos más graves de manera definitiva. No obstante, la ausencia de actividad comercial no permite que se obtengan ingresos y se puedan cubrir gastos básicos, dejando así a muchos ciudadanos sin trabajo. Sin embargo, las restricciones y el confinamiento vivido durante el año 2020, ha permitido la generación de nuevos emprendimientos, los cuales han surgido a raíz de la necesidad de ingresos económicos, los mismos que logran satisfacer las necesidades de los usuarios en donde no es necesario tener un local físico para llevar a cabo las actividades comerciales (García, Grilló, & Morte, 2021). Por ende, se vislumbra que las Pymes han sabido afrontar las condiciones actuales de mercado, donde el factor tecnológico ha sido determinante para la supervivencia.

Modelos de negocios

De acuerdo a lo expuesto por Somalo (2020) el modelo de negocios es la parte principal de un plan de negocios, lo cual convierte esto a un bosquejo del negocio que se desea realizar. Con el diseño de un modelo de negocios se pueden contestar varias preguntas como el mercado al que irá dirigido, el tipo de producto o servicio que se brindará, las características, la forma en la que se lo promocionará, a través de qué medios llegará al consumidor final, qué tipo de empresa es, cómo será costeadada la inversión, qué estrategias se implementarán para cumplir los objetivos, qué hacer ante la presencia de cambios y muchas preguntas más que pueden darse en el transcurso del tiempo. Por otra parte, Borja et al. (2020) mencionaron la existencia de cuatro de los modelos más usados en el ámbito del emprendimiento; siendo estos el modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM); el modelo Inicie Su Negocio (ISUN);

el modelo Timmons y el modelo Canvas. El GEM se caracteriza por brindar información a los nuevos emprendedores sobre las acciones realizadas a nivel local e internacional, así como también permite conocer las fases, formas y tipos de emprendimiento que hay en el país seleccionado, brindando mayor claridad en la relación existente entre el desarrollo y emprendimiento (Haro, 2020; Ibarra, Echeverri, Acosta & Echeverri, 2020). El modelo ISUN se encuentra dirigido a personas que desean incursionar en el negocio del emprendimiento, ofreciendo capacitación de cómo iniciar una empresa, evaluar la viabilidad financiera, elaborar un plan de negocios, lo cual permitirá tener mayor visión sobre la idea que posee el empresario, por lo que se considera un programa de formación (Borja et al., 2020).

En cuanto al modelo Timmons, Caldas, Reyes y Heras (2017) mencionaron que para poder llevar a cabo un emprendimiento es necesario contar con al menos una persona que ayude con la colaboración y aporte de los recursos tanto económicos, profesionales y materiales. Para implementar un negocio se deben estudiar los recursos, el mercado, las personas y establecer un balance para así poder alcanzar el éxito en el mundo empresarial. Con respecto al modelo Canvas; este permite a los emprendedores tener una visión sobre el modelo de negocio que poseen o en el que desean incursionar; se la considera una herramienta estratégica de gestión que permite conocer a los competidores y a los usuarios potenciales, lo cual permitirá reflejar las debilidades y amenazas del mercado. Estas se pueden visualizar a través de los nueve elementos que posee el modelo que son la estructura de los costos, alianzas claves, activos que posee la empresa, actividades principales, fuente de ingresos, interacción con usuarios, canales publicitarios y de venta, la propuesta de valor y a qué segmento está dirigida la empresa.

Investigación de mercado

De acuerdo a lo descrito por la Asociación de Emprendedores de Perú (2019) la investigación de mercado permite conocer de manera más profunda el sector o negocio al que se desea incursionar, así como también las necesidades no abastecidas, la demanda, los competidores, los clientes potenciales, el sector al que se dirigirá la empresa, los riesgos y demás información relevante al nicho de mercado que se desea ingresar. Dentro de la importancia que esta posee se encuentra el tener una mejor visión sobre los proveedores, precios y tipo de producto o servicio que se lanzará al mercado, dando así pie a que se pueda llevar a cabo un plan de negocios más completo y detallado (Mendoza & Veliz, 2018).

Zamarreño (2020) mencionó que la investigación de mercado se divide en dos tipos de estudios que son la investigación primaria y secundaria. En la investigación de tipo primaria se realiza la recolección de datos relacionados al mercado y ventas, esta es realizada al público de manera directa; el objetivo de este tipo de investigación es poder medir el avance y progreso que ha tenido un producto o servicio que ha sido lanzado al mercado y el posicionamiento de la empresa, lo cual genera un costo económico para esta. La investigación secundaria es realizada antes de que un producto sea lanzado al mercado con el objetivo de conocer información de empresas que hayan realizado un estudio previo, en donde no se tendrá contacto con los clientes, sino que se hará un análisis de páginas dedicadas a la recolección de estadísticas del entorno (Alonso, 2018)

Metodología

Tipo de Investigación

El enfoque cuantitativo tiene como finalidad cuantificar y medir de manera objetiva el objeto de estudio. El diseño no experimental contempla el análisis en el entorno natural del objeto de estudio sin manipulaciones del mismo. El alcance descriptivo contempla la descripción de la problemática, en este punto es muy utilizada la estadística descriptiva. La investigación de tipo transversal es la que se realiza en un momento determinado de tiempo a una sola muestra (Hernández et al., 2018).

En este trabajo de investigación se hizo uso del enfoque cuantitativo para medir objetivamente, a través de la estadística, las características de los emprendedores en la gestión de sus negocios en la ciudad de Guayaquil en épocas de COVID-19, 2021. Se utilizó un diseño no experimental, por lo que no existió manipulación de los datos. El análisis tuvo un alcance descriptivo al utilizar la estadística descriptiva, mientras que fue transversal, porque se estudió la situación actual de la muestra, sin realizar un análisis evolutivo.

Método de Investigación

El método deductivo tiene como principal característica ir de lo general a lo particular, donde se parte de la revisión de un marco teórico para ser aplicado a un entorno determinado (Cadena et al., 2017). En esta investigación se utilizó el método deductivo al realizar inicialmente una revisión teórica para luego ser analizada mediante una investigación de campo.

Unidad de Análisis, Población y Muestra

La unidad de análisis serán los microempresarios del cantón Guayaquil. La población de estudio corresponde a las 102,150 microempresas que hay en el cantón, de las cuales 85,966 son personas naturales y 16,184 personas jurídicas, con corte al 30 de junio de 2021 (INEC, 2021b). Para fines de este estudio se contemplará ambas personas. El cálculo de la muestra se expone a continuación

$$n = \frac{(N * Z_{\alpha}^2 * p * q)}{[d^2 * (N - 1)] + (Z_{\alpha}^2 * q * p)}$$

Los parámetros utilizados fueron población (N=102,150), probabilidad de éxito (p=50%), probabilidad de fracaso (q=50%), valor Z=1.96 para intervalo de confianza del 95%, error muestral (d=5%).

$$n = \frac{(102,150 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5)}{[0.05^2 * (102,150 - 1)] + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$n = 383$

La muestra a encuestar es de 383 microempresarios del cantón Guayaquil, el criterio de inclusión es que todas las empresas estén activas. A continuación, se presenta un detalle de los sectores a los que pertenecen.

Descripción	Frecuencia	%
Industrias manufactureras	21	5,5%
Construcción	4	1,0%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos Automotores y bicicletas	213	55,6%
Transporte y almacenamiento	10	2,6%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	101	26,4%
Información y comunicación	8	2,1%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	12	3,1%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	9	2,3%
Enseñanza	5	1,3%
Total	383	100,0%

Fuente: Encuestas realizadas. Los sectores empresariales corresponden al código de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU 4.0 (INEC, 2012).

La muestra estuvo compuesta por empresas de distintos sectores empresariales, en donde destacan el comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y bicicletas con el 55.6% y las actividades de alojamiento y de servicio de comidas, donde se incluyen hoteles y restaurantes con un 26.4% de participación. Los resultados muestran que la principal actividad de los microempresarios de Guayaquil es el comercio (ver figura 1).

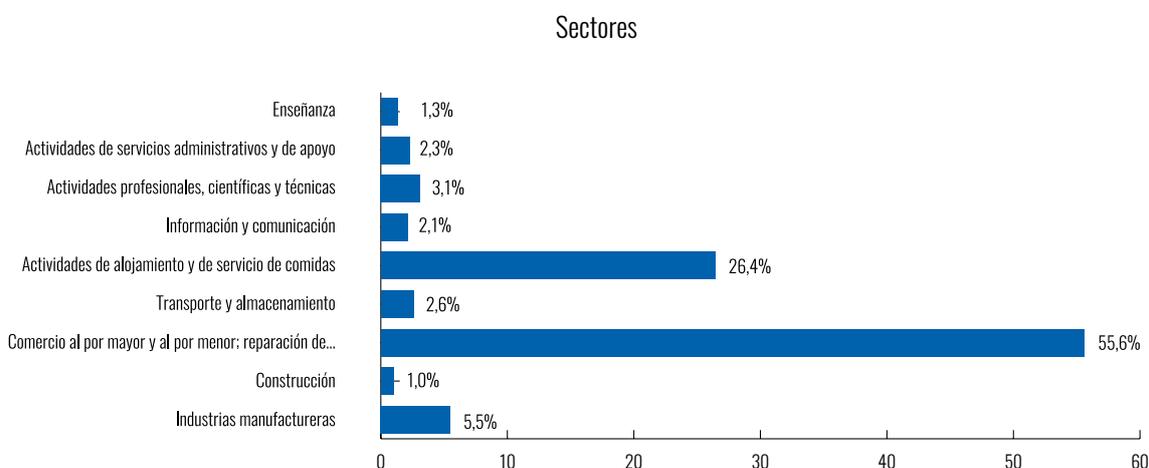


Figura 1. Sectores

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica de investigación utilizada en este trabajo fue la encuesta. El instrumento consistió en un cuestionario de 16 preguntas enfocadas a reconocer las características de los emprendedores en la gestión de sus negocios en la ciudad de Guayaquil en épocas de COVID-19 (ver Anexos).

Procesamiento de la Información

Los datos serán tabulados en el programa Microsoft Excel 2016 y serán procesados mediante el programa SPSS 25, la presentación de los mismos se realizará por medio de tablas estadísticas.

Resultados

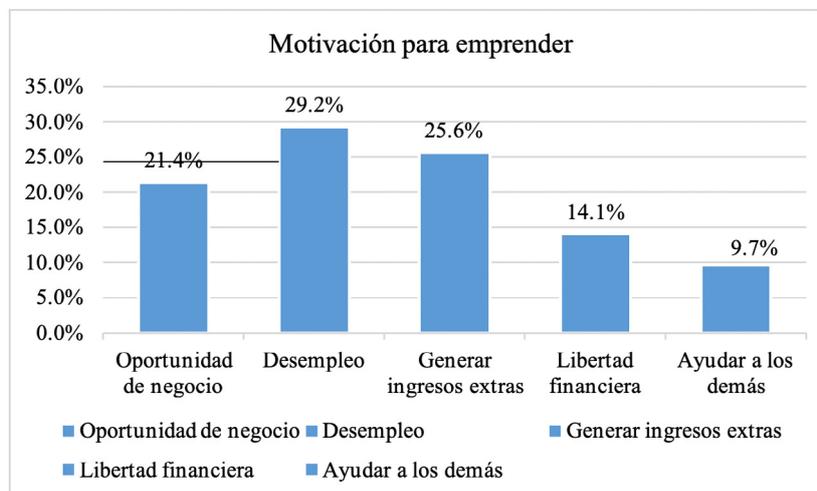
Con respecto a las variables demográficas de la unidad de análisis, se evidencia que la mayor parte de los microempresarios pertenecen al sexo femenino (56.4%), corroborando lo que establece la evidencia, donde se reconoce que las mujeres tienden a concretar con mayor efectividad la creación de los negocios en comparación que los hombres. Por otro lado, el 39.4% son empresarios jóvenes que se encuentran entre los 18 a 29 años, seguido del rango etario de 30 a 39 con el 26.6%. Con respecto al nivel de educación, el 36.6% de los encuestados han culminado sus estudios superiores; mientras que el 30.3% ha finalizado la secundaria (Ver tabla 6,7 y 8 en anexos).

Dentro de los motivos principales que ha orillado a los microempresarios a emprender, se encuentra el desempleo con el 29.2%, seguido de la búsqueda de generar ingresos extras con el 25.6% y la tenencia de una oportunidad de negocio con el 21.4%.

Tabla 2. Motivación para emprender

Descripción	Frecuencia	%
Oportunidad de negocio	82	21.4%
Desempleo	112	29.2%
Generar ingresos extras	98	25.6%
Libertad financiera	54	14.1%
Ayudar a los demás	37	9.7%
Total	383	100.0%

Figura 2. Motivación para emprender

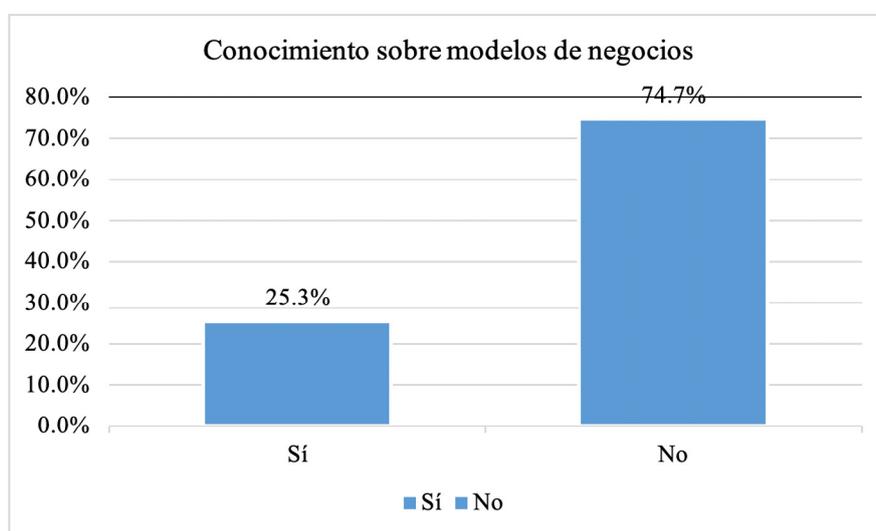


A pesar de que la mayor parte de las personas emprenden por el incremento del desempleo, es fundamental destacar que el 74.7% no presenta ningún tipo de conocimiento acerca de modelos para el establecimiento de emprendimientos rentables y autosuficientes en épocas de pandemia, lo cual puede conllevar al fracaso de negocios al poco tiempo de su creación.

Tabla 3. Conocimiento de modelos de negocios

Descripción	Frecuencia	%
Sí	97	25.3%
No	286	74.7%
Total	383	100.0%

Figura 3. Conocimiento sobre modelos de negocios

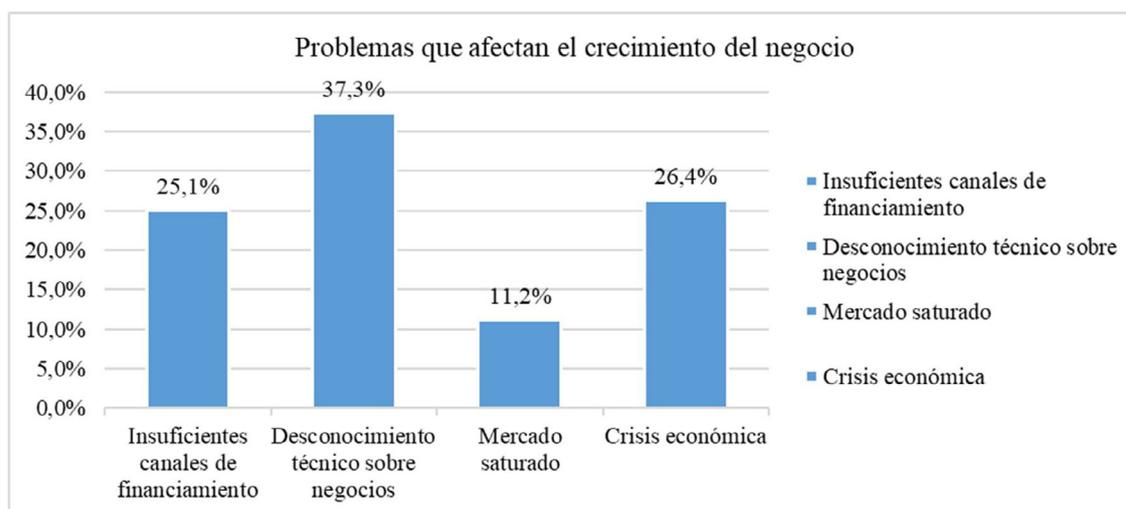


Con respecto a los problemas que presentan los microempresarios en torno al crecimiento de sus negocios, el 37.3% destaca el desconocimiento técnico sobre negocios, demostrando la ausencia de habilidades y conocimientos que permitan manejar y dirigir con efectividad el curso de la empresa (Ver tabla 3). Esta problemática ha generado que el 42.3% de los empresarios preserven conocimientos regulares acerca de la administración de los recursos humanos en la empresa, al igual que en temas de marketing (32.1%) y finanzas (39.9%), aspectos claves que se encuentran relacionados con el éxito de los negocios (Ver tabla 9, 10 y 11 en anexos).

Tabla 4. Problemas que afectan el crecimiento del negocio

Descripción	Frecuencia	%
Insuficientes canales de financiamiento	96	25.1%
Desconocimiento técnico sobre negocios	143	37.3%
Mercado saturado	43	11.2%
Crisis económica	101	26.4%
Total	383	100.0%

Figura 4. Problemas que afectan el crecimiento del negocio

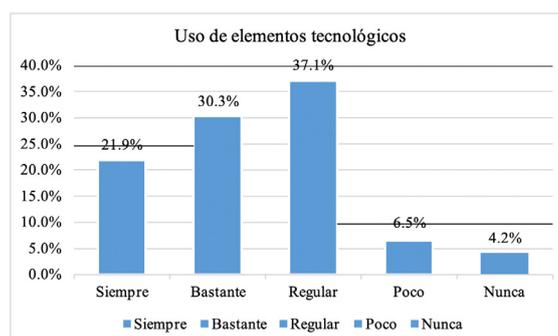


Es fundamental reconocer que, el 37.1% de los microempresarios utilizan de forma regular los elementos tecnológicos dentro de sus procesos, lo que indica la ausencia de la transformación digital y el uso de estos medios para destacar, sobresalir y crecer en el mercado.

Tabla 5. Uso de elementos tecnológicos en los procesos de la empresa

Descripción	Frecuencia	%
Siempre	84	21.9%
Bastante	116	30.3%
Regular	142	37.1%
Poco	25	6.5%
Nunca	16	4.2%
Total	383	100.0%

Figura 5. Uso de elementos tecnológicos



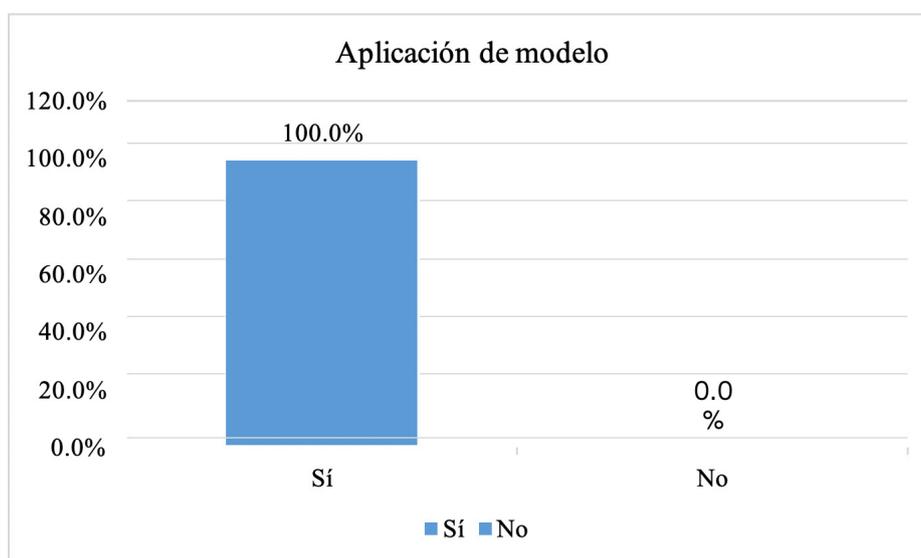
Cabe mencionar que, el 76.2% de los microempresarios no han realizado un análisis de aquellos factores internos y externos que afectan el desarrollo y crecimiento de sus negocios; asimismo, se destaca la ausencia de innovación continua dentro de la organización (82.2%) y la ejecución de investigaciones de mercado que favorezca en la toma de decisiones vinculadas con los objetivos empresariales (76.8%). De igual forma, se reconoce que el 83.3% de los encuestados no poseen un plan de negocios por escrito, acción que limita el conocimiento de aquellos aspectos que intervienen en el desarrollo del emprendimiento, las cuestiones financieras y las herramientas claves para la prevención de inconvenientes futuros ineludibles.

Por otro lado, el 44.1% de los empresarios manifestaron poseer limitados conocimientos acerca del modelo de negocios Canvas (Ver tabla 12 a 16 en anexos); sin embargo, el 100% indicó aplicar en sus negocios un modelo que garantice la instauración de emprendimientos autosuficientes y rentables en épocas de pandemia por Covid-19.

Tabla 6. Aplicación de un modelo de negocios para emprendimientos rentables y autosuficientes

Descripción	Frecuencia	%
Sí	383	100.0%
No	0	0.0%
Total	383	100.0%

Figura 6. Aplicación de modelo



Análisis General

De manera general, se evidenció que la mayoría de microempresarios son mujeres jóvenes entre 18 a 29 años que han culminado el tercer nivel de educación. La motivación principal que ha impulsado el deseo de emprender se orienta al desempleo y a la búsqueda de generar ingresos extras. Cabe mencionar que, gran parte de los encuestados no poseen conocimientos acerca de modelos de negocios para el establecimiento de emprendimientos rentables y autosuficientes en épocas pandémicas. Dentro de los resultados obtenidos, se identificó que el desconocimiento técnico sobre negocios ha afectado el crecimiento de la organización, debido a la tenencia de conocimientos regulares sobre la administración de recursos humanos, marketing y finanzas. Asimismo, se destaca la ausencia de

análisis sobre los factores internos y externos que afectan a la empresa, la inclusión de innovaciones continuas, investigaciones de mercado y el uso regular de elementos tecnológicos en los procesos empresariales. Por otro lado, los microempresarios carecen de un plan de negocios por escrito y presentan un limitado conocimiento acerca de los modelos de los mismos; sin embargo, se encuentran dispuestos a gestionar su aplicación con la finalidad de obtener emprendimientos rentables y autosuficientes en tiempos de pandemia por Covid-19.

En consecuencia, la propuesta a plantear en el presente estudio se centra en el modelo Canvas, una representación gráfica que determina cómo la empresa deberá crear valor y otorgarlos a sus clientes; así como, la forma en que se generan los ingresos y se obtienen las ganancias. El modelo Canvas se encuentra conformado por nueve elementos, los cuales representan una guía para mantener negocios rentables y autosuficientes.

Tabla 7. Elementos del Modelo Canvas – Propuesta

Segmentos de clientes	Son aquellos clientes cuyas necesidades y características serán cubiertas con la propuesta de valor generada por la empresa. PC: ¿Quiénes son los clientes más importantes para la empresa?
Propuesta de valor	Representa el modo en como los productos o servicios satisfacen una necesidad y solucionan un problema. PC: ¿Qué valor se otorga al cliente?; ¿Qué problema se soluciona?; ¿Qué se ofrece al cliente?
Canales	Indica la forma en cómo se transmite la propuesta de valor y se otorga a los clientes. PC: ¿Bajo qué canales se llega al cliente?; ¿Cuáles son los canales más rentables que debe aplicar la empresa?
Relación con los clientes	Las formas empleadas para establecer y mantener la relación con los clientes. PC: ¿Qué tipo de relación se construye con el cliente?; ¿Cuál es la mejor estrategia para el gestionamiento de las relaciones?
Fuentes de ingreso	Representa el producto monetario generado por la propuesta de valor. PC: ¿Cómo pagan los clientes?; ¿Cuál es la línea de ingresos principal de la empresa?; ¿Qué monto el cliente estará dispuesto a pagar?
Recursos claves	Son los recursos físicos, humanos, financieros e intelectuales que generan el funcionamiento del negocio. PC: ¿Cuáles son los recursos esenciales para generar la propuesta de valor?
Actividades claves	Abarcan aquellas actividades que contribuyen en la generación de valor hacia los clientes. PC: ¿Cuáles son los procesos y actividades claves dentro del modelo de negocios?
Asociaciones claves	Son agentes con los cuales se debe trabajar para impulsar el desarrollo del negocio. PC: ¿Quiénes son los aliados claves de la empresa?
Estructura de costos	Integran aquellos significativos que la empresa debe contemplar para que la misma funcione. PC: ¿Cuáles son los costos esenciales para el modelo de negocios?

Nota: PC = Pregunta clave que debe responderse.

En el modelo de negocios para establecer emprendimientos rentables y autosuficientes en época pandémica COVID 2019 se presentan las siguientes directrices específicas a seguir:

Manejar el método de envío Dropshipping, con el fin de que el vendedor no necesite poseer ni almacenar su propio inventario, gestionando un modelo de negocio de comercio electrónico, con poca inversión. Contar con un software de Customer Relationship Management (CRM) para poseer una base de datos con las características de los clientes, como hábitos, gustos y preferencias con el fin de fidelizar, mejorar la relación con el cliente y ofrecer un servicio de calidad; así como la creación de sitios web donde se oferte diversas actividades con una módica cuota de suscripción, con el objetivo de generar muchas visitas, y a su vez se aproveche el tránsito y sus clics. Del mismo modo se realizan estrategias digitales con un enfoque en la gestión de contenidos, alcance orgánico y pautas publicitarias;

adicionando publicaciones en vivo con descuentos y promociones en las redes sociales, así como la inclusión de influencers con el objetivo de interactuar con el cliente, obtener mayor alcance de seguidores y posicionarse en el mercado.

Conclusiones

Dentro de los modelos de negocios más utilizados en el mundo empresarial, se encuentran el modelo GEM, ISUN, Timmons y Canvas. El primero otorga información vinculada con acciones que se desarrollan a nivel nacional e internacional; el segundo se dirige a personas que desean incursionar en el ámbito de los emprendimientos, el tercero destaca la importancia de preservar recursos profesionales y económicos; mientras que, el cuarto proyecta un conjunto de aspectos bajo los cuales se busca generar y otorgar valor a los clientes.

La encuesta aplicada a un conjunto de 383 microempresarios evidenció la prevalencia de las empresas dedicadas al comercio y a actividades de alojamiento y de servicio de comidas. Además, se reconoció la tenencia de conocimientos limitados sobre los modelos de negocios. Asimismo, el desconocimiento técnico sobre negocio representa el factor principal que afecta el crecimiento de las empresas, impulsando la necesidad de aplicar modelos que garantice la presencia de emprendimientos rentables.

La propuesta aborda la integración del modelo de negocios Canvas. Este modelo se encuentra conformado por nueve elementos orientados a la creación de valor, los cuales son segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relación con los clientes, fuentes de ingreso, recursos, actividades y asociaciones claves; y, la estructura de costos. Se estableció el método Dropshipping como alternativa para reducir los costos de inventario, se propuso la adquisición de un software CRM para la gestión de clientes, la creación de sitios web y la aplicación de estrategias digitales para posicionarse en el mercado.

Referencias bibliográficas

Alonso, M. (2018). *Investigación de Mercados: Manual universitario*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Asociación de Emprendedores de Perú. (2019). *Investigación de mercados para emprendedores*.

Obtenido de <https://asep.pe/index.php/investigacion-de-mercados-para-emprendedores/> Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183-196. Obtenido de <http://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>

Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>

Caldas, M., Reyes, H., & Heras, J. (2017). *La idea emprendedora. El modelo Canvas (Empresa e iniciativa emprendedora)*. Madrid: Editex.

Camino, R., & Aguilar, A. (2017). Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas. *INNOVA Research Journal*, 2(9.1), 73-87. Obtenido de <http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/504/429>

Cavazos, J., & Giuliani, A. (2017). Escalabilidad: Concepto, características y retos desde el emprendimiento comercial y social. *Cuadernos del CIMBAGE*(19), 27-41. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/462/46251257003.pdf>

Chirinos, Y., Meriño, V., Martínez, C., & Pérez, C. (2018). Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES. *Revista Espacios*, 39(7), 3. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p03.pdf>

García, M., Grilló, A., & Morte, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *RETOS Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 55-70. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04GEM>. (2020). *Entrepreneurial Behaviour and Attitudes*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/ecuador-2>

Goicochea, J. (2019). Programa de Tutoría para fortalecer capacidades de emprendimiento y administración empresarial en estudiantes de Educación Técnico Productiva. Lima: Editorial SAXO.

Haro, E. (2020). Factores claves del ecosistema emprendedor en el estado de Sinaloa aplicando el modelo "GEM". *Revista Multidisciplinar Cienca Latina*, 4(1), 133-146. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i1.55

Hernández, A., Ramos, M., Barbara, P., Indacohcea, B., Quimis, A., & Moreno, L. (2018). Metodología de la investigación científica. Alicante: 3Ciencias.

Ibarra, A., Echeverri, C., Acosta, L., & Echeverri, M. (2020). Tres enfoques de la innovación como variable fundamental del modelo GEM con base a las personas, organizaciones y países. En L. Gómez, A. Tabares, & C. Arboleda, *Estrategia y gestión organizacional* (págs. 224- 259). Medellín: Sello Editorial Universitario Americana.

INEC. (2021a). Directorio de Empresas 2019. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/INEC>. (2021b). Redatam. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/>

Medina, F., Quijano, R., & Patrón, R. (2020). Marketing proactivo como estrategia en Mipymes del sector restaurantero para afrontar Mercados en crisis por la pandemia covid-19. *Revista Electrónica CAGI*, 7(14), 167-177. Obtenido de <http://www.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/216>

Mendoza, J., & Veliz, M. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. *ECA Sinergia*, 9(2), 68-79. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726419>

Mora, M., & Martínez, F. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y Desarrollo*, 31, 27-46. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6642176>

Muyma, A., & Rojas, D. (2019). Estrategias de gestión de efectivo y su relación con la rentabilidad en PYMES ecuatorianas. *Revista 593 Digital Publisher*, 4(5), 29-38. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144039>

Nicolás, C., & Rubio, A. (2020). Entrepreneurship in times of crisis: An exploratory analysis of the COVID-19's effects 2020. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66. doi:10.26784/sbir.v4i2.279 Ortiz, S. (2020). Formación emprendedora universitaria. Ciudad de México: Editorial Digital del Tecnológico Monterrey.

Ramírez, N., Mungaray, A., Aguilar, J., & Inzunza, R. (2017). Una explicación de la rentabilidad y poder de mercado de las microempresas marginadas. *Revista Economía: Teoría y práctica*(46), 97-113. doi:<https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/462017/ramirez>

Saavedra, M., Camarena, M., & Vargas, M. (2020). Una aproximación a los conceptos de emprendedor y emprendimiento social. *Revista Universidad & Empresa*, 22(39), 1-27. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7976>

Solano, S., Martínez, N., & Plaza, P. (2017). Emprendimiento social. *Revista de Estudios de Juventud*(118), 69-81. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6504120>

- Somalo, I. (2020). Modelos de negocios digitales. Madrid: Grupo Planeta.
- Surdez, E., Sandoval, M., Magaña, D., & López, E. (2020). Emprendimiento: modelos, tipología y comunicación eficaz del proyecto. Jalisco: Editorial Página Seis.
- Zamarreño, G. (2020). Análisis de Mercado. España: Editorial Elearning, S.L.

e
S

empresa & sociedad

Negocios desde
la academia

Modelo de estrategias de branding en la competitividad en empresas B2B-Ecuador, caso Tecasen

Model of branding strategies in competitiveness in B2B companies-Ecuador, Tecasen case

José Gabriel Adum Muñoz¹¹
Andrés Hernández¹²

Recibido: 17/12/2022; Aceptado: 15/03/2023

Resumen

El branding representa una herramienta que engloba múltiples esfuerzos orientados a la definición y construcción de una marca, a fin de buscar su posicionamiento y mejorar su nivel de competitividad. En consecuencia, el presente estudio se desarrolla con el objetivo de determinar el modelo de estrategias de branding adecuado para mejorar la competitividad de la empresa TECASEN. La metodología implica un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental, de tipo transversal y método deductivo. La técnica de recolección de datos empleada fue la encuesta, la cual se aplicó a un total de 263 empresas clientes de TECASEN. Los resultados demostraron que la organización no ha logrado posicionarse de forma adecuada en el mercado de soluciones de los problemas asociados con la filtración y lubricación deficiente, no utiliza adecuadamente la tecnología para el desarrollo de sus procesos comerciales y se destaca la ausencia de ventajas competitivas que logre diferenciarla de otras empresas. En razón de lo establecido, la propuesta integra estrategias fundamentadas en un modelo de branding digital, resaltando el uso de medios como la página web y redes sociales para la búsqueda del posicionamiento y la mejora de la competitividad de la marca TECASEN.

Palabras Clave: Modelo de estrategias, branding, competitividad, negocios B2B.

¹¹ Licenciado en Comercio Exterior. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

¹² Magíster en Marketing. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

Introducción

El branding comprende los esfuerzos relacionados a definir y construir una marca, a través de aspectos gráficos y comunicacionales que busquen un posicionamiento definido; esto se conjuga con los objetivos de que la percepción usuaria sobre la propuesta de valor sea clara y apreciada. Uno de los principales objetivos del branding es crear una lealtad hacia la marca, lo cual adquiere una gran importancia para la competitividad de la misma (Scorrano, Fait, Maizza, & Vrontis, 2019). No obstante, las estrategias de branding están siendo cada vez más prioritarias, dado el entorno complejo en que se desenvuelve el mercado; dificultando el posicionamiento de la marca (Salah & Mahrous, 2019).

Tanto en Ecuador como en otros países de América Latina, las empresas B2B (Business to Business), es decir, aquellas empresas que venden a otras empresas, tienen el desafío de darse a conocer y posicionar su marca en el top-of-mind de su cliente directo que; en este caso son otros negocios, con el obvio objetivo de seguir creciendo, y expandirse de forma local y a nivel nacional. Este desafío se volvió una oportunidad de reinventar la forma de comunicar con la situación mundial generada a partir de la pandemia por el COVID-19, que ha limitado el rango de acción y comunicación de cada empresa.

Se propone como caso de estudio la empresa TECASEN S.A., que ya tiene cierto grado de reconocimiento en Guayaquil como una empresa B2B, cuya propuesta de valor es la provisión de productos y servicios para mejorar la confiabilidad de la operación de la industria. Sin embargo; esta empresa no ha desarrollado un plan de estrategias de branding, ni un plan de comunicación, lo que da como resultado un bajo reconocimiento de marca y escasa participación de mercado fuera de la ciudad de Guayaquil. La presente investigación propone presentar un modelo de branding para mejorar la competitividad de las empresas B2B en Ecuador, tomando a TECASEN como caso de estudio.

Lo anteriormente expuesto, conlleva a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los elementos de un modelo de estrategias de branding para que las empresas B2B en Ecuador, como lo es la empresa TECASEN, puedan mejorar su competitividad? El artículo se justifica teóricamente al abarcar referentes de la literatura en revistas indexadas; a su vez, su justificación práctica viene dada por la utilidad de los resultados para las decisiones con respecto al branding y competitividad en entornos B2B. Esta investigación comienza con los antecedentes que corresponden a las referencias, luego se da paso a la revisión de insumos teóricos. En el siguiente apartado se hará mención a la metodología, resultados y propuesta. Se finaliza con las respectivas conclusiones del artículo.

Objetivos

Objetivo General

Determinar el modelo de estrategias de branding adecuado para mejorar la competitividad de la empresa TECASEN.

Objetivos Específicos

1. Reconocer el modelo de estrategias de branding y de competitividad direccionados a empresas B2B.
2. Definir la metodología adecuada para recopilar información sobre modelos de estrategias de branding y competitividad en la empresa TECASEN.
3. Analizar la situación actual de la empresa TECASEN con respecto a modelos de estrategias de branding y competitividad.

Desarrollo temático

Antecedentes Referenciales

El estudio realizado por Viardot (2017) tuvo como objetivo general explorar si las marcas de bienes de consumo tienen más valor que las marcas de uso industrial en Francia. Dentro de la metodología se emplearon entrevistas directas a 211 compradores de detergente en un supermercado sobre las marcas de consumo y las de uso industrial, se conoció que el 98% de los usuarios consideran como principal característica la eficiencia, seguido del 89% quienes buscan precio, el 43% considera importante que el producto sea especializado para poder adquirirlo, mientras que el 27% mencionó que busca un producto innovador.

En cuanto al criterio de compra, las marcas de consumo son más eficientes representado con el 78%, mientras que las marcas de uso industrial son consideradas como eficientes por el 46.5%; con respecto al precio, indicaron que en un nivel bajo se relaciona con las marcas industriales con un 80.5% y viceversa marca de consumo con precio alto o caro con el 45.5%. El producto especializado alcanzó un 34% para marcas industriales y un 25.62% en marcas de consumo, producto innovador tuvo 18.83% para las industriales y las de consumo con el 26% (Viardot, 2017); lo cual permite concluir que las personas inclinan sus percepciones sobre un producto basándose al reconocimiento que posee un producto, resaltando la importancia del branding.

Buitrago, Duque y Robledo (2020) realizaron una revisión sistemática que tuvo como objetivo general analizar teóricamente la evolución del marketing corporativo. Para esto fue necesario aplicar una metodología de tipo bibliográfica que permitió determinar la importancia, la cronología y el análisis sobre los diferentes estudios realizados sobre el branding. Dentro de los resultados hallados se encontraron tres perspectivas relacionadas al branding corporativo, siendo la primera la identidad de la marca, misma que indica la importancia de la marca en una empresa, por lo que es necesario implementar constantemente estrategias que deben de ir ligadas a los valores de institución.

Como segunda perspectiva se encontró el efecto que tiene la responsabilidad social en el branding corporativo, determinando que este varía de acuerdo al nivel de responsabilidad del consumidor, así como en el nivel de fidelidad hacia una marca en específico. Mientras que la tercera analiza la influencia de la marca con alianzas corporativas, identificando que para el crecimiento de una marca nueva es importante que esta cree alianzas con empresas posicionadas en el mercado en donde influirán los compradores de ambas marcas. Se concluye que la ética es parte primordial en la influencia de compra, por lo que es recomendable que la responsabilidad se vea reflejada desde la parte interna de la empresa, puesto que esto hará que los clientes se sientan más identificados con la misma (Buitrago, et al., 2020).

El estudio realizado por Saltos, León y González (2017) tuvo como objetivo general conocer la identidad de la marca de un producto visto desde la perspectiva del consumidor. Esta investigación se llevó a cabo bajo la aplicación de una metodología, con enfoque teórico deductivo hecho a 381 vendedores de calzado; dentro de los resultados se encontró que en la dimensión de internalización obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson del 0.860 ($p < 0.05$) y los indicadores más relacionados fueron: tiene marca, personalidad y valores; mientras que la externalización alcanzó 0.924 como coeficiente de correlación de Pearson ($p < 0.05$), relacionándose con la identidad visual y la relación marca. Esto indica que cuando se lleva a cabo la identidad de la marca de manera eficaz, permite que se represente la filosofía y la cultura de la organización.

Antecedentes Teóricos

Branding

Dentro de los tipos de branding conocidos a lo largo de la historia, Burguera y Vara (2019) mencionaron la existencia de varios, en donde se encuentran: el branding comercial o empresarial, el branding emocional, branding del consumidor y branding digital. En lo que conlleva al branding comercial o empresarial, se refiere a los valores de la empresa como la visión, misión, políticas y cultura, los cuales permiten que se pueda crear una imagen real de la empresa para que pueda introducirse y permanecer en el mercado. El branding emocional es una de las partes más importantes para que una marca permanezca en el mercado, debido a que como su nombre lo indica; se basa en las emociones que experimenta el consumidor con respecto al producto o servicio brindado, además interviene la confianza y compromiso hacia este, lo cual provoca que las personas obtengan un mayor interés de compra, por lo que las empresas deben de crear un vínculo con los usuarios a través de estímulos emocionales y visuales (Ancin, 2018).

Por otra parte, el branding de consumo realizado por las empresas se enfoca de manera más directa sobre las necesidad y expectativas que posee el consumidor, en el cual busca entablar conversación y afianzar las relaciones a fin de obtener la fidelidad de los usuarios, a través de publicidades constantes de sus productos y los beneficios que este posee (Illouz, 2019). Por tal razón, se considera que en la aplicación de este tipo de branding intervienen el emocional y el empresarial.

El branding digital se encuentra direccionado hacia la creación y estabilización de la marca, a través de medio digitales, con el objetivo de llegar de manera más rápida al público objetivo, en donde una de sus principales ventajas es la cercanía que esta brinda con el usuario por medio de conversaciones o comentarios directos (de Escobar & Ávalos, 2020; Martínez et al., 2018). Para esto, se pueden utilizar los canales digitales de la empresa, donde se busca humanizar la marca; de esta forma se puede diferenciar de la competencia, utilizando como medio, las publicidades emitidas, la variedad e interacción en las plataformas digitales, la facilidad de abarcar más de una red social y la más importante que es crear emociones en los consumidores cuando vean una publicación de la marca o producto (Solé & Campo, 2020).

Por otra parte, Martínez (2018) mencionó que el co-branding se refiere a las alianzas que realizan empresas del mismo sector o producto para poder crear un mayor impacto en el mercado a través de una misma publicidad. Este tipo de branding puede ser de comunicación, de producto y de operación. En el co-branding de operación se busca optimizar el alcance que poseen las marcas a fin de obtener un mayor beneficio, tanto para el comprador como para la empresa. Una de las ventajas es que empresas que se alinean no siempre deben de estar en la misma área, pero sí pueden enviar un mensaje claro, en donde ambas son las protagonistas.

El EAE Business School (2020) mencionó que en el co-branding de producto busca dar a conocer un producto nuevo e impulsar sus ventas. La estrategia suele relacionársela con las tiendas que los venden o con productos diferentes, pero de la misma línea. Una de las ventajas es la reducción de los costos de publicidad, la diferenciación que posee, la posibilidad de abarcar un nuevo mercado, permitiendo así obtener mayor participación en la mente de los consumidores. El co-branding de comunicación es usado por varias marcas que se fusionan a fin de reducir costos y optimizar recursos por medio de aplicación de estrategias promocionales. Dentro de las ventajas se mencionan los mayores ingresos por ventas, confianza del usuario, mayor alcance de venta, se comparten los riesgos, ganancias extras por regalías, entre otras.

Dentro de las características más importantes para el branding industrial, es partir del desarrollo de un buen logotipo para la marca, de tal forma que los clientes puedan recordarlo a lo largo del tiempo; eso es importante para cualquier tamaño organizacional. Una de las ventajas de un buen logotipo es que le brinda una mayor identidad de marca, donde se pueden transmitir los valores de la empresa para con sus clientes. A su vez, el logotipo permite exponer un elemento diferenciador de la marca, para poder identificarla; bajo este enfoque, se resalta que el logotipo debe ser fácil de recordar, atractivo y diferente al de los competidores (Bueno, 2018).

Otro aspecto destacable del branding corresponde a la diferenciación por medio de los atributos del producto o servicio. En este punto, resulta relevante destacar que los atributos tangibles se convierten en un factor esencial para establecer un vínculo con el cliente, incluso de aspecto emocional. Los atributos de marca pueden comprender propiedades, materiales, colores, formato, entre otros; sin embargo, también existen aspectos intangibles que permiten al usuario asociar la marca, por ejemplo, cultura innovadora, productos económicos, servicio de excelencia, alta calidad de sus productos, entre otros (Saltos et al., 2017).

El branding tiene como resultado exitoso el adecuado posicionamiento de la marca; no obstante, este posicionamiento se refiere a la primera marca que el usuario asocia con una determinada industria. Es decir, este concepto se ubica en el imaginario colectivo del mercado, donde las percepciones juegan un papel muy importante. En este punto, se desarrollan diversas estrategias de marketing que están dirigidas a establecer una percepción predeterminada dentro del mercado. El éxito de estas estrategias se reflejará en la posición que les den los potenciales clientes con respecto a sus competidores (Saqib, 2020).

Competitividad Empresarial

De acuerdo a lo expuesto por Salah y Mahrous (2019) la competitividad es definida como la capacidad que posee una empresa o país para sustentar los recursos requeridos por una experiencia, servicio o producto que se desea lanzar al mercado, el cual debe de tener un valor agregado para poder competir y mantenerse entre los competidores. Por tal razón es necesario analizar a profundidad el mercado meta, las expectativas y necesidades de los usuarios a quienes irá dirigido; junto con estrategias a corto y mediano plazo.

Arenal (2019) mencionó que el nivel de competitividad de una empresa o producto en el mercado se lo puede determinar en relación con el valor que genere en el mercado o la productividad del mismo, lo cual se logra a través de la generación de ventajas competitivas en donde intervienen la diferenciación, dominio, bajos costos, conocimiento y branding; además la autora indicó de la existencia de dos factores que pueden afectar la competitividad de una empresa, siendo estos los internos y los externos.

En los factores externos intervienen la demanda, impactos en el ambiente, precios internacionales, economía del país, leyes, impuestos, políticas comerciales, aranceles, entre otras categorías, mientras que los internos involucran a las decisiones y acciones realizadas por la empresa, como las alianzas, encadenamiento, investigaciones de mercado, tecnología, costos, productos, calidad de recursos humanos, relaciones con clientes y capacitaciones (Martínez & Padilla, 2020; Limache, 2017). Dentro de los factores internos se pueden encontrar ciertos problemas como es la falta de lealtad del personal, sobornos, confusión del usuario al realizar su compra, tiempo perdido por lo empleados en horas laborales, ausencia de compromiso y cumplimiento de las normas y políticas de la organización (Romero, Pertuz, & Orozco, 2020).

Por otra parte, EAE Business School (2020) señaló que la competitividad de una empresa permitirá que esta venda sus productos o servicios a un menor valor, con una buena calidad, mejore sus procesos constantemente, innove o lance nuevos productos al mercado; lo cual se logra a través de la optimización de sus recursos para cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes. Para esto, la empresa debe de estar en la capacidad para cumplir con la demanda de sus usuarios en el mercado, garantizando así su crecimiento en el mercado.

Negocios B2B

El marketing B2B está dirigido al mercado empresarial e industrial, sectores que luego comercializan los productos a empresas de la misma línea. Dentro de las características que este posee es que manejan ventas a mayor escala, su cartera de clientes es reducida, se enfocan en dar a conocer las características del servicio o producto que comercializan. Su producto es distribuido a diferentes lugares y por diferentes medios. Las metas que establecen

los negocios de este tipo siempre serán enfocadas a largo plazo y las publicidades que realizan se encuentran seleccionadas y enfocadas a un sector en específico. Los negocios B2B se enfocan en las empresas, brindando como ventaja el ahorro de recursos, tiempo y dinero (Juan, 2020).

En el mundo de los negocios B2B los usuarios pueden obtener dos tipos de experiencias, en donde se encuentra la propia del usuario y la co-creada por la empresa. Las principales características de las experiencias propias del usuario son el establecer una relación marca-cliente, la experiencia visual y emocional al tener contacto directo con el producto o servicio, darle una cara a la marca, interacción con el personal, información a detalle del producto y prueba del producto (Österle, Kuhn, & Henseler, 2018).

Por otro lado, en las experiencias co-creadas por la empresa, intervienen los productos, la identidad y la imagen de la marca, la creación de un estímulo al comprador, impulso de compra, adaptación a las expectativas y necesidades del visitante, competencia y capacidad de la marca en el mercado, autenticidad, la facilidad de acercamiento al producto, espacios atractivos, ambiente de entretenimiento, fidelidad a la marca y trato amable (Österle, et al., 2018). Estas experiencias son creadas con el objetivo de que el cliente se sienta parte de la empresa.

El mercado de las empresas B2B cada vez avanza con mayor rapidez, por lo que las empresas deben encontrarse a la vanguardia de la tecnología. Bajo este enfoque, Pesántez, Romero y González (2020) expusieron que las empresas B2B que han incursionado en el mundo del internet poseen mayor ventaja, puesto que la red les permite entablar comunicación con otras empresas de manera segura y rápida, en este punto otorga facilidades para acceder a reuniones pre-venta de manera virtual. A su vez, se pueden digitalizar y automatizar la emisión de proformas y contratos; brinda otras oportunidades de comunicación e integración interna de la empresa, pudiendo enviar sus solicitudes o dudas a través del correo electrónico corporativo, sin tener que movilizarse de un departamento a otro, optimizando su tiempo.

Metodología

Tipo de Investigación

El enfoque cuantitativo se basa en la medición de fenómenos mediante la estadística, este parte del paradigma positivista. El alcance descriptivo tiene como objetivo mostrar la problemática sin explicar causalidades. El diseño no experimental es aquel que no aplica estímulos ni manipula deliberadamente los datos. La investigación de tipo transversal es la que detalla la situación actual de un problema de investigación, sin la necesidad de evaluar cambios en períodos de tiempo (Hernández & Mendoza, 2018).

Este trabajo de investigación utilizó el enfoque cuantitativo al utilizar la estadística mediante frecuencias, para analizar las variables de estudio. El alcance fue descriptivo, ya que no se incluyen cálculos correlacionales ni pruebas de hipótesis. El diseño fue no experimental al mostrar y analizar los datos, tal cual fueron recolectados. Este trabajo fue transversal al describir en una única ocasión las características de la población.

Método de Investigación

El método deductivo se desprende del enfoque cuantitativo, este va de lo general a lo específico, realizando una revisión referencial para contextualizarlo en un campo de acción determinado. El método utilizado en este trabajo investigativo fue el deductivo, al partir de revisiones referenciales, las cuales fueron contrastadas en la empresa TECASEN.

Unidad de Análisis, Población y Muestra

La unidad de análisis son las empresas clientes de TECASEN. La población está constituida por 835 empresas registradas como clientes en el sistema interno de la compañía. La muestra se calculó a partir de la fórmula de cálculo de la muestra para población finita con los parámetros: Población (N) 835, probabilidad de éxito (p) 50%, fracaso (q) 50; precisión (d) 5%, valor z para intervalo de confianza del 95% (z) 1.96.

$$n = \frac{(N * Z_{\alpha}^2 * p * q)}{[d^2 * (N - 1)] + (Z_{\alpha}^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{(835 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5)}{[0.05^2 * (835 - 1)] + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 263$$

La muestra de estudio son 263 empresas clientes de la empresa TECASEN.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La encuesta consiste en una herramienta que permite interrogar a una muestra representativa de una población para conocer características relevantes. El cuestionario es un grupo de preguntas claramente definidas (López & Fachelli, 2017). En este trabajo se aplicó un cuestionario de 15 preguntas (ver anexos), mediante una encuesta a 263 empresas clientes de TECASEN.

Procesamiento de la Información

Los datos se recolectaron de manera presencial, luego se tabularon en el programa Microsoft Excel 2016 y se procesaron mediante SPSS 25. La información se presentó por medio de pasteles estadísticos.

Resultados

En razón de la encuesta aplicada hacia los clientes de la empresa de estudio, se determina que la mayor parte de clientes (22.4%) piensan en la empresa TECASEN al momento de requerir una entidad que otorgue soluciones en cuanto a problemas industriales vinculados con la filtración y lubricación deficiente; posteriormente, se ubica organizaciones como FS Chem con el 17.9% de participación e Inverneg con el 11.8%.

Tabla 1. Marcas para la solución de problemas

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
TECASEN	59	22.4%
Idima	14	5.3%
Inverneg	31	11.8%
FS Chem	47	17.9%
Hivimar	10	3.8%
Lubtechnology	30	11.4%
Sumelec	21	8.0%
Otras	51	19.4%
Total	263	100.0%

Por otro lado, en ámbitos visuales se determina que el 55.5% de los clientes no logra recordar con exactitud el logo de TECASEN en sus mentes. Un aspecto por resaltar, implica en el hecho de que la empresa utiliza un imago tipo, en donde se junta el nombre de la empresa con un pictograma que a simple vista no permite reconocer que pertenece a la organización de estudio.

Tabla 2. Logo de TECASEN

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Sí	117	44.5%
No	146	55.5%
Total	263	100.0%

Con respecto al medio de conocimiento de TECASEN por parte de la clientela, el 59.3% estipuló las visitas de un asesor de TECASEN, seguido del 21.3% que alude al internet, y el 14.1% que se indica por referencias. Cabe mencionar que, la empresa posee una página web que otorga la información necesaria acerca de los productos y servicios que ofrece hacia sus clientes.

Tabla 3. Medio de conocimiento de TECASEN

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Internet	56	21.3%
Referencias	37	14.1%
Visita de asesor de TECASEN	156	59.3%
Publicidad escrita	3	1.1%
Visibilidad del local comercial	5	1.9%
Otro	6	2.3%
Total	263	100.0%

En relación con los atributos que caracterizan a la empresa, se mostraron los porcentajes de personas que le asignaron la puntuación de 5 a cada atributo. Por tanto, se destaca la tenencia de una alta calidad con el 33.8%, seguido del 27.0% que alude a la entrega de un excelente servicio y el 13.7% lo determina con productos innovadores.

Tabla 4. Atributo que caracteriza a TECASEN

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Alta calidad de productos	89	33.8%
Económica	32	12.2%
Excelente servicio	71	27.0%
Productos innovadores	36	13.7%
Empresa promedio	35	13.3%
Total	263	100.0%

Un punto por destacar se centra en el hecho de que la mayor parte de clientes consideran a TECASEN como una empresa tradicional (51%); sin embargo, el 49% restante lo visualiza como una organización moderna.

Tabla 5. Cultura de la empresa TECASEN

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Moderna	129	49.0%
Tradicional	134	51.0%
Total	263	100.0%

Por otro lado, se reconoce que el 63.1% de los clientes no revisa constantemente la página de la empresa, debido que en muchos casos no existe actualización de la información.

Tabla 6. Revisión de la página web

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Sí	97	36.9%
No	166	63.1%
Total	263	100.0%

Asimismo, se reconoce que la empresa TECASEN no emplea de forma adecuada la tecnología para sus procesos comerciales. Un aspecto clave que debe mejorarse, dada la amplia importancia que sostiene en el cierre de ventas.

Tabla 7. Uso adecuado de la tecnología

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Sí	79	30.0%
No	184	70.0%
Total	263	100.0%

Según los datos establecidos en la tabla 8, la empresa TECASEN no se encuentra bien posicionada en el mercado de soluciones a problemas industriales de filtración y lubricación deficiente; a pesar de la amplia trayectoria que presentan, no han logrado mantener un reconocimiento a nivel nacional.

Tabla 8. Posición de TECASEN

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Sí	94	35.7%
No	169	64.3%
Total	263	100.0%

El 61.2% de los clientes de TECASEN determinan que la empresa no posee ventajas competitivas en comparación con otras empresas que han logrado liderar y posicionarse en el mercado en el cual se desenvuelven.

Tabla 9. Ventaja competitiva de TECASEN

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Sí	102	38.8%
No	161	61.2%
Total	263	100.0%

Lo previamente determinado contribuye en la identificación de la presente situación, donde la empresa que lidera y se encuentra mejor posicionada en el sector de filtración de procesos es INVERNEG, según la percepción del 33.8% de la población.

Tabla 10. Empresas posicionadas en la línea de filtración

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
INVERNEG	178	33.8%
SUMLEC	126	24.0%
IDIMA	102	19.4%
TECASEN	98	18.6%
Otras	22	4.2%
Total	526	100.0%

De igual forma, en la línea de lubricantes, la empresa mejor posicionada es HIVIMAR con el 34% de participación, un aspecto que permite reconocer la falta de acciones por TECASEN para mejorar su posición actual.

Tabla 11. Empresas posicionadas en la línea de lubricantes

Descripción	Frecuencia	%
Oil Super	139	26.4%
Lubtechnology	105	20.0%
HIVIMAR	179	34.0%
TECASEN	93	17.7%
Otras	10	1.9%
Total	526	100.0%

En la línea de compresores de aire, existe un posicionamiento por parte de la empresa La Llave, con el 33.3%; seguido de AINSA con el 27.4% e Indutorres con el 21.3%. Este hecho fomenta la necesidad de aplicar acciones que impulsen el nivel de competitividad de TECASEN.

Tabla 12. Empresas posicionadas en la línea de compresores de aire

Descripción	Frecuencia	%
AINSA	144	27.4%
La Llave	175	33.3%
Indutorres	112	21.3%
TECASEN	12	2.3%
Otras	83	15.8%
Total	526	100.0%

Finalmente, la empresa FS CHEM es quien lidera en el sector de diálisis de aceites, según la percepción del 32.7% de los clientes; mientras que TECASEN únicamente alcanza el 20.3%.

Tabla 13. Empresas posicionadas en la línea de diálisis de aceite

Descripción	Frecuencia	%
FS CHEM	172	32.7%
ASTRIVEN	65	12.4%
Perfect Diesel	28	5.3%
TECASEN	107	20.3%
Otras	154	29.3%
Total	526	100.0%

De acuerdo con los resultados visualizados en la tabla 14, TECASEN no representa una organización que lidera en costos, a pesar de que buscan contantemente reducir este factor en elementos como la reposición, productividad, mantenimiento y la maximización del valor en los equipos de los clientes.

Tabla 14. Líder en costos

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Sí	112	42.6%
No	151	57.4%
Total	263	100.0%

Finalmente, el 62.4% de los clientes determinaron que TECASEN no es una empresa que ha logrado diferenciarse de sus competidores, lo cual se debe a la ausencia de ventajas competitivas y a la aplicación efectiva de la tecnología dentro de sus procesos comerciales

Tabla 15. Diferenciación de la empresa

<i>Descripción</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Sí	99	37.6%
No	164	62.4%
Total	263	100.0%

Propuesta de Modelo

Conforme los resultados obtenidos, se determina que TECASEN se establece como una de las empresas B2B en las cuales se piensa para mejorar problemáticas relacionadas con la filtración y lubricación deficiente en la industria de producción. En temas de imagen corporativa, una de las cuestiones que aqueja a la empresa deriva del limitado nivel de recuerdo acerca de la imagen gráfica de la marca que utilizan. Dentro de los ámbitos problemáticos de TECASEN se destaca el limitado uso de la tecnología hacia los procesos comerciales, falta de posicionamiento en el mercado industrial de filtración y lubricación deficiente, así como, en la línea de compresores de aire y servicio de diálisis de aceite.

Cabe destacar que, aunque la empresa no es líder en sus diferentes líneas de productos, las personas sí la identifican como una alternativa de solución integral. Por ende, con una adecuada estrategia de branding digital, se puede aprovechar esta fortaleza y, además, afrontar la debilidad de no estar como la empresa mejor posicionada en el mercado. Los atributos del posicionamiento irán dirigidos a la calidad y servicio que son la mayor fortaleza de la empresa, buscando diferenciarse de esta manera con otros productos que tienen una menor calidad. De igual forma, los asesores comerciales, al ser la principal fuente de ventas y reconocimiento en el mercado, deben ser capacitados para comunicar de forma adecuada el mensaje que quiere dar la organización y así estar en consonancia con el mensaje del logotipo y las estrategias digitales.

Por otro lado, la falta de ventajas competitivas es un aspecto que ha limitado que TECASEN logre diferenciarse de sus competidores y no se reconozca como una organización líder en costos. A pesar de esto, una de las ventajas

que presenta la entidad se centra en su relación con atributos, como la entrega de productos con una alta calidad, integración de un excelente servicio y considerarse como una asociación con productos innovadores. Cabe resaltar que, una mayoría importante de sus clientes conocieron a la empresa por medio de internet, siendo este elemento, un factor clave en el cual deben enfocarse y dirigirse las estrategias de mejora para la competitividad de TECASEN.

En razón con lo establecido previamente, la propuesta se concentra en el desarrollo de estrategias fundamentadas en un modelo de branding digital. Esto indica que, se busca estabilizar, edificar y posicionar la marca de TECASEN a través de canales digitales como las redes sociales y las páginas web. Antes de aplicar estrategias de posicionamiento en redes sociales, se recomienda desarrollar y definir la estrategia de branding aplicada a un logotipo por parte de personal experto, por medio del cual los clientes puedan reconocer y recordar inmediatamente a la empresa TECASEN; este procedimiento debe ser sencillo, atractivo y con una alta imagen profesional.

Con respecto al primer criterio de branding digital, se tiene como objetivo maximizar la presencia de la entidad en el ámbito online mediante la continua actualización de información y contenido acerca de los productos, servicios, promociones, entre otros aspectos que la empresa ofrezca a sus clientes, porque la empresa no es líder. Asimismo, se destaca el desarrollo de una estrategia social media personalizada para cada red que la empresa utiliza, como lo es Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, con el objetivo de mejorar sus niveles de competitividad y el posicionamiento de la marca.

En cuanto a la página web, se determina la implementación de chatbots que permitan realizar funciones y tareas principales como la entrega de atención al cliente, resolución de consultas o dudas por parte de los mismos, la comunicación efectiva de los productos y servicios que la empresa ofrece al mercado, entre otras actividades que mejoren y automaticen la asistencia hacia los usuarios nuevos y actuales y el proceso de ventas. Adicionalmente, como elemento final se delimita el uso del email marketing, una herramienta que permitirá mejorar la interacción con los clientes, impulsar el grado de confianza y generar lealtad con ellos.

Conclusiones

El branding representa un mecanismo que permite definir, construir y posicionar una marca; con el paso de los años, se han identificado diversos tipos que aluden al branding empresarial o comercial, del consumidor, emocional y digital. En este último, la consolidación de la marca se realiza mediante el uso de los medios digitales, con el propósito de abarcar un público objetivo con mayor rapidez y eficacia. Dentro de este enfoque, se destacan las empresas B2B, que a través del tiempo han logrado progresar continuamente gracias a la utilidad de la tecnología. Por lo general, este tipo de empresas incursionan en el mundo de internet con la finalidad de obtener ventajas que les permita desarrollarse, expandirse y diferenciarse de los competidores.

La metodología del estudio abarca un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental de tipo transversal y método deductivo. La técnica de recolección de datos empleada fue la encuesta que se aplicó en una muestra de 263 empresas clientes de TECASEN. Dentro de los resultados obtenidos se determina que, la organización se caracteriza por brindar un excelente servicio y otorgar productos de alta calidad. A pesar de esto, TECASEN no ha logrado posicionarse dentro del mercado de solución de problemas industriales relacionados a la filtración y lubricación deficiente, dado a la falta de estrategias de branding, estrategias de comunicación relacionadas y ventajas competitivas que logren diferenciarla de los competidores.

En la actualidad, TECASEN carece de ventajas competitivas que les permita destacar dentro del mercado de soluciones industriales asociados a filtración y lubricación deficiente, un aspecto que ha limitado su nivel de posicionamiento y el grado de diferenciación frente a la competencia. Cabe mencionar que, la empresa no emplea con efectividad la tecnología dentro de la ejecución de sus procesos comerciales, a pesar de una parte importante de clientes descubrió la organización por medio del internet, elemento clave para expandir el crecimiento y desarrollo de la misma. Bajo este enfoque, la propuesta implica estrategias centradas en el modelo de branding digital, destacando la creación de un logotipo profesional, capacitación a ejecutivos de venta, uso de canales digitales como la página

web y redes sociales en la búsqueda del posicionamiento, estabilización y mejoras de la competitividad empresarial de la empresa TECASEN.

Referencias bibliográficas

Ancin, I. (2018). Integración del diseño y el marketing en la construcción de símbolos emocionales de la marca (branding emocional). *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 1-9. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/04/simbolos-emocionales-marca.html>

Arenal, C. (2019). Políticas de marketing internacional. *La Rioja: Tutor Formación*. Bueno, M. (2018). La importancia de un logotipo. *Bol Pediatr Arag Rioj*, 48(2), 37.

Buitrago, S., Duque, P., & Robledo, S. (2020). Branding Corporativo: Una revisión bibliográfica.. *Revista Económicas CUC*, 41(1), 143-162. doi:<https://doi.org/10.17981/econcuc.41.1.2020.Org.1>

Burguera, M., & Vara, A. (2019). Marca, branding y empresas periodísticas. Pamplona: ESIC. de Escobar, A., & Ávalos, A. (2020). El ebranding o branding digital: Fortaleza del futuro. *Investigaciones Universidad Del Quidío*, 32(2), 6-15. doi:<https://doi.org/10.33975/riuq.vol32n2.447>

EAE Business School. (2020). Cobranding, ¿asociación o fusión de marcas? Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/cobranding-asociacion-o-fusion-de-marcas/>

EAE Business School. (2020). Competitividad empresarial. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/cuatro-decisiones-para-mejorar-la-competitividad-empresarial/>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.

Illouz, E. (2019). Capitalismo, consumo y autenticidad: Las emociones como mercancía. Buenos Aires: Katz Editores. Juan, C. (2020). Marketing estratégico. Obtenido de <https://www.iebschool.com/marketing/marketing-estrategico/>

Limache, E. (2017). Capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES en Tacna-Perú. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*(84), 504-535. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6402380>

López, P., & Fachelli, S. (2017). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Martínez, A., Cano, R., Mayorga, S., Gavilán, D., Martínez, G., Peña, B., . . . Guio, M. (2018). *BRANDING DIGITAL. Relato, contenidos y comunicación de marca a través de dispositivos móviles*. Sevilla: Egregius Ediciones.

Martínez, G. (2018). *Marketing y Comunicación de moda*. Madrid: ESIC.

Martínez, J., & Padilla, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial. Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 26(2), 120-132. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7500747>

Österle, B., Kuhn, M., & Henseler, J. (2018). Brand worlds: Introducing experiential marketing to B2B branding. *Industrial Marketing Management*, 72, 71-98. doi:<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.04.015>

Pesántez, A., Romero, J., & González, M. (2020). Comercio electrónico B2B como estrategia competitiva en el

comercio internacional: Desafíos para Ecuador. *Revista de la Universidad Internacional del Ecuador*, 5(1), 72-93. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1166>

Romero, D., Pertuz, V., & Orozco, E. (2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática. *Revista Información Tecnológica*, 31(5), 21-32. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000500021>

Salah, A., & Mahrous, A. (2019). Nation branding: the strategic imperative for sustainable market competitiveness. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 1(2), 146-158. doi:<https://doi.org/10.1108/JHASS-08-2019-0025>

Saltos, J., León, A., & González, L. (2017). La identidad de marca desde el criterio del consumidor ecuatoriano. *Revista Publicando*, 4(11), 463-479. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/585/pdf_406

Saqib, N. (2020). Positioning – a literature review 2020. *PSU Research Review*, 1-29. doi:<https://doi.org/10.1108/PRR-06-2019-0016>

Scorrano, P., Fait, M., Maizza, A., & Vrontis, D. (2019). Online branding strategy for wine tourism competitiveness. *International Journal of Wine Business Research*, 31(2), 130-150. doi:<https://doi.org/10.1108/IJW-BR-06-2017-0043>

Solé, M., & Campo, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: Integración de las estrategias*. Madrid: ESIC.

Viardot, E. (2017). Branding in B2B: the value of consumer goods brands in industrial markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32(3), 337-346. doi:<https://doi.org/10.1108/JBIM-11-2014-0225>

e
empresa & sociedad
s
Negocios desde
la academia

Análisis de las políticas públicas para fomentar el emprendimiento en el sector turístico en el Ecuador, período 2017-2020

Analysis of public policies to promote entrepreneurship in the tourism sector in Ecuador, period 2017-2020

Steeven Ronaldo Vinces Celi ¹³
Otto Suárez ¹⁴

Recibido: 11/12/2022; Aceptado: 15/04/2023

Resumen

El turismo ha sido uno de los sectores económicos que mayor importancia ha sustentado a nivel global, situación que no se diferencia en el ámbito nacional. La presente investigación se desarrolló con el objetivo de analizar las políticas públicas para fomentar el emprendimiento en el sector turístico en el Ecuador, durante el período 2017-2020. La metodología consistió en una investigación cualitativa, descriptiva, no experimental y con método inductivo. La recolección de datos se realizó mediante una entrevista constituida por ocho preguntas las cuales estuvieron dirigidas a cinco expertos del sector de turismo; además del análisis de datos secundarios asociados con el crecimiento y evolución del sector mediante el uso de gráficos estadísticos. Dado los resultados, en la actualidad este sector se ha declarado en crisis dado los efectos generados por la pandemia, por lo que se requieren políticas asociadas con la generación de incentivos laborales, de promoción, financieros y crediticios hacia los emprendimientos, con el fin de generar condiciones favorables que contribuyan y reactiven de forma efectiva el turismo nacional.

Palabras Claves:
Sector turístico,
políticas públicas,
emprendimiento, turismo.

Abstract

Tourism has been one of the economic sectors that has sustained the greatest importance globally, a situation that does not differ at the national level. The present investigation was developed with the objective of analyzing public policies to promote entrepreneurship in the tourism sector in Ecuador, period 2017-2020. The methodology consisted of a qualitative, descriptive, non-experimental investigation and with an inductive method. Data collection was carried out through an interview consisting of eight questions which were addressed to five experts from the tourism sector; in addition to the analysis of secondary data associated with the growth and evolution of the sector through the use of statistical graphics. Given the results, this sector has currently declared itself in crisis given the effects generated by the pandemic, which is why policies associated with the generation of labor, promotion, financial and credit incentives towards entrepreneurship are required, in order to generate favorable conditions that contribute and effectively reactivate national tourism.

Keywords: Tourism sector, public policies, entrepreneurship, tourism.

Introducción

En la última década, el turismo ha evolucionado a pesar de la crisis económica, convirtiéndose en uno de los sectores económicos más importantes a nivel global; no obstante, el Ecuador ha experimentado un crecimiento perenne de visitantes internacionales desde hace diez años (Santiago, Romero y Álvarez, 2017). Cabe destacar el hecho de que una adecuada gestión de políticas públicas requiere de indicadores turísticos que describan la problemática actual que se presenta; esto también es necesario para los emprendedores que muchas veces actúan de forma empírica sin conocer datos sobre el turismo en su zona (Serrano, 2017).

Dentro de la industria del turismo, es importante destacar que un enfoque netamente económico puede ser insostenible en el largo plazo, por lo que las políticas públicas deben cuidar aspectos monetarios, pero también cuestiones culturales, patrimoniales, históricas, ambientales y sociales (Bifano y Duarte, 2016; Monge y Yague, 2016). A pesar de ello, es necesaria la inversión, siendo el financiamiento un aspecto muy relacionado con el éxito de un emprendimiento turístico en el Ecuador; por otro lado, existen otros factores como la educación y la experiencia que inciden también (Neto y Sánchez, 2017).

El turismo nacional necesita del apoyo de los gobiernos locales que debe enfocarse en brindar conocimiento, asesoría y recursos a los emprendimientos, involucrando a las comunidades a participar de este desarrollo (Lazo, Bastidas, Aguilar y Calle, 2017). El principal problema del desarrollo turístico ecuatoriano es la desconexión que existe entre el sector privado y público, incluso del sector académico (García, 2016). En cambio, entre las fortalezas de los emprendedores de turismo está la iniciativa e ingenio para ofrecer soluciones novedosas relacionadas a su industria; sin embargo, se refleja también un miedo a tomar decisiones (Manosalvas, Manosalvas, Solís y Pesantez, 2020).

Un aspecto importante a destacar es la existencia de mercados como el turismo rural comunitario que no son prioridad dentro de las políticas y programas implementados por el gobierno; no obstante, se ha evidenciado una escasez de acciones de marketing que impulsen este sector, a pesar de ser una alternativa de desarrollo local emergente (Mendoza, 2016). Bajo este enfoque, surgen conceptos como la comunicación turística 2.0 que busca difundir masivamente el turismo local por medio de redes sociales y plataformas digitales (Altamirano, Marín y Ordóñez, 2018).

Por lo tanto, resulta evidente que el turismo nacional esté influenciado por diversas aristas, siendo las políticas públicas un mecanismo con gran alcance que puede conllevar a un incremento en este tipo de emprendimientos; en consecuencia, este trabajo busca responder a la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las políticas públicas para fomentar el emprendimiento en el sector turístico en el Ecuador, período 2017-2020? Para responderla, se desarrolla un marco teórico con las variables de estudio, luego se da paso a la metodología, resultados y discusión de los mismos; finalmente se presentan las conclusiones del trabajo.

Objetivo General

Analizar las políticas públicas para fomentar el emprendimiento en el sector turístico en el Ecuador, período 2017-2020.

Objetivos Específicos

1. Identificar el marco legal relacionado con el emprendimiento turístico en el período 2017-2020.
2. Determinar la evolución del sector turístico en el Ecuador en el período 2017-2020.
3. Desarrollar la metodología para el análisis de las políticas públicas que fomenten el emprendimiento en el sector turístico en el país en la post pandemia.

Antecedentes Referenciales

Nazareno (2018) realizó un estudio sobre el desarrollo turístico sostenible en el contexto de las políticas públicas en Esmeraldas-Ecuador. Los resultados mostraron que las actividades productivas donde desarrollan sus esfuerzos fueron el expendio de alimentos, pesca, comercio, abarrotes, venta de mariscos y agricultura. Se evidenció además que, las capacitaciones son una iniciativa que permitiría impulsar el desarrollo de la Parroquia Tachina. Por otro lado, la obra pública ha impulsado el desarrollo de la parroquia, cabe destacar que los entrevistados se manifestaron de manera positiva, ya que ha incrementado la plusvalía de sus propiedades y terrenos; asimismo, consideran necesario que se sincronice la gestión pública del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial (GADP) con las actividades productivas mediante el ordenamiento territorial. Los resultados evidenciaron que se necesita de un modelo de sistema de desarrollo, inversiones externas, capacitación a negocios informales y la organización de emprendimiento, para así poder lograr el desarrollo de la parroquia Tachina.

Arteaga, Pereira, Toscano, Fuentes y Melo (2019) llevaron a cabo una investigación que tuvo como objetivo describir los principales desafíos que tienen las políticas públicas para fomentar el emprendimiento en el municipio de Cotorra. A través de la revisión literaria se pudo establecer que Colombia se ubica como el segundo país con regulaciones y políticas públicas más favorables para el emprendimiento a nivel de América Latina. Este país dispone de la política Nacional de Emprendimiento basada en cinco fundamentos importantes como son la innovación y tecnología, industria de soporte, articulación institucional, financiamiento e iniciación formal.

En lo que respecta al emprendimiento en Cotorra durante el periodo 2008 al 2018 se han planteado 13 acciones de políticas públicas dentro de tres planes de desarrollo gubernamental que fueron Cotorra un compromiso de todos, el progreso de Cotorra en buenas manos y Gerencia para el desarrollo. A pesar de la formalización de los planes, varias estrategias no se llevaron a cabo; entre ellas están el establecimiento de programas de formación, capacitación y asesorías con las empresas, proyectos productivos, creación del banco de tierras y maquinarias, creación de microempresas y famiempresas.

Delgado, Vázquez, Baque, Ayón y Ponce (2018) efectuaron un estudio sobre las políticas públicas y el emprendimiento en Jipijapa-Ecuador, dicho trabajo demostró que más del 70% de los encuestados consideran que la dinámica emprendedora en Jipijapa es promovida y favorecida por el gobierno central; además de que un 65% de los emprendedores opinan que las herramientas de apoyo a este sector son visibles desde hace tres años. Los resultados evidenciaron que el motivo del emprendimiento se basa en mejorar sus ingresos y autorrealización; además, la mayoría de los empresarios creen que si se flexibilizan las medidas, eso impactaría en el crecimiento de sus empresas- Por último, el 77% de los emprendedores ha tenido conocimiento sobre los programas de emprendimiento en la generación de nuevas empresas.

Políticas Públicas

La política pública se refiere al programa de acción que desarrolla una autoridad pública o al resultado de una actividad llevada a cabo por un funcionario del poder público. Estas políticas están relacionadas con el desarrollo sostenible de los pueblos, debido a que por medio de la gestión territorial se fomenta el retroceso o progreso cualitativo y cuantitativo de las condiciones naturales y sociales de dicho territorio (Nazareno, 2018).

Según López, Quiñonez y Avellán (2017) las políticas públicas se las define como los resultados, decisiones, procesos, en donde no se excluyen los conflictos de interés entre diversas racionalidades organizativas, así como tensiones entre varias definiciones del problema que se busca resolver y entre las distintas perspectivas evaluadoras; dejando claro que se encuentran en un panorama conflictivo donde se debe colaborar ante opiniones de acción específica. Estas políticas están relacionadas con el conjunto de instituciones que se encargan de la toma de decisiones con respecto a resolver desajustes sociales y problemas, siendo estas las causantes de cambios de la política en todas sus dimensiones. Estas políticas están enfocadas en la decisión sobre quién paga y quién recibe, dejando claro que existen dilemas éticos en las mismas provocadas por dos razones, como son que las personas expresen sus ideas de cómo hacer las cosas correctamente y que los recursos sean inadecuados para satisfacer las demandas, por lo cual, la sociedad tiende a reclamar sus espacios de participación.

Etapas de las políticas públicas

Tabla 1. Etapas de la Política Pública

Etapas	Descripción
Preparatoria y de diagnóstico	<ul style="list-style-type: none"> Integración de equipos técnico y político Identificación de política pública Jerarquización, selección, formulación y costeo de alternativas de acción Conformación de espacios de participación de actores sociales Caracterización del problema y análisis de situación
Definición de políticas, programas y proyectos	<ul style="list-style-type: none"> Definición y costeo de programas y proyectos Formulación de los lineamientos generales Formulación de proyectos, programas, indicadores, metas, lineamientos y políticas Elaboración de documento de política Espacios de participación ciudadana Análisis desde la dimensión territorial Territorialización de las intervenciones
Aprobación de política sectorial e incorporación en el sistema	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de propuesta de política para revisión de la SENPLADES y del Consejo Sectorial respectivo Incorporación en el sistema Ajustes y validación de la propuesta a nivel del equipo técnico y político Concreción en la planificación institucional correspondiente

Difusión de la política, programas y proyectos a la población Tomado de SENPLADES (2011).

Las etapas del ciclo de las políticas públicas se basan en tres aspectos que son la formulación, ejecución; así como, el seguimiento y evaluación. Esta última etapa del ciclo es una de las más importantes, ya que brinda los elementos de supresión o terminación, actualización, reformulación y control de una política determinada; no obstante, esto permite que el ciclo sea flexible y continuo, con lo cual puede reiniciarse periódicamente. Para la formulación de

las políticas públicas se debe seguir cuatro etapas compuestas por la preparatoria y de diagnóstico: definición de proyectos, programas y políticas; aprobación de políticas sectoriales e incorporación en el sistema; difusión de las mismas a la población (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2011).

Tipos de políticas públicas

En el año 2017 el Ministerio de Turismo desarrolló como propuesta una Política de Turismo del Ecuador, la misma que se construyó mediante los fundamentos de la Planificación Nacional, específicamente bajo el marco legal del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Bajo este contexto se desarrollaron políticas de índole transversal o también denominadas de entorno orientadas al sector del turismo (ver tabla 2), donde se consideró lo siguiente: (a) marco regulatorio, (b) incentivos y clima de negocios, (c) articulación entre actores, (d) talento humano y (e) promoción. En la siguiente tabla se describen los ejes y lineamientos que conforman cada política (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2017b).

En relación con las políticas de índole provincial, para el Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador (CONCOPE, 2011) los tipos de política pública son: (a) a nivel de una o varias normas previstas para una problemática, se compone de la política provincial de simplificación de trámites, de apoyo a la formación micro empresarial, de turismo ecológico; (b) a nivel de propósito general a realizar, se hallan la política provincial de fomento productivo, de empleo, entre otros; (c) a nivel del conjunto de programas y objetivos de acción del gobierno en un campo determinado, se encuentra la política provincial de fortalecimiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME's), de competitividad agropecuaria, de innovación productiva, entre otros; (d) a nivel de propuesta de acción específica/ programa, se dispone de política provincial de bonos de capacitación empresarial, de promoción de cadenas productivas sustentables; (e) a nivel de campo de la actividad gubernamental, existen la política de turismo, agropecuaria, productiva, entre otros; (f) a nivel de situación deseada, la conforman la política provincial de responsabilidad social empresarial, de acceso al crédito productivo, del emprendimiento juvenil, entre otros.

Tabla 2. Políticas transversales

Políticas transversales	
1.- Marco Regulatorio	
Eje	Lineamiento
Seguridad	Fortalecer el marco regulatorio del sector turístico y garantizar su cumplimiento.
Calidad	Generar el sistema nacional de calidad turística.
2.- Incentivos y clima de negocios	
Eje	Lineamiento
Seguridad	Disminuir la informalidad en el sector turístico.
Destinos y productos	Desarrollar la infraestructura y servicio turísticos Fomentar y fortalecer el desarrollo de productos turísticos.
Calidad	Promover la certificación de calidad.
Conectividad	Promover la competitividad de los aeropuertos nacionales e internacionales del país.
Inversión	Fortalecer la oferta turística mediante la atracción de inversión nacional y extranjera. Generar incentivos para la inversión turística. Generar un sistema de inteligencia de mercados.

3.- Articulación entre actores	
Eje	Lineamiento
Seguridad	Diseñar e implementar la estrategia intersectorial de seguridad turística.
Destinos y productos	Fortalecer la planificación turística participativa del Ecuador.
Conectividad	Fortalecer la infraestructura: terrestre, fluvial, marítima. Desarrollar infraestructura en TICs.
Inversión	Promover la generación de fuentes de financiamiento para el sector turístico.
4.- Talento humano	
Eje	Lineamiento
Calidad	Fortalecer la capacitación y formación de las personas relacionadas con el ámbito turístico.
5.- Promoción	
Eje	Lineamiento
Seguridad	Generar estrategias de difusión de información turística y seguridad integral.
Destinos y productos	Realizar un mercadeo especializado del Ecuador como destino turístico.
Conectividad	Promocionar la calidad de los servicios turísticos en el Ecuador.
Inversión	Promocionar Ecuador como un destino atractivo para la inversión turística.

Tomado de Ministerio de Turismo (2017b).

Políticas públicas orientadas al turismo

El Ecuador es un país que cuenta con biodiversidad en cuanto a sus paisajes, lugares históricos, naturaleza y cultura en sus territorios a nivel nacional, es por ello que dentro de los objetivos estratégicos planteados por el Ministerio de Turismo se encuentra alcanzar una inversión turística de más de 3% para el año 2030, así como también un incremento de 0.19 en el PIB y un incremento del 3.3% en empleos relacionados con el turismo (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019c).

De acuerdo a lo establecido en el Plan Estratégico Institucional 2019-2021 del Ministerio de Turismo del Ecuador (2019b) se han establecido varios objetivos los cuales se pretende alcanzar a fin de crear y mantener un turismo sostenible en el país. Estos buscan incrementar los ingresos en el turismo internacional, lograr mantener en el país una demanda de turistas constante para los años futuros y motivar el turismo interno entre las ciudades. Para el logro de estas metas es necesario que se realicen acciones para fortalecer el turismo en las diferentes ciudades y rincones del país, por medio del equipamiento en cuanto a infraestructura lo que permita el acceso a la personas de todo el mundo a través de un mayor acceso a crédito financiero para los sectores turísticos.

Otra de las políticas adoptadas en el país es el incentivo brindado a los ciudadanos ecuatorianos para fomentar el turismo nacional por medio de la disposición de feriados nacionales de tres días o más, con el objetivo de que el turismo ecuatoriano sea divulgado y promovido por su propia gente. Además se han creado ferias en donde se promociona el turismo ecuatoriano, así como también ferias gastronómicas en donde se junta la gastronomía nacional para dar a conocer a extranjeros y nacionales las delicias del país (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017a).

Por otra parte, se pueden mencionar varios ejes ligados a la política turística del Ecuador en su cuarto artículo; la misma que tuvo su última modificación en el 2014, en donde se busca garantizar el uso de manera adecuada y

racional de recursos nacionales como los arqueológicos, naturales, culturales e históricos, así como también dar seguridad al turista durante su estadía e incentivar la conciencia turística por medio de capacitaciones sobre el turismo a los ciudadanos que se desempeñen en esta área, permitiendo brindar así un servicio de calidad, tanto para nacionales como para extranjeros y que este sirva de ayuda en la expansión del turismo a nivel internacional (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019c).

Dentro de las políticas establecidas para el funcionamiento del turismo en el Ecuador se han identificado seis políticas establecidas, las cuales son: (a) fomentar la inversión económica extranjera y nacional, por medio de diferentes vías crediticias; (b) la planificación del turismo, presentación de productos y servicios de manera autóctona y de calidad que permitan diferenciarse y competir en el mercado turístico; (c) crear alianzas entre instituciones académicas, comunitarias, privadas y públicas a fin de poder impulsar los diferentes destinos turísticos con los que cuenta el país; (d) implementar estrategias publicitarias que permitan conocer las necesidades de los turistas a nivel mundial, así como también el uso de medios digitales donde muestren las estadísticas y experiencias de los usuarios, usándola para mejorar las decisiones internas de turismo y que estas a su vez sirvan de referencia para nuevos visitantes; (e) optimizar las alianzas establecidas con las diferentes instituciones que operan y sirven de conexión con las demás ciudades y países como los puertos, aeropuertos, terminales terrestres y demás vías de acceso, para incrementar las posibilidades y cupos de ingreso al territorio ecuatoriano, brindándole así un mayor servicio a los turistas; (f) fortalecer la creación de un turismo sostenible, a través del uso y optimización de los recursos naturales y culturales que posee el Ecuador, ofreciendo un turismo seguro, autóctono y placentero al visitante (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019c).

Emprendimiento

El emprendimiento desde el enfoque económico se lo considera como el generador de crecimiento económico de una nación, en donde el emprendedor identifica las oportunidades de mercado e influye en variables económicas como el empleo, Producto Interno Bruto (PIB), entre otros. También, el emprendimiento se lo conceptualiza como la capacidad de autoempleo que una persona genera donde debe afrontar niveles de riesgo al momento de adquirir en el presente bienes para luego vender en el futuro un nuevo producto con precios inciertos y ganancias inciertas y no fijas (Alean, Del Río, Simancas y Rodríguez, 2017).

Feijó, Feijó y Bravo (2019) aseguraron que el emprendimiento es un factor clave para el desarrollo social, económico y que este contribuye a la generación de ingresos y creación de puestos de trabajo, el emprender es un motor de crecimiento, competitividad, e innovación, es donde se pone en acción un nuevo proyecto empresarial con la finalidad de conseguir beneficio empresarial; además el emprendimiento se potencia con la creación y percepción de nuevas oportunidades económicas combinadas con la toma de decisiones. La persona que lleva a cabo el emprendimiento se lo conoce como emprendedor, que es una persona que habitualmente innova y crea con el propósito de construir algo de valor que se basa en las oportunidades recibidas, esta persona se caracteriza por tener responsabilidad, integridad, iniciativa, confiabilidad, alta tolerancia al cambio y son capaces de solucionar problemas.

Para Arroyave y Marulanda (2019) el emprendimiento se refiere a un proceso intencional que tiene una persona, este la lleva a una decisión razonada para así conducirla a una acción, donde primero debe considerar si tiene el apoyo de su entorno social, si es su elección de carrera y el cómo se siente con sus capacidades para desarrollar la tarea exitosamente. Dentro del concepto de emprendimiento se destaca la participación del emprendedor que es un individuo capaz de asumir riesgos, que tiene una alta necesidad de alcanzar logros y que es un innovador con la capacidad de explorar y descubrir oportunidades.

Para Vélez y Ortiz (2016) el emprendimiento se lo puede clasificar en diferentes grupos, entre ellos se encuentran los emprendimientos de acuerdo a las características de la empresa que son el emprendimiento por necesidad, tradicional y dinámico. El emprendimiento dinámico es aquel que tiene un crecimiento rápido, sostenido y rentable, en el cual se mantiene un nivel representativo de ventas después de una década. El emprendimiento tradicional se basa

en un crecimiento por su estructura competitiva; sin embargo, no dispone de sostenibilidad, rentabilidad y ventas altas. En este sentido, son aquellos que no disponen productos o servicios diferenciados, suelen usar poco la tecnología y no tienen mano de obra capacitada. El emprendimiento por necesidad es aquel que busca generar ingresos diarios para vivir, por lo cual, consiguen bajos activos, utilidad e ingresos, este tipo de emprendimiento no cuenta con una visión o planificación de crecimiento para el futuro, por ese motivo no cuentan con un valor agregado.

Según Sornoza et al. (2018) el emprendedor es aquella persona que tiene la capacidad de tomar riesgos, para lo cual evalúa las discrepancias entre la demanda y la oferta, al igual que las diversas opciones que le facilitan la compra a un precio más económico para así poder venderlo a un mayor precio. Este emprendedor suele ser un granjero o comerciante que adquiere algo a un precio determinado y que lo vende a un precio incierto, por el cual termina asumiendo el riesgo de dicha operación. Además, el emprendedor es dueño de una empresa creadora de valor, debido a que mueve los recursos económicos que tiene un área de baja productividad hacia un área de productividad que dispone de beneficios más altos. El valor se crea cuando se identifica un cambio en variables como demografía, precios, materiales, tecnología, entre otros; no obstante, el emprendedor es aquella persona que encuentra nuevas maneras de explotar el mercado o crea una nueva demanda, puesto que este identifica una oportunidad comercial para luego explotarla.

Los emprendedores turísticos son aquellas personas definidas como propietarios de negocios turísticos que tienen como fin buscar y ofrecer un estilo de vida diferente para quienes los visitan. Dichas personas podrían haber estado viviendo en ese territorio o pudieron migrar hacia dicho destino específicamente para ese propósito; además, se considera que los empresarios turísticos tienen como finalidad priorizar los objetivos locales de medioambiente y estilo de vida, en lugar de maximizar sus ganancias (Silveira, Cabeza y Fernández, 2016).

Turismo

Según Reyes, Machado y Ortega (2015) la actividad turística en sus inicios se la consideraba como un derecho y privilegio que tenían ciertas clases sociales que pertenecían a estratos económicos de alto rango; por lo cual, esta actividad era propia de las aristocracias que poseían el poder económico y la posición social que les permitía disfrutar del turismo de manera periódica y sin interrupciones. Con el paso del tiempo y por los grandes cambios que se han dado en la actualidad, el turismo se lo interpreta como un sistema que se compone de distintas actividades que conforman un todo, al igual, que se la define como una actividad multisectorial en donde el visitante que se desplaza busca la prestación de servicios y consumo de bienes que le aseguren su satisfacción del viaje.

El turismo es aquella actividad anclada en los territorios, ya que esta dispone del patrimonio cultural, el entorno paisajístico y los valores ambientales para poder efectuar las diferentes actividades que están asociadas a la recreación, el descanso y el ocio. Además, se refiere a una actividad social y económica, ya que permite la generación de empleo, aporta al desarrollo y apertura empresas. Sin embargo, existen otras modalidades de turismo que no se basan en el turismo de masas, sino que favorece a las zonas rurales conocido como turismo comunitario que es una alternativa para el desarrollo social y económico de estas zonas que disponen como elementos fundamentales el medio ambiente, los actores sociales y el territorio para desarrollar actividades, al igual que ayuda a la participación de las comunidades. En este tipo de turismo los anfitriones desarrollan actividades basados en la práctica de valoración ambiental, donde haya interacción con las comunidades y el reconocimiento del patrimonio cultural, con la finalidad de generar beneficios sociales y económicos (Palomino, Gasca y López, 2016).

Para García (2015) el turismo solidario es aquel tipo de actividad económica en donde los procesos de desarrollo se realizan a beneficio de las poblaciones ubicadas en países que se encuentran en vías de desarrollo, estas actividades deben basarse en dos premisas; la primera que consiste en que el turismo fortalezca las sociedades locales y la segunda que este minimice el impacto sobre el entorno tratando siempre de conservar el patrimonio local, las tradiciones, las culturas, el medio ambiente, entre otros.

El etnoturismo es un tipo de turismo que se basa en modelos autogestionados de administración turística en donde comprende una estrategia que evita la migración, ya que crea calidad de vida y oportunidades en las propias comunidades, es un instrumento que colabora a la gestión y consolidación integral de los territorios campesino-indígena- originarios, es una alternativa económica que está basada en el patrimonio natural y cultural, es una fuente extraordinaria de ingresos y empleo para la comunidad y las familias, tiene una distribución más equitativa de los beneficios sociales y económicos del turismo y existe una democratización al manejar los negocios y emprendimientos turísticos (Acuña, Gañán y Arango, 2019).

Metodología

Tipo y Método de Investigación

En el presente trabajo se aplicó una investigación cualitativa, la misma que se define como una técnica de estudio que evalúa e interpreta la información obtenida de un conjunto de elementos de estudios mediante el empleo de la observación, registro o entrevistas (Maxwell, 2019). Por otro lado, se destaca el uso de la investigación descriptiva, cuyo objetivo se basa en conocer la realidad específica de una problemática mediante el detalle exacto de sus características; en este caso se conoció específicamente la evolución de las políticas públicas que se han establecido a nivel nacional y cómo estas han fomentado el emprendimiento en el sector turístico (Arenal, 2019).

En relación con el método de investigación, se dispuso el método inductivo, una estrategia empleada con el fin de obtener conclusiones generales procedentes de las premisas particulares relacionadas con el sector del turismo (Martínez y Perafán, 2019). Adicional, es importante resaltar que la información se analizó en conjunto con la problemática planteada, destacando que los datos obtenidos mediante los instrumentos de recolección se examinaron sin tomar en cuenta cómo dichas opiniones han evolucionado con el tiempo, a esto se denomina una investigación no experimental de corte transversal (Solíz, 2019).

Unidad de Análisis, Población y Muestra

La población es un término que se conceptualiza como el universo que forma parte de un fenómeno de estudio (Mazurek, 2018). En este caso, se determinó como población un grupo de cinco expertos del sector turístico del Ecuador, elementos a quienes se les aplicó la entrevista con el fin de conocer sus opiniones en relación al tema de investigación. Se contó con la presencia de dos colaboradores del Ministerio de Turismo y tres gerentes de operadoras turísticas; todos los participantes pidieron el anonimato para proceder a la entrevista.

Técnicas e Instrumentos de Medición

La técnica empleada en el presente estudio hace referencia a una entrevista, la misma que se define como una herramienta indispensable en la investigación cualitativa, la cual consiste en obtener y conocer las opiniones y testimonios del elemento entrevistado, todo esto en relación con un objeto de estudio (Páramo, 2018). Dado este enfoque, se planteó el uso de una entrevista semiestructurada, donde se ejecutó el desarrollo de preguntas abiertas y orientadas al tema de investigación, que en este caso se basa en analizar las políticas públicas que permitan fomentar el emprendimiento en el sector turístico del Ecuador.

Adicional, se estableció como segunda técnica la investigación documental que; según Duque, González, Cossio y Martínez (2018) más allá de recolectar y validar información, se define como una estrategia que otorga al diseño del proyecto su propia dinámica, esto con el objetivo de obtener datos, analizarlos e interpretarlos bajo la combinación de fuentes de índole primaria y secundaria. Considerando el objeto de estudio, se determinó el empleo de la técnica de investigación documental con la finalidad de obtener información bibliográfica que gire en torno a la evolución y crecimiento que ha sustentado el sector turístico ecuatoriano, tomando como fuente principal datos procedentes del Ministerio de Turismo.

Procesamiento de Información

El procesamiento de la información se llevó a cabo mediante el análisis global de las opiniones emitidas por los expertos del sector turístico bajo la presentación de cada interrogante. Es importante mencionar que, la entrevista se encuentra conformada por un total de ocho preguntas (ver Anexo), cuyo objetivo se basa en conocer las políticas públicas que se han aplicado a nivel nacional con el fin de incrementar el turismo ecuatoriano, los beneficios que ha generado, su evolución, la situación actual del sector, los factores que han influido de forma negativa en la demanda turística del Ecuador, el elemento determinante para un turismo sostenible, las actividades comerciales que han generado mayor dinamismo económico y las nuevas políticas públicas que se deben adoptar con el fin de fomentar el emprendimiento en el sector turístico del Ecuador.

Resultados

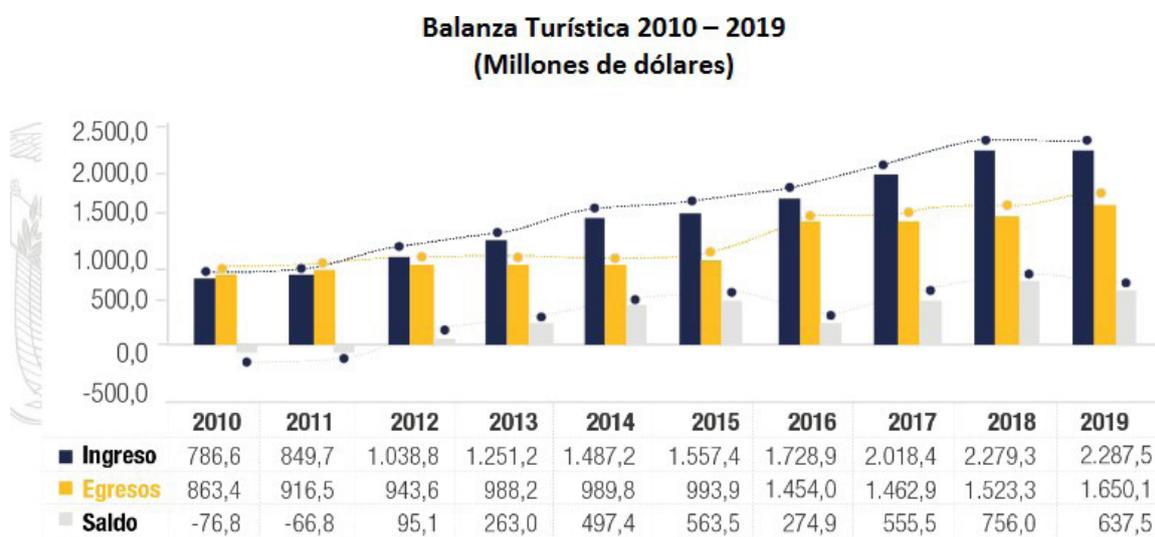
A continuación, se evidencian dos gráficos que delimitan el turismo en cifras; cabe destacar que, la información presentada corresponde hasta el año 2019, debido que, al momento de desarrollar este proyecto no se identificaron datos actualizados procedentes del año 2020.

Figura 1. Llegada de extranjeros. Tomado de Informe de Rendición de Cuentas, por el Ministerio del Turismo, 2019.



El turismo se ha consolidado como la tercera fuente de ingresos no petroleros para el Ecuador, contribuyendo hasta el año 2019 con un total de \$ 2 288 millones. En definitiva, considerando la figura 1, se determina que la llegada de extranjeros al país ha sustentado un panorama positivo, donde se ha identificado una tendencia creciente desde el año 2018; mientras que en el 2019 se observó un incremento del 4.3%, en comparación con el período anterior. Cabe destacar que el decrecimiento visualizado en los años 2016 y 2017 se generaron por causas externas tomando como factores principales el terremoto de abril del 2016 y la apreciación del dólar. Por otro lado, es importante mencionar que en este punto no se integra el arribo de ciudadanos venezolanos, debido que dicho desplazamiento se considera una variable migratoria.

Figura 2. Balanza turística. Tomado de Informe de Rendición de Cuentas, por el Ministerio del Turismo, 2019.



Hasta el año 2019, el sector del turismo contribuyó de forma directa al PIB en un 2.2%, presentando un efecto multiplicador en la economía ecuatoriana de 1.61. En relación con la balanza turística, reflejada en la figura 2, se determina que desde el año 2010 se ha visualizado un crecimiento continuo; considerando el período de estudio, se evidencia que desde el año 2017, los ingresos han evidenciado una tendencia elevada, mientras que los egresos han presentado una línea de decrecimiento, situación que ha favorecido la balanza turística, generando que esta se ubique en valores positivos.

En relación con el presente año, el turismo ha sido uno de los sectores más afectados dado los estragos procedentes de la pandemia; según reporta la UTPL (2020), la llegada de turistas al país ha disminuido entre un 20 a 30%, hecho que se traduce en la merma de aproximadamente 450 mil viajeros internacionales. Consecuentemente, el turismo al ser considerado la tercera fuente de ingresos para el Ecuador, conforme la situación actual, esto podría afectar en un 30% los ingresos del turismo nacional, generando un impacto negativo en los ingresos económicos de este sector, reflejándose entre los \$458 a \$ 686 millones para el 2020, panorama que en ámbitos monetarios significaría una reducción de al menos \$ 450 millones con relación al 2019.

En la siguiente sección, se presentan los principales resultados de manera conjunta, procedentes de la aplicación de las entrevistas las cuales fueron orientadas a cinco expertos del sector turístico del Ecuador y desarrolladas en la primera semana de Julio, mediante vía telefónica.

1.- ¿Cuáles han sido las políticas públicas que se han aplicado a nivel nacional con el fin de incrementar el turismo ecuatoriano?

A nivel nacional, dentro de las políticas que se han adoptado con el fin de incentivar y fomentar el turismo en Ecuador se encuentran: la disposición de feriados nacionales en un período de tres o más días, el desarrollo de ferias gastronómicas. Del mismo modo, se ha fomentado la inversión económica extranjera y nacional mediante la entrega de créditos financieros y la creación de alianzas entre comunidades públicas, privadas e instituciones académicas.

Por otro lado, se ha llevado a cabo la planificación del turismo mediante la exposición de productos y servicios de forma autóctona, lo cual ha influido en el desarrollo de estrategias publicitarias; dicha situación incidió en la optimización de alianzas establecidas con aquellas instituciones que se conectan con el resto del país, por lo que el turismo se ha incrementado mediante el uso eficiente de los recursos culturales y naturales que el Ecuador sustenta.

2.- ¿Considera que dichas políticas han beneficiado el sector turístico del Ecuador? Adicional, mencione por favor tales beneficios.

De manera general, los entrevistados afirmaron que las políticas adoptadas han permitido que el sector turístico

se consolide como una de las industrias, cuyas actividades son fundamentales para el crecimiento económico del país. El principal beneficio procedente de tales políticas radica en que Ecuador ha logrado proyectarse como uno de los mejores destinos turísticos a nivel internacional mediante la campaña publicitaria denominada “All You Need is Ecuador”.

A nivel local, los beneficios que se han visualizado preceden de la generación de empleo, ingreso de divisas, el incentivo al uso y creación de nuevas tecnologías que han influido positivamente en el cambio de la matriz productiva; por otro lado, ha generado aportes considerables en la economía ecuatoriana, incluyendo el PIB debido que su contribución alcanza el 5.51%, donde el 2.28% es de carácter directo; por ende, la adopción de políticas ha influido en que el sector del turismo se ubique en el tercer puesto de las fuentes generadas de ingresos no petroleros.

3.- ¿Cuál ha sido la evolución que ha sustentado el sector turístico del Ecuador durante los últimos cinco años?

En el Ecuador se han desarrollado una serie de acciones que han permitido la promoción del turismo ecuatoriano; por ende, con el paso de los años el turismo ha estado sujeto a un proceso de crecimiento, diversificación y cambios lo que ha permitido que este sector se consolide como una fuente de progreso de carácter socioeconómico por medio de la creación de emprendimientos lo que a su vez ha influido en la generación de empleos.

La evolución del sector turístico se analiza de forma económica, por lo que, considerando el período 2015, este segmento registró una balanza positiva de \$ 650 millones, dada la participación del MINTUR en ferias y eventos turísticos a nivel internacional. Durante el año 2016, el turismo fue uno de los sectores que mayor dinamismo económico generó en el país abordando un total de \$ 285.5 millones, a pesar de la presencia de factores externos como la manifestación del terremoto; no obstante, en este año se visualizó un saldo positivo en la balanza turística, situación que se repitió en el 2017, manteniendo un saldo de \$ 575.9 millones.

En el año 2018, el turismo creció en un 11% sosteniendo un saldo positivo de \$ 1332.3 millones, donde los feriados nacionales se constituyeron con el factor primordial de este superávit. Para concluir, en el año 2019 la llegada de turistas extranjeros generó un incremento del 4.3%; sin embargo, esta situación no generó gran satisfacción en las expectativas que se tenían previstas, debido a la manifestación del paro ocurrido en el mes de octubre, a pesar de esto se registró un ingreso de \$ 300 millones para ese año.

4.- En relación con la pregunta anterior, ¿Cuál es la situación actual del sector turístico ecuatoriano?

En la actualidad, el sector turístico se ha declarado en crisis, lo cual se debe a los efectos que ha generado la pandemia del COVID-19. Esta situación se ha consolidado como el factor principal del más del 40% de pérdidas económicas, a pesar que, desde el 1 de junio se reiniciaron operaciones aéreas en ciertas zonas de Ecuador.

La restricción de actividades turísticas ha influido negativa y significativamente generando consecuencias como la falta de turistas, cierre de establecimientos, despidos masivos, entre otros factores que han afectado la economía ecuatoriana manteniendo una pérdida de más \$540 millones.

5.- A pesar de que se han establecido acciones con el fin de fomentar el turismo a nivel nacional, bajo su percepción ¿Qué factores han influido de forma negativa en la demanda turística del Ecuador?

Con el paso de los años, se ha identificado que los factores determinantes de la demanda turística son cuatro, que es el económico, social, político y temporal; en estas variables se integran elementos como el gasto turístico, el tipo de cambio nominal, la inflación, la seguridad, el riesgo país, la tasa de afluencia anual, la oferta de cultura, información turística entre otros aspectos; sin embargo, se considera como problema principal la baja calidad del servicio que se ofrece en los emprendimientos, y en ciertos puntos, la escasez de capacitación sobre estrategias de promoción relacionadas con los atractivos turísticos, lo que ha generado un alto grado de desconocimiento de la oferta turística por segmentos.

6.- ¿Considera que el emprendimiento se ha determinado como un factor del desarrollo turístico sostenible a nivel nacional?

De manera general, se determina el emprendimiento como un factor del desarrollo turístico sostenible, debido que este factor es un proceso donde se relacionan tres actores que son el emprendedor, las instituciones y el Estado, convirtiendo el emprendimiento en un fenómeno económico y social que genera, aporta y fomenta el turismo. Se espera que el emprendimiento se establezca como un agente de innovación y cambio que influya satisfactoriamente en el desarrollo sustentable y sostenible del turismo ecuatoriano.

7.- ¿Cuáles son las actividades comerciales que generan mayor dinamismo económico en el sector turístico del Ecuador?

El turismo se ubica como la tercera fuente de ingresos para el país, lo cual se debe al desarrollo de actividades de bienes y servicios. En este caso, la actividad que mayor dinamismo económico genera en el sector turístico es el comercio, factor que se deriva de los emprendimientos, o inclusive de las Pymes, las cuales han generado un impacto positivo y relevante en el desarrollo económico de la sociedad y del país en general. A esto se integra actividades de servicios como alojamiento, comida, transporte, de aventura entre otras, las cuales han influido en que el sector turístico contribuya en el desarrollo sustentable de la economía ecuatoriana.

8.- En la actualidad, ¿Qué políticas públicas considera que se deben adoptar con el fin de fomentar el emprendimiento en el sector turístico del Ecuador?

En la actualidad, con el propósito de fomentar la recuperación del sector turístico es importante establecer políticas que se relacionen con la generación de incentivos crediticios, financieros, de promoción y laborales orientados a los emprendimientos. En este punto, es importante la participación de instituciones que impulsen el desarrollo de los emprendimientos, pequeñas o medianas empresas, debido que es importante generar condiciones favorables que potencien el sector turístico nacional dada la situación que se está viviendo a nivel global.

Análisis General

El incremento del turismo ecuatoriano ha sido impulsado mediante la adopción de un conjunto de políticas, como el fomento de la inversión económica nacional y extranjera, desarrollo de estrategias publicitarias, creación y optimización de alianzas y desarrollo de ferias, las cuales han beneficiado al país, constituyéndose como la tercera fuente de ingresos no petroleros.

Las políticas públicas transversales o de entorno orientadas al turismo, mostraron aspectos positivos en el marco regulatorio donde se hace énfasis en un sistema nacional de calidad turística. Dentro de los incentivos y clima de negocios se destaca el desarrollo de infraestructura y productos turísticos, así como el generar un sistema de inteligencia de mercados. En la articulación entre actores se considera positivo el desarrollar infraestructura en TICs; por otro lado, se debe enfocar el Estado en capacitar a las personas y comunidades involucradas en el campo turístico.

Con el paso de los años, el turismo ha estado sujeto a un conjunto de acciones relacionadas con los procesos de crecimiento, diversificación y cambios que ha generado que la balanza turística en los últimos tres años sustente un resultado favorable; a pesar de que en la actualidad, el turismo se haya declarado en crisis, situación que se deriva de la pandemia del COVID-19. No obstante, con el fin de reactivar el sector turístico y como opinión personal, se destaca el desarrollo de políticas donde se establezca una relación entre el turismo y otros sectores que permitan reforzar la identidad y el producto local turístico, desarrollo de protocolos que garanticen la seguridad de las personas, donde los mismos se establezcan como una medida de respuesta que permitan restablecer la confianza de los turistas mediante la reducción y en el mejor de los casos erradicación de riesgos que se derivan del COVID-19, panorama que afecta la cadena de valor del turismo.

Por otro lado, se determinó impulsar la innovación mediante la transformación digital en torno a los destinos turísticos, las empresas, emprendimientos y el recurso humano; en síntesis, se establece que, el desarrollo de políticas

públicas debe acoplarse a las nuevas tendencias, estilos de vida y consecuencias que ha generado esta pandemia. En ámbitos relacionados con el emprendimiento, se puntualizó la generación de incentivos financieros, laborales, de promoción y crediticios, de esta forma se logra otorgar a este segmento condiciones potenciales y favorables que aportan en el desarrollo sostenible y sustentable del turismo ecuatoriano.

Conclusiones

El emprendimiento se ha consolidado como un agente generador de crecimiento económico, factor que ha influido positivamente en el desarrollo social de un país, debido a que incide en el desarrollo de fuentes de ingresos y empleo. A nivel nacional, se han adoptado un conjunto de políticas que han favorecido al emprendimiento turístico, dentro de las cuales intervienen la creación de alianzas entre instituciones y comunidades, por otro lado se ha fomentado la inversión económica extranjera, el desarrollo de ferias, disposición de feriados nacionales, planificación de turismo mediante la presentación de productos y servicios de forma autóctona y la generación de estrategias publicitarias. Todos estos factores han influido de manera directa en los emprendimientos, los mismos que se han establecido como una de las actividades que mayor dinamismo económico genera del sector turístico.

En relación con el segundo objetivo, el turismo ha sido uno de los sectores que ha estado sujeto a un proceso de crecimiento, diversificación y cambios permitiendo que este segmento se determine como una fuente de progreso socio-económico; es así que en el año 2017, la balanza turística sostuvo un resultado favorable de \$ 555.5 millones, situación que se relacionó con la afluencia turística extranjera, la cual se ubicó en el 30.3%; hecho que se relaciona con el año 2018, donde el turismo creció un 11% generando un saldo positivo de \$ 756 millones; en el año 2019, a pesar de que la llegada de turistas extranjeros incidió en un incremento del 4.3%, se obtuvieron únicamente \$ 2287.5 millones de ingresos, lo que se asocia con el paro que se dio en el mes de octubre de dicho año. En la actualidad, el turismo es uno de los sectores más críticos dada las consecuencias generadas por la pandemia, influyendo en una pérdida económica de más del 30%, lo que en ámbitos monetarios significa \$ 450 millones.

En la actualidad, el emprendimiento se ha determinado como un factor del desarrollo turístico sostenible, por lo que se ha destacado la adopción de políticas asociadas con la generación de incentivos crediticios, laborales, de promoción y financieros, esto con el fin de reactivar de forma efectiva el turismo nacional. Es importante la presencia de instituciones que impulsen el desarrollo de emprendimientos, mediante la generación de políticas favorables para los emprendedores, de esta forma se establecen acciones potenciales que no solo contribuyen a los sectores prioritarios, sino también al país en general. Se espera que través del desarrollo de infraestructura y fortalecimiento de capacitaciones, el emprendimiento se convierta en un campo de innovación donde se involucre el uso de TICs e inteligencia de mercado.

En cuestión de políticas públicas asociadas con la post pandemia se determinó el desarrollo de una asociación entre el turismo y otros sectores que permitan reforzar la identidad turística y el producto local, gestionar protocolos que aseguren la seguridad de los turistas e impulsar la innovación mediante un proceso de transformación digital en relación con los destinos turísticos del país, las empresas, los emprendimientos y el recurso humano que lo conforma, generado así, un proceso de respuesta que se acopla a las condiciones actuales dada las consecuencias del Covid-19.

Referencias bibliográficas

- Acuña, D., Gañán, P. y Arango, S. (2019). Etnoturismo: una aproximación a las oportunidades y amenazas que implica para las culturas indígenas. *Cuadernos de Turismo* (43), 17-38.
- Alean, A., Del Río, J., Simancas, R. y Rodríguez, C. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 107-123.
- Altamirano, V., Marín, I. y Ordóñez, K. (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina de Comunicación Social* (73), 633-647. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6363531>
- Arenal, C. (2019). Investigación y recogida de información de mercados. La Rioja: Tutor Formación.
- Arroyave, A. y Marulanda, F. (2019). Ecoemprendimiento, sostenibilidad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, julio-diciembre 2019(87), 157-172.
- Arteaga, K., Pereira, M., Toscano, A., Fuentes, D. y Melo, M. (2019). Políticas públicas para el fomento del emprendimiento: un análisis de las condiciones económicas del Municipio de Cotorra en el periodo 2008-2018. *Revista Perspectivas*, 1(15), 43- 71.
- Bifano, M. y Duarte, T. (2016). El Campo Turístico de la ciudad de Quito (Ecuador): un análisis del capital de sus agentes y de la (posible) acción colectiva sobre las políticas de turismo como objeto de disputa. *Revista Investigaciones Turísticas* (12), 183-209. Obtenido de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/61314>
- CONCOPE (2011). Políticas públicas productivas provinciales, 4P: Elementos conceptuales y metodológicos. Obtenido de <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Políticas-publicas-productivas-31-03-2011.pdf>
- Delgado, Z., Vázquez, G., Baque, A., Ayón, G. y Ponce, J. (2018). Las políticas públicas y el fortalecimiento de los emprendimientos en Jipijapa-Ecuador. *Revista Científica Ciencia Tecnología*, 7(18), 50-63.
- Duque, S., González, F., Cossio, N. y Martínez, S. (2018). Investigación en el saber jurídico. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Feijó, P., Feijó, T. y Bravo, A. (2019). Análisis de factores que contribuyen en la actividad emprendedora de los jóvenes. *ECA Sinergia*, 10 (2), 59-68.
- García, C. (2015). Nuevos emprendimientos turísticos en el ámbito de las comunidades indígenas latinoamericanas. ¿oportunidad u oportunidad? *Revista Turismo y Desarrollo*, diciembre 2015(19).
- García, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador ¿quo vadis? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25 (4), 597-614. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6333383>
- Lazo, C., Bastidas, M., Aguilar, F. y Calle, M. (2017). La potencialidad turística y sus oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. *Innova Research Journal*, 2(8), 1-21. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.320>
- López, M., Quiñonez, L. y Avellán, A. (2017). La gestión de las políticas públicas en las universidades: una aproximación a su caracterización en el Ecuador. *Revista Dominio de las Ciencias*, 4(1), 447-464.
- Manosalvas, L., Manosalvas, C., Solís, V. y Pesantez, J. (2020). Capacidades de innovación en los emprendedores turísticos: Un enfoque de género. *Innova Research Journal*, 5(2), 234-252.

doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1367>

Martínez, W. y Perafán, A. (2019). Descubriendo mundos: una introducción a la investigación antropológica. Colombia: Editorial Unimagdalena.

Maxwell, J. (2019). Diseño de investigación cualitativa. España: Editorial GEDISA.

Mazurek, H. (2018). Espacio y territorio: Instrumentos metodológicos de investigación social. México: IRD Éditions.

Mendoza, F. (2016). Análisis de las políticas para el turismo en Ecuador con énfasis en el turismo rural comunitario. Revista San Gregorio, Julio-Diciembre(15), 122-127. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5772016>

Ministerio de Turismo del Ecuador (2017a). Gobierno Nacional presentó la Política Nacional de Turismo, que convertirá al país en potencia turística. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/gobierno-nacional-presento-la-politica-nacional-de-turismo-que-convertira-al-pais-en-potencia-turistica/>

Ministerio de Turismo de Ecuador (2017b). Política de Turismo del Ecuador. Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf>

Ministerio del Turismo del Ecuador(2019a). Informe de Rendición de Cuentas. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Informe-de-Rendici%C3%B3n-de-cuentas-2019-vf9.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador (2019b). Plan Estratégico Institucional 2019-2021. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019c). Plan Nacional de Turismo 2030. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

Monge, J. y Yague, R. (2016). El desarrollo turístico sostenible: Tren Crucero del Ecuador. Estudios y Perspectivas en Turismo, 25(1), 57-72. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180743275004.pdf>

Nazareno, I. (2018). Desarrollo turístico sostenible en el contexto de las políticas públicas en Tachina Esmeraldas-Ecuador. Revista ECA Sinergia, 9(2), 25-31.

Neto, E. y Sánchez, C. (2017). Emprendimientos turísticos: Desde una perspectiva demográfica en la provincia de Tungurahua. Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/26471>.

Palomino, B., Gasca, J. y López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. El Periplo Sustentable, enero-junio 2016(30), 6-37.

Páramo, B. (2018). La Investigación en Ciencias Sociales: Técnicas de recolección de la información. Colombia: Universidad Piloto de Colombia.

Reyes, M., Machado, E. y Ortega, Á. (2015). Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador. Revista Turismo y Sociedad, 7, 39-62.

Santiago, N., Romero, A. y Álvarez, G. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. Revista UNIANDÉS Episteme, 4(3), 276-287. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756273> SENPLADES (2011). Guía para la formulación de políticas públicas sectoriales.

Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Gu%C3%ADa-para-la-formulaci%C3%B3n-de-pol%C3%ADticas-p%C3%ABlicas-sectoriales.pdf>

Serrano, A. (2017). Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca – Ecuador. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 3(1), 58-68. doi:<https://doi.org/10.34019/2448-198X.2017.v3.10027>

Silveira, Y., Cabeza, D. y Fernández, V. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 70-77.

Solíz, D. (2019). *Cómo Hacer Un Perfil Proyecto De Investigación Científica*. Bloomington: Palibrio.

Sornoza, D., Parrales, M., Sornoza, G., Cañarte, T., Castillo, M., Guaranda, V. y Delgado, H. (2018). *Fundamentos de emprendimiento*. Alicante: 3Ciencias.

UTPL (2020). La pandemia por COVID-19 puede afectar en un 30% a los ingresos del turismo nacional. Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/la-pandemia-por-covid-19-puede-afectar-en-un-30-a-los-ingresos-del-turismo-nacional> Vélez, X. y Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: una aproximación teórica. *Dominio de Ciencias*, 2(4), 346-369.

e
s
empresa & sociedad
Negocios desde
la academia

Congestión de la terminal portuaria de Guayaquil desde la perspectiva de los importadores, 2019-2020

Congestion of the Guayaquil port terminal from the perspective of importers, 2019-2020

Ximena Carolina Orellana Cabrera¹⁵
Otto Suárez¹⁶

Recibido: 01/12/2022; Aceptado: 12/04/2023

Resumen

Uno de los principales puertos del Ecuador es el de Guayaquil; debido a que cuenta con una infraestructura moderna que le permite brindar servicios portuarios a los distintos tipos de naves y para diferentes tipos de productos. El objetivo de esta investigación fue proponer una metodología para evitar el congestionamiento de la terminal portuaria de Guayaquil desde la perspectiva de los importadores. La metodología estuvo basada en un enfoque mixto, investigación documental, de diseño no experimental de corte transversal. La población fue de 395 empresas importadoras que usaron los servicios de la TPG de las cuales se seleccionó mediante muestreo por conveniencia a una muestra de 12 empresas. Las técnicas empleadas fueron la entrevista y la revisión documental. Los resultados más relevantes fueron que el tiempo de desaduanización de las mercancías importadas es de tres días; este tiempo aumentó a cuatro días por el tiempo de retiro en los meses pico de la pandemia, aspecto que generó costos adicionales para los importadores. Entre las causas del congestionamiento se encontraron la falta de espacios, una mayor operatividad en el número de contenedores, la saturación de las vías de acceso por las filas de transportistas para ingresar a la TPG, problemas con la administración portuaria y de las embarcaciones. Se propuso contratar personal para el área de recepción de documentos y en carga-descarga de mercancías, enviar a importadores información sobre documentos de acompañamiento a sus trámites y ampliar los depósitos de carga contenerizada y de carga suelta.

Palabras Claves: Terminal portuaria, congestionamiento portuario, Terminal Portuaria de Guayaquil, desaduanización de mercancías, importadores.

¹⁵ Licenciado en Economía. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador
¹⁶ Ph.D. en Economía. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

Abstract

One of the main ports of Ecuador is Guayaquil; because it has a modern infrastructure that allows it to provide port services to different types of ships and for different types of products. The objective of the research was to propose a methodology to avoid congestion in the Guayaquil port terminal from the perspective of importers. The methodology was based on a mixed approach, documentary research, non-experimental cross-sectional design. The population was 395 importing companies that used the services of the TPG, from which a sample of 12 companies was selected by convenience sampling, the techniques were interview and documentary review. The most relevant results were that the customs clearance time for imported merchandise is three days, this time increased to four days due to the withdrawal time in the peak months of the pandemic, an aspect that generated additional costs for importers. Among the causes of the congestion were the lack of spaces, a greater operability in the number of containers, the saturation of the access roads due to the lines of carriers to enter the TPG, problems with the port and vessel administration. It was proposed to hire personnel for the document reception area and for the loading and unloading of merchandise, to send importers information on accompanying documents for their procedures and to expand the containerized cargo and loose cargo warehouses.

Keywords: Port terminal, port congestion, Guayaquil Port Terminal, merchandise clearance, importers.

Introducción

Uno de los principales puertos que tiene el Ecuador es el puerto de Guayaquil; debido a que cuenta con una infraestructura moderna que le permite brindar servicios portuarios a los distintos tipos de naves, para diferentes tipos de productos sean estos refrigerados o secos e incluso se puede almacenar y manipular contenedores (Aguilar, 2017). Sin embargo, el Ecuador a vista del mundo en el año 2018 consiguió un índice de Desempeño Logístico (IDL) de 2.88 de una calificación del uno al cinco (Banco Mundial, 2018). Adicional, el Ecuador en el año 2017 se encontró en el séptimo puesto en el ranking de puertos de contenedores en América Latina y el Caribe por el Twenty Foot Equivalent Unit (TEU) manteniendo esta posición durante el año 2018 y 2019 (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2020).

En la actualidad los puertos forman parte de la cadena logística de distribución, transporte y producción; al incorporar diversos servicios para los clientes tales como comercio, seguridad, flexibilidad y rapidez, se fortalece la fidelización y captación del cliente principal del puerto que es la carga (Asociación Peruana de Agentes Marítimos, 2017). Por ese motivo, los puertos forman parte de la mayor interfaz de modos de transporte, son puntos de entrada y salida del transporte marítimo y al ser este moderno se convierte en un modo dinámico de una red de distribución internacional (Grupo Piedra, 2020).

Entre los problemas que poseen los puertos de Guayaquil se encuentra el congestionamiento del transporte de carga al momento de querer ingresar o salir de la Terminal Portuaria de Guayaquil (TPG), problema que no es reciente, sino que data del año 2018; aspecto que provoca que los transportistas se vean afectados por la delincuencia que padecen mientras tienen que esperar por varias horas. Estos problemas aparecen una vez que dicho puerto que es manejado por el Grupo SAAM de Chile que, en el 2017 amplió su capacidad y se agregaron políticas comerciales agresivas que lograron captar mayor cantidad de clientes superando a Contecon en un 30% de la carga (MasContainer, 2020). Debido a esto se establece como planteamiento del problema la siguiente interrogante: ¿En el periodo 2019-2020 cuáles son las percepciones de los importadores sobre la congestión de la TPG? El objetivo general es proponer una metodología para evitar el congestionamiento de la Terminal Portuaria de Guayaquil, desde la perspectiva de los importadores, 2019-2020.

Esta investigación inicia con una revisión de los antecedentes referenciales y teóricos sobre la congestión en las terminales portuarias, para posteriormente abordar la metodología a aplicar con sus respectivos resultados y finalizar con las conclusiones del estudio.

Objetivos

Objetivo General

Proponer una metodología para evitar el congestionamiento de la terminal portuaria de Guayaquil desde la perspectiva de los importadores.

Objetivos Específicos

1. Revisar las bases teóricas y conceptuales de la congestión en las terminales portuarias desde la perspectiva de los importadores, 2019-2020.
2. Determinar la situación actual de la congestión de la Terminal Portuaria de Guayaquil
3. Recabar información asociada con la congestión de la Terminal Portuaria de Guayaquil desde la perspectiva de los importadores, mediante la integración de instrumentos de recolección de datos.

Desarrollo temático

Antecedentes Referenciales

De acuerdo al estudio realizado por Correa y Meza (2019) con respecto al tráfico y congestionamiento de contenedores en el puerto de la ciudad de Guayaquil, se pudo observar una escasa coordinación entre las compañías transportistas y la terminal portuaria, así como también la inexistencia de áreas al interior de la terminal para el estacionamiento de los contenedores mientras realizan los respectivos chequeos y verificaciones para el ingreso. Otro de los problemas encontrados fueron las largas esperas a las que deben someterse los transportistas en las afueras del terminal exponiéndolos de manera frecuente a robos, multas de tránsito, retraso en sus recorridos y disminución de su productividad a causa del congestionamiento.

En el estudio realizado por Arreaga y Hablich (2019) en la ciudad de Guayaquil con respecto al ingreso y salida de las instalaciones de la TPG, los resultados permitieron identificar que los problemas se encuentran mayormente enfocados en los tiempos de espera para el ingreso, esto genera irregularidades en pagos ya sea por el horario de ingreso al puerto el cual aumenta en la noche, las multas generadas por la autoridad de tránsito, retrasos en los trámites de inspección por el área de antinarcóticos, en el área de control para la liberación de mercadería por parte del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) y demás organismos interventores y la falta de procesos adecuados para la entrega y despacho de los contenedores. Esto genera que el proceso lleve horas, lo cual representa pérdidas económicas para los choferes. Los resultados muestran que los principales factores del problema son el logístico, documental y de control.

Miranda y Deudor (2018) llevaron a cabo una investigación donde los resultados mostraron que la atención brindada tarda mucho tiempo y que esta suele llevar más de tres horas, lo cual es perjudicial para las empresas transportistas. Estos tiempos varían de acuerdo a la afluencia de transportes, incrementando los tiempos de espera en las temporadas altas, en donde les ha tomado hasta más de siete horas para el ingreso al puerto. En cuanto al tipo de servicio que más demora presenta está la fila que se realiza antes del registro respectivo del transporte y de los choferes, lo cual también presenta retrasos. Por lo que se llega a concluir que en los últimos años el servicio ha empeorado, debido a la afluencia y demanda que existe en la terminal portuaria; sin embargo, se pudo observar que en el área de exportación los colaboradores de la institución son más amables y buscan brindar solución cuando se presenta algún inconveniente, lo cual no se realiza en el área de importaciones, haciendo que el servicio sea de menor satisfacción.

Antecedentes Teóricos

Terminal Portuaria

De acuerdo a lo establecido por Romero (2016) la terminal portuaria se refiere básicamente a una sección o infraestructura ubicada dentro de un puerto marítimo la cual sirve de conexión para el traslado de la mercadería, ya sea de importación o exportación. Es decir, dentro de esta terminal se realiza el movimiento de la mercancía de marítima a terrestre; de terrestre a marítima, terrestre a terrestre o marítima a marítima. Además, en estas instalaciones se realizan los controles aduaneros y narcóticos de la mercancía por medio de los diferentes tipos de aforos existentes. Así como también el despacho y recibimiento de mercadería, por lo que se debe de realizar una serie de procesos para la verificación y control de la misma y que esta sea entregada de manera correcta con el cumplimiento de todos los trámites aduaneros.

De acuerdo a lo descrito por la Cámara Marítima del Ecuador (2020) esta organización gremial mantiene un conjunto de 13 terminales portuarias afiliadas, dentro de los cuales se encuentran Ecuabulk; Naportec-Banapuerto; Terminal Portuario de Manta S.A (TPM); Terminal Portuario de Guayaquil (TPG); Terminal Portuario FERTISA; QC Terminales Ecuador; Terminal Portuario Internacional Puerto Hondo S.A (TPI); Terminal Portuario Ecuatoriana de Granos S.A (Ecuagran); Industria Molinera; DPWorld Posorja S.A; Puerto Cobre S.A; Terminal Extraportuario de Manta - TEPM S.A. y Contecon Guayaquil S.A. Por otro lado; se integran otros terminales importantes como Ferti-gran, NIRSA, Trinipuerto, Autoridad Portuaria de Esmeraldas, Autoridad Portuaria de Manta, Autoridad Portuaria de Guayaquil y la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2018). De manera general, a nivel nacional, existen 60 terminales portuarios habilitados, los cuales proceden de las provincias del Guayas, Santa Elena, Manabí y Napo (Ver anexo 3) (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2019).

Estas terminales antes mencionadas brindan servicios para la importación y exportación de mercadería en diferentes áreas del país; sin embargo, la TPG que inició sus funciones a mediados del año 2006, cuenta con disponibilidad de un atracadero y dos muelles con una dimensión de 1 x 180 x 31.5 metros cada uno. Con respecto a la eslora esta alcanza hasta los 295 metros y en lo que respecta a profundidad o calado esta se caracteriza por contar con alrededor de 13 metros de profundidad en marea baja, cuenta también con 1,440 puntos para conectar los contenedores refrigerados y el funcionamiento de dos naves al mismo tiempo, mejorando así el servicio en la terminal (Cámara Marítima del Ecuador, 2020).

La Terminal Portuaria de Guayaquil se encuentra ubicada en la Av. Los Ángeles, Vía Perimetral - Isla Trinitaria en la ciudad de Guayaquil, además cuenta con acceso a una página web en donde se puede revisar el tráfico de naves, realizar pagos y tarifario online de acuerdo al tipo de carga que maneje, consulta de cupos, consolidación y desconsolidación de carga, solicitud de acceso, estado de los choferes, lista de aforos, servicio de factura electrónica, acceso a turnos de consolidación y depósito y varias opciones más que facilitan y agilitan los procesos que se deben de realizar en la terminal para la importación y exportación de mercadería. Para poder acceder a estos servicios es necesario contar con un registro por parte del cliente, en donde se indica además datos específicos sobre su mercadería, para tener un mejor control de la información (Terminal Portuario de Guayaquil, 2020).

Congestión Portuaria

Según (Escudero, 2019) la congestión portuaria se determina como una amenaza que pone en peligro la logística marítima. Ante una congestión portuaria, muchas empresas navieras se encuentran en la obligación de incrementar sus costos operativos. Cabe mencionar que la congestión generada en el tráfico tiende a afectar la mercancía; esto se justifica en razón de que, al quedarse estancada en los puertos, la carga se encuentra sujeta a perder los camiones de conexión y barcos que la transportan hacia otros destinos generando inconvenientes en la programación. De acuerdo con Rodríguez (2018), la congestión portuaria se genera cuando los navíos arriban al puerto, pero no pueden cargar o descargar mercaderías dado que la capacidad del puerto se encuentra totalmente saturada. Ante esta situación, como única opción se genera que los barcos esperen un turno hasta que los mismos logren conseguir

ingresar a un lugar de la terminal portuaria. La congestión portuaria genera un alto grado de presión sobre los propietarios de la carga, la administración del puerto y de las embarcaciones. En consecuencia, este panorama impone que las compañías navieras incrementen sus costos operativos a fin de no perder credibilidad ante la transportación de las mercancías en el tiempo estimado.

Por otro lado, Correa y Meza (2019) indicaron que la congestión generada en el tráfico hacia los accesos que posibilitan la entrada a las terminales portuarias se considera un inconveniente de carácter común; sin embargo, esta situación ha fomentado el desarrollo de políticas, estrategias y técnicas a nivel nacional e internacional con el objetivo de generar un proceso eficiente, efectivo y de calidad que permita reducir y en su defecto erradicar las dificultades y molestias que visualizan los diversos actores que constituyen la cadena logística.

El país cuenta con un sistema portuario que mantiene la capacidad de admitir cualquier tipo de carga, sea mercancía importada o exportada; no obstante, se ha identificado que en el ingreso y salida de los recintos portuarios se origina un congestionamiento que tiende a retrasar los múltiples procesos de comercialización. Dentro de los factores que originan una congestión portuaria se integran el tiempo de espera de los camiones, el sistema de transporte de las mercancías, demoras en la aplicación de medidas para disminuir el descongestionamiento de la terminal portuaria, la disponibilidad de grúas y equipos, las actividades de carga y descarga de las mercancías, la configuración y el modo de operación de la terminal portuaria, los enlaces entre el transporte terrestre ante el despacho y recepción de los contenedores, la ubicación y el espacio de los depósitos de los contenedores (Jiménez & Morejón, 2016).

Adicionalmente, la congestión portuaria a más de generar mayores costos por el tiempo complementario, también se incrementa el consumo del combustible y en ocasiones se incluye la variable de accidentes u otros elementos que genere un costo ante el tiempo que el barco se encuentra en tiempo de espera. Ante esta perspectiva, surge como alternativa los puertos secos, una terminal de carácter intermodal de las mercaderías que se encuentran situadas dentro de una región económica que se enlaza a través del puerto marítimo o la red ferroviaria del país de destino u origen (Cámara Marítima del Ecuador, 2019).

Importaciones

La importación es la acción de introducir al país mercadería del exterior a fin de cubrir las necesidades de los ciudadanos, ya sea por la inexistencia del producto o por la escasez del bien o producto para cubrir la demanda existente. La acción de comprar este bien a un país extranjero a menor precio, brinda la oportunidad de mejorar la economía de los ciudadanos ya que podrán cubrir sus necesidades a un menor precio (Cárdenas, Suárez, Romero & Fajardo, 2019).

Las importaciones pueden ser de diferentes tipos: de bienes de consumo, de producción, de capital y de materia prima. De acuerdo a Musolino (2019) los bienes de consumo son aquellos que buscan suplir las necesidades de las personas y estas pueden ser perecibles y no perecibles; mientras que los bienes de producción son aquellos que se adquieren para poder crear o transformar un bien, producto o generar algún tipo de ingresos económicos.
Aduana.

En el Ecuador la aduana forma parte de una empresa autónoma estatal, la cual brinda servicio como facilitador del comercio exterior en donde debe velar por la existencia de un comercio justo y controlado, el mismo que brinde un beneficio económico al país. La institución posee diferentes canales de atención y control en todos los puntos de acceso del país, ya sean estos terrestres, aéreos o marítimos, facilitando el ingreso y demás procesos necesarios para la nacionalización de mercadería que se desea ingresar al país. Así como también de vigilar y frenar los delitos aduaneros que puedan darse en los diferentes ingresos al país (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2020).

La aduana se concibe como la autoridad física procedente del Estado nacional y la frontera que lo separa de otra nación. La finalidad de las aduanas se fundamenta en el control que realizan con respecto a las mercancías nacionales

o extranjeras que transitan hacia el exterior o en su defecto ingresan al territorio nacional. Otra de las funciones que sustenta la aduana se basa en la liquidación de aquellos impuestos que han sido establecidos por las exportaciones e importaciones de las mercancías (Askar, 2017).

En la actualidad las aduanas cumplen con dos objetivos, el primero se orienta al resguardo que se otorga a la seguridad nacional mediante la vigilancia y el control generado en las mercancías que ingresan o salen de una nación. El segundo objetivo se enfoca en la facilidad que entrega al desarrollo del comercio exterior mediante la estandarización de pasos hacia un despacho aduanero efectivo y eficaz. En síntesis, las aduanas conforman un elemento crucial ante la simplificación y protección del intercambio comercial a nivel mundial (Zamora & Ayvar, 2016).

Metodología

Tipos y Método de Investigación

En el presente estudio se usó el enfoque cualitativo, que según Cadena et al. (2017) evita cuantificar la información; por lo que, optan por realizar los registros mediante la observación participante, la narración y las entrevistas. Adicionalmente, se integra el enfoque cuantitativo, que hace referencia a la recolección y análisis de datos numéricos asociados con un fenómeno de investigación. Bajo esta perspectiva, el trabajo sustenta un enfoque mixto donde se incluyen los criterios cualitativos y cuantitativos. Mediante el primer factor, se pretende conocer la opinión de los importadores sobre la congestión que hay dentro de la Terminal Portuaria de Guayaquil durante el año 2019 a 2020; para con dicha información al final llegar a conclusiones sobre el tema. Por otro lado, a través de la investigación cuantitativa se busca obtener datos asociados con los índices operativos de la TPG, integrando indicadores como la carga de contenedores a granel, número de buques mercantes, volumen de carga, tiempo de permanencia, operación, entre otros aspectos.

Esta investigación se realizó bajo el diseño no experimental que de acuerdo a Hernández et al. (2018), se trata de un estudio donde se investigan los fenómenos tal cual ocurren, analizando sus variables o revisando si estas tienen alguna relación entre ellas; pero, esto se debe hacer sin realizar ningún cambio por parte del investigador; mientras que, el diseño transeccional se basa en usar por única ocasión técnicas o métodos. Se seleccionó el diseño no experimental y transversal; debido a que, se busca conocer sobre los factores que provocan la congestión de la Terminal Portuaria de Guayaquil desde la opinión de los importadores durante el periodo 2019 a 2020, tal cual sucedió, para lo cual, se usará la técnica de la entrevista a los importadores en un solo momento. Por otro lado, se integra la investigación documental, la cual se fundamenta en la revisión de documentos, archivos y registros que posibilitan la obtención de información estratégica y acorde a la problemática planteada que alude a la congestión portuaria en la TPG (Galeano, 2018).

Para este estudio se aplicó el método inductivo que según Carrizo (2015) se refiere a un método que consiste en observar hechos sobre un problema determinado o recopilar datos, para después hacerle su respectivo análisis y así descubrir diferencias y analogías; pasando de esta forma a la formulación de leyes que expliquen el comportamiento de los datos; esto quiere decir que, tiende a ir desde las partes hacia un todo, se generalizan sus propiedades; a una mayor población que cumpla con lo indicado. Se tomó en cuenta este método; ya que, se pretende recopilar datos sobre las demoras en la Terminal Portuaria Guayaquil, pero desde la perspectiva de los importadores, para lo cual, se partirá desde este caso particular hacia la generalización del mismo, a fin de conocer la opinión de estos sobre la congestión que existe en esta terminal portuaria, aspecto que repercute en las finanzas de los importadores que deben pagar por más días la renta del depósito.

Unidad de Análisis, Población y Muestra

La unidad de análisis del presente estudio son los importadores que participaron en la TPG durante el periodo 2019 a 2020. Bajo este contexto, es importante mencionar que no existen estadísticas públicas que determinen el número exacto de importadores que intervienen en la TPG; es por esto que, en primera instancia se considera como base general los importadores de mercancías del Ecuador bajo despacho con pago garantizado que son 1 412 empresas (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015).

Por otro lado, a fin de segregar la población, se determina el uso de la participación de las importaciones en la Autoridad Portuaria de Guayaquil (APG) que es del 28% (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2020); con dicha información se procedió a verificar la población para el estudio. Cabe resaltar que, ante la falta de datos específicos relacionados con la TPG, se establece como criterio de desglose el porcentaje de aportación de la APG en el sistema portuario, debido que esta empresa mantiene a su alcance un conjunto de terminales privadas y públicas, dentro de las cuales se integra la TPG; se destaca el hecho de que como criterio de inclusión para el presente trabajo los importadores investigados deben haber realizado al menos una importación en el periodo 2019-2020 en el terminal estudiado. Conforme lo planteado previamente, en la siguiente tabla se evidencia el cálculo de la población.

Tabla 1. Datos de la población

Datos	Porcentajes	Cantidades
Importadores a nivel nacional bajo despacho con pago garantizado	100%	1 412
Participación en APG	28%	395

Por aspectos de la pandemia y tomando como criterio de inclusión que la importadora haya utilizado el TPG se tomó en consideración un muestreo por conveniencia a 12 empresas, las cuales no se nombran por pedido de confidencialidad, siendo éstas aquellas que mayor movimiento de carga mantuvieron en el 2019, representando el 70% del desplazamiento de mercancías dentro de la TPG. En la siguiente tabla, se determina la carga importada en toneladas métricas de estas 12 empresas durante el 2019 y 2020, visualizando la variación presentada en ambos períodos.

Tabla 2. Rango de Carga importada en TM

Empresas importadoras	TM 2019	TM 2020	Variación
Empresa 1	6'095,754	5'798,642	-5%
Empresa 2	5'125,312	4'324,213	-16%
Empresa 3	4'213,465	3'584,645	-15%
Empresa 4	4'125,654	3'396,726	-18%
Empresa 5	4'085,262	3'128,734	-23%

Empresas importadoras	TM 2019	TM 2020	Variación
Empresa 6	3'568,789	3'023,275	-15%
Empresa 7	3'427,896	2'761,436	-19%
Empresa 8	3'276,343	2'567,182	-22%
Empresa 9	3'256,894	2'365,754	-27%
Empresa 10	3'250,134	2'346,249	-28%
Empresa 11	3'150,054	2'126,895	-32%
Empresa 12	2'897,624	1'986,453	-31%

Tomado de información interna de las empresas.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica que se utilizará en la investigación es la entrevista que de acuerdo a Grados y Sánchez (2017) se trata de un arte donde la eficiencia de la misma se basa en el número de entrevista y de ciertas actitudes y rasgos que debe tener el entrevistador; además, la entrevista es una conversación con propósito, que tiene por objeto recibir información pertinente sobre un tema específico; para de esta forma, y con dichos datos, llegar a conclusiones que le permitan tomar las mejores decisión sobre el caso. En este aspecto se escogió como técnica la entrevista y como instrumento el cuestionario estructurado; porque, se trata de indagar la opinión de los importadores sobre la congestión que existe en TPG, con el propósito de identificar las causas del mismo y así luego poder establecer estrategias que ayuden a dar solución a la misma.

Por otro lado, se integra la investigación documental, la misma que se fundamenta en el desarrollo de consultas procedentes de fuentes documentales como libros, artículos científicos, revistas, oficios, periódicos, entre otros elementos (Ortega, 2017). Bajo este contexto, se integra la revisión documental como una técnica que permitirá la obtención de datos numéricos asociados con los indicadores operativos de la TPG; esta información será obtenida mediante la exploración de las estadísticas portuarias y de transporte marítimo procedente del Ministerio de Transporte y Obras Públicas.

Procesamiento de la Información

Una vez realizadas las entrevistas a los importadores se procede a analizar sus resultados de manera global conforme las preguntas gestionadas. Esto permitirá conocer las semejanzas o diferencias que precedan de los criterios establecidos en función de las opiniones emitidas por los entrevistados, con la finalidad de obtener conclusiones importantes sobre el tema.

Resultados

Análisis de Resultados

1.- ¿Cuánto tiempo demora la desaduanización de las mercancías que importa?

Analizando las opiniones emitidas por los entrevistados, se determina que el tiempo de desaduanización de las mercancías importadas se genera en un plazo de cuatro días. Este hecho es consistente con lo expuesto por el SENA, donde el tiempo de desaduanización pasó de 5.08 a 3.93 días. En consecuencia, los importadores cuentan con la posibilidad de que en un menor tiempo ingresen su carga, originando la reducción de los costos operativos asociados con esta actividad.

2.- ¿Cuándo fue la última vez que importó mercancías donde el tiempo para retirarlas haya sido mayor a lo habitual y cuánto tiempo adicional le generó?

Dentro de este aspecto, se reconoció que la mayor parte de inconvenientes asociados con la nacionalización de las mercancías precedieron en los inicios del año 2019. En este caso, las demoras del proceso se derivaban de los operadores de la TPG, resaltando la inclusión de los agentes de aduana y los depósitos temporales. Contemplando el año 2020, se determinó como criterio semejante por parte de los importadores, que el tiempo de retiro de las mercaderías incrementó durante los meses pico de la pandemia, ocasionando que el tiempo de retiro de las mercancías se ubicara entre los 4 y 4.5 días.

3.- ¿Qué fue lo que provocó la demora en dicha ocasión?

En conformidad con lo expuesto previamente, se reconoció que, ante la manifestación de la pandemia y las medidas restrictivas asociadas con el cierre temporal de los negocios, generó como resultado que muchas empresas importadoras al no contar con un espacio de almacenamiento para sus productos, no llevara a cabo el proceso de retiro de la carga, ocasionando una congestión portuaria.

En este sentido, dicha situación no solo se derivó del espacio e infraestructura física orientado al almacenamiento de los contenedores originando que la carga no se desplace continuamente; sino también, se identificó la saturación de las vías de acceso ocasionando que los camiones se ubiquen en largas filas con el fin de acceder a la TPG, convirtiéndose en un blanco fácil para la delincuencia. Bajo este entorno problemático, los importadores determinaron un tiempo de espera por parte de los transportistas entre tres y cuatro horas.

4.- ¿Le generó costos adicionales la demora de la desaduanización de sus mercancías? ¿Qué opina al respecto?

Conforme las opiniones emitidas, se determinó de forma unánime que todos los importadores mantuvieron costos adicionales dado el tiempo adicional que se derivó de la desaduanización de las mercancías. En este sentido, se identificó que, aquellos importadores que emplearon contenedores de 20 pies, sostuvieron un costo adicional del 1%, mientras que los contenedores de 40 pies se relacionaron con una tarifa del 2% adicional. Por otro lado, se contemplaron costos asociados con el transporte, alquiler de montacargas, almacenaje de maquinaria, despacho de aduanas, manipulación de la carga y demás recargos asociados con la inclusión de un mayor tiempo en la desaduanización de la mercancía. En definitiva, se reconoció la identificación de un escenario negativo para los importadores, debido al incremento de costos asociados con las demoras en el tiempo de desaduanización. Bajo esta perspectiva, se identificaron inconvenientes económicos de los cuales ya se integraban los efectos de la pandemia. Como resolución final, se enfatiza la imperiosa necesidad de generar cambios y realizar una transformación efectiva en la operatividad aduanera con el objetivo reducir y prevenir los problemas que se evidenciaron en la actualidad.

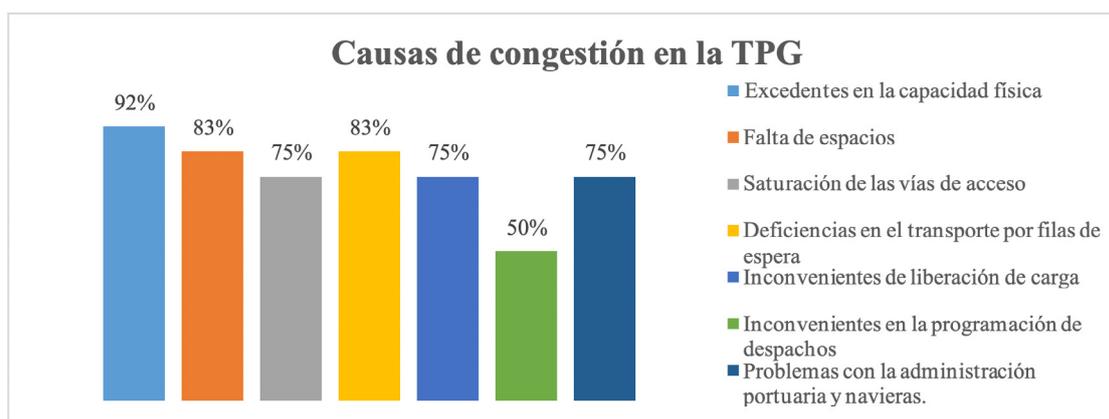
5.- ¿Ha tenido reincidencia de demora el retiro de sus mercancías en la Terminal Portuaria de Guayaquil?

En este sentido, se destaca que la mayor parte de importadores no ha estado sujeto a un nuevo inconveniente relacionado con el tiempo de retiro de las mercancías en la TPG. Sin embargo, se destaca el reconocimiento de dos

importadores que han percibido demoras en la desaduanización de las mercancías en función de la entrega de la documentación incorrecta, retrasos en la recepción de documentos e inspección de la carga.

6.- ¿Cuáles considera que son las causas que provocan congestión en la Terminal Portuaria de Guayaquil?

Figura 1. Causas de congestión en la TP



De manera general, se identificó como factores relevantes que ocasionan la congestión de la TPG, la operatividad de un mayor número de contenedores que sobrepasa la capacidad física, falta de espacios, saturación de las vías de acceso, deficiencias en la transportación dada las largas filas de espera, inconvenientes en la liberación de carga, inconvenientes en la programación de despachos, problemas relacionados con la administración portuaria y de las navieras. En la figura 1, se evidencia el grado de relevancia de cada factor según la perspectiva y consideración de los importadores.

7.- ¿Le especificaron por qué se dio el retraso en la Terminal Portuaria de Guayaquil, esto se debió a documentación o a procesos por parte de esta entidad?

Dentro de este contexto se identificó que, en la mayoría de los casos, los importadores reconocieron las causas que generaron demoras en la TPG por parte de sus autoridades. En este sentido, a más de integrarse los factores causantes previamente detallados se incluyen el ámbito referente a los documentos, donde se identificó la pérdida de los mismos, entrega de documentación incorrecta y su tardía recepción.

Información de la TPG

La TPG cuenta con un área total de 25.3 ha, la cual se distribuye para el depósito temporal 22.1 ha, área administrativa 4,000 m² y para la bodega de carga suelta 5,100 m². Esta terminal dispone de dos muelles, uno para contenedores y otro para graneles, siendo su capacidad anual de transferencia 1'100,000 Twenty-foot Equivalent Unit (TEUS). Para realizar sus operaciones dispone de dos grúas de pórtico-Gantry Panamax (15 filas de alcance), dos grúas de pórtico-Gantry Súper Post Panamax (22 filas de alcance), tres grúas móviles una Liebherr y dos Gottwald, 21 tracto camiones, 25 grúas portacontenedores, siete Rubber Tyred Gantry Crane (RTG), grúas de pórtico de patio, un scanner operativo por el SENA, 20 básculas electrónicas de piso de 80 ton c/u y 21 ramplas para camiones. Las certificaciones que dispone esta terminal portuaria son ISO 9001-2008, Código para la Protección de los Buques y de las Instalaciones Portuarias (PBIP) y Business Alliance for Secure Commerce (BASC) (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2018).

La TPG amplió su muelle en 180 metros, lo cual, le dio un frente de atraque de 660 metros e incorporó dos Dolphins de atraque a 60 metros extremo sur y 50 metros extremo norte; a esto se suma el término del dragado realizado en el frente de atraque lo que le brindó una profundidad máxima de 13.7 metros que le proporciona un calado de

13 metros máximo durante la marea baja, para lograrlo la TPG tuvo que hacer una inversión de \$16 millones (El Universo, 2020).

Servicios

Los servicios que ofrece la TPG consisten en los costos de almacenaje del importador y exportador por tipo de carga, los servicios logísticos del importador y exportador por contenedores y los servicios portuarios, costos que se detallan en el anexo dos (página siguiente).

Índices Operativos TPG 2018

Tabla 1. Índices operativos (Contenedores), carga en toneladas métricas, tiempo en horas 2018

Datos base	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
# puestos atraque	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
# metros lineales muelle	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	5760
Horas días	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	288
Horas años	31	28	31	30	31	3031	31	31	30	31	30	31	3366
# buques mercantes	28	26	28	29	30	29	28	32	29	30	26	29	344
Vol carga moviliz (Ton)	545840	500911	549639	591897	574137	526778	535355	593763	553363	595569	512942	624026	6704220
Tiempo perman bug muelle (H)	1048	1042	1067	1138	1042	959	967	1165	943	1088	878	1128	12465
Tiempo operac (H)	951	935	954	1031	926	834	856	1073	854	977	777	1017	11185
Total eslorat atend (m)	263966	256081	270538	287823	263970	239497	246757	300177	239787	285632	225947	309999	3190174
Promedios	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Carga bug (T/bug)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tiempo puerto (H/bug)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prom carga mov (H/bug)	574,11	535,63	576,43	574,13	620,14	631,97	625,38	553,13	648,18	609,64	660,11	613,49	599,39
Prom tiempo operac (H/bug)	33,96	35,97	34,05	35,55	30,86	28,74	30,57	33,55	29,44	32,56	29,89	35,07	32,51
Índices	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Índices de ocupación	70%	78%	72%	79%	70%	67%	65%	78%	66%	73%	61%	76%	71%
índices ocupac * m lineal muelle	74%	79%	76%	83%	74%	69%	69%	84%	69%	80%	65%	84%	76%

Considerando los indicadores operativos presentados previamente, se destaca que no existe información pública asociada con este criterio en los períodos 2019 y 2020; por tal razón, se determina la necesidad de emplear valores del año 2018 como una referencia al tiempo de estudio. De igual forma, la falta de datos actuales se determina como una limitación de la presente investigación; por lo que, a lo largo del estudio no se identifica el desarrollo de un análisis comparativo.

Con respecto al índice operativo de la TPG durante el año 2018 está dividido en cifras de carga de contenedores y carga a granel. En la carga de contenedores se logró apreciar que el número de buques mercantes que ingresaron durante el año fueron 344, el volumen de carga movilizada fue de 6'704,220 toneladas, el tiempo de permanencia de buques en muelle fue de 12.465 hora, el tiempo de operación fue de 11,185 horas y el total de esloras atendidas fue de 3'190,174 metros. El promedio de carga de buque (tonelada/buque) fue de 601.86%, mientras que el promedio tiempo muelle (hora/buque) 32.52%. En cuanto a los índices de ocupación fue del 71% y el índice de ocupación por metro lineal muelle fue del 76%.

En cambio, en los índices de las cargas a granel se encontró que la TPG dispone de un puesto de atraque para este tipo de carga, el número de buques mercantes promedio que han ingresado son 10, el volumen de carga movilizada en toneladas fue de 149,356, el tiempo de permanencia del buque en muelle en horas y el tiempo de operación en hora fue de 1,065 respectivamente y el total de esloras atendidas fue de 197,032 metros. En lo que respecta al promedio de carga movilizada (tonelada/buque) fue de 140.18 y el promedio de tiempo operación (hora/buque) fue de 106.55; mientras que el índice de ocupación fue del 12% y el índice de ocupación por metro lineal muelle fue del 18%.

Análisis General

Con base en las opiniones previamente analizadas, se establece que el tiempo de desaduanización de las mercancías importadas se genera en un tiempo total de cuatro días, hecho que se incumple con el informe establecido por el SENA, donde se determina un tiempo de 3.93 días. Referente a las demoras en el tiempo de retiro de las mercancías, se identificó como situación semejante los meses pico de la pandemia, ocasionando que el tiempo establecido se establezca hasta los cuatro días. En consecuencia, esta situación se derivó del limitado desplazamiento de las cargas; dado que, ante el cierre parcial de los negocios, muchas empresas no contemplaban el retiro de sus mercancías, produciendo como resultado final una congestión dada la falta de espacios.

En consecuencia, dicho panorama generó la inserción de costos adicionales para los importadores, quienes ya se encontraban en una situación económica precaria en función de los efectos de la pandemia. Dentro de las causas identificadas que generan la congestión en la TPG se encuentra la capacidad instalada, falta de espacios, mayor operatividad en el número de contenedores, saturación de las vías de acceso dada las filas que deben formar los transportistas al querer ingresar a la TPG, problemas asociados con la administración portuaria y de las embarcaciones. De manera general, se identificó que las demoras visualizadas se presentaron en función del proceso deficiente gestionado por las autoridades de la TPG y en función de los documentos empleados en el procedimiento de la desaduanización.

En relación con la tabla 2, es importante mencionar la variación negativa que las empresas objeto de estudio han mantenido en la importación y el desplazamiento de las mercancías en toneladas métricas. Bajo dicha perspectiva se identifica que todas las empresas han reducido su nivel de carga dentro de la TPG, hecho que se relaciona con los inconvenientes ya analizados como la saturación de las vías de acceso, espacios físicos limitados, deficiencias en la gestión operativa, programación de despachos, entre otros elementos que se originaron en función de la pandemia, incluyendo, además, problemas operativos de la TPG a nivel interno.

Las operaciones que se realizan de manera recurrente en la TPG son las cargas de contenedores donde atracaron 344 buques mercantes durante el año 2018 llegando a manejar un volumen de carga anual de 6'704,220 toneladas y haciendo un total de esloras atendidas de 3'190,174 metros, el promedio de tiempo muelle hora/buque) fue de

601.86% y el de tiempo operación (hora/buque) de 32.52%. en cambio, en la carga a granel el volumen de carga movilizada en toneladas fue de 149,356, el total de esloras atendidas fue de 197,032 metros, el promedio de carga movilizada (tonelada/buque) fue de 140.18 y el promedio de tiempo operación (hora/buque) fue de 106.55.

Propuesta

La presente sección se ajusta a los problemas identificados en la investigación, para lo cual, se procede a plantear una metodología de acción enfocada en evitar el congestionamiento de la Terminal Portuaria de Guayaquil.

El primer problema que se detectó fue que los tiempos de retiro que se dieron en 4.5 días, por lo cual, se establece como solución; ampliar la infraestructura de los depósitos temporales a fin de poder cubrir en futuras ocasiones las altas demandas de mercancías y la demora en el tiempo de retiro de los importadores.

Las demoras en la TPG por mercancías en proceso de desaduanización se debieron a la entrega incorrecta de documentación, inspección de la carga y recepción de documentos, estos son factores que directamente se gestionan por parte de la administración de dicha terminal; por lo cual, se plantea como solución el incrementar los horarios de aforo de mercancías, incrementar el personal para la recepción de documentos y enviar a los nuevos importadores un instructivo de los documentos que deben acompañar a sus trámites de importación; para que, no se produzca demoras por revisar duplicado un mismo trámite.

Por último, con respecto a las explicaciones que la TPG les brindó por los retrasos surgidos, estos se debieron a la falta de espacio, ralentización de la carga y descarga de las mercancías; así como, de la saturación de las vías de acceso; se ha considerado para esto que la TPG debe ampliar su espacio para carga contenerizada y de carga suelta con la finalidad de poder gestionar las altas demandas de carga; sin embargo, durante la pandemia esta terminal mantenía desde el 2019 obras para la ampliación de sus muelles, aspecto que pudo influir durante el tiempo de pandemia; pero que no cubre los parámetros referentes a las áreas de depósito que se deberían incrementar, otro aspecto que se debe efectuar es el incrementar personal en áreas de carga-descarga de contenedores y en el área de despacho, al igual que, adquirir maquinarias que le aseguren el aminorar los tiempos de desaduanización de las mercancías y así evitar que se saturen las vías de ingreso a la terminal.

Conclusiones

La terminología “terminal portuaria” se refiere a que es una infraestructura que se encuentra ubicada dentro de un puerto marítimo, que funciona como conexión para que se desarrolle el traslado de la mercadería que ingresa mediante importación o de salida mediante la exportación. En cambio, la congestión portuaria suele ser una amenaza para los puertos debido a que pone en peligro la logística marítima conllevando a que las empresas navieras tengan que incrementar sus costos operativos a fin de no perder credibilidad ante la transportación de las mercancías en el tiempo estimado. Los factores que originan la congestión portuaria son el tiempo de espera de los camiones, el sistema de transporte de las mercancías y demoras en la aplicación de medidas para disminuir el descongestionamiento de la terminal portuaria. Las principales razones del retraso son la disponibilidad de grúas y equipos, las actividades de carga y descarga de las mercancías, la configuración y el modo de operación de la terminal portuaria, los enlaces entre el transporte terrestre ante el despacho y recepción de los contenedores, la ubicación y el espacio de los depósitos de los contenedores.

Se concluye que las operaciones que se realizan de manera recurrente en la TPG son las cargas de contenedores que en el 2018 permitieron atracar a 344 buques mercantes llegando a manejar un volumen de carga anual de 6'704,220 toneladas y haciendo un total de esloras atendidas de 3'190,174 metros, el promedio de tiempo muelle (hora/buque) fue de 601.86% y el de tiempo operación (hora/buque) de 32.52%. En cambio, en la carga a granel el volumen de carga movilizada en toneladas fue de 149,356, el total de esloras atendidas fue de 197,032 metros, el promedio de carga movilizada (tonelada/buque) fue de 140.18 y el promedio de tiempo operación (hora/buque) fue de 106.55.

Dentro de los resultados obtenidos bajo la integración de las técnicas de recolección de datos, como la entrevista y la revisión documental, se evidenció que el tiempo de desaduanización de las mercancías importadas es cuatro días, pero que surgieron demoras en el tiempo de retiro de estas en los meses pico de la pandemia ocasionando que llegue a cuatro días; esto se debió al cierre parcial de los negocios provocando que las empresas no retiren sus mercancías conllevando al congestionamiento por la falta de espacios. Esto generó costos adicionales para los importadores que se encontraban en una situación precaria económicamente a causa de la pandemia. Las causas que produjeron la congestión en la TPG fueron la capacidad instalada, la falta de espacios, una mayor operatividad en el número de contenedores, la saturación de las vías de acceso por las filas de transportistas para ingresar a la TPG, problemas con la administración portuaria y de las embarcaciones.

Referencias

Aguilar, G. (2017). La gestión portuaria en el Ecuador, una realidad nacional. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Ecuador, noviembre 2017. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/gestion-portuaria-ecuador.html> Arreaga, J., & Hablich, A. (2019). Ingreso y salida de contenedores de los puertos de Guayaquil y su incidencia al control inteligente de su transportación. (Tesis de grado). Repositorio Digital de la Universidad de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45805/1/ArreagaSosa-HablichGamboa.pdf>.

Askar, R. (2017). *Derecho y obligaciones de los pasajeros en Materia Aduanera 2017*. México: Tax Editores.

Asociación Peruana de Agentes Marítimos. (2017). La función logística de los puertos. Obtenido de <https://www.apam-peru.com/web/la-funcion-logistica-de-los-puertos/>

Banco Mundial. (2018). Índice de desempeño logístico. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.OVRL.XQ?end=2018&start=2018&view=map>

Cabrrizo, D. (2015). *Cultura científica*. Madrid: Editorial Editex.

Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>

Cámara Marítima del Ecuador. (2019). Puertos secos, la alternativa a la congestión de los puertos marítimos. Obtenido de <http://www.camae.org/puertos-secos/puertos-secos-la-alternativa-a-la-congestion-de-los-puertos-maritimos/>

Cámara Marítima del Ecuador. (2020). Terminales Portuarios. Obtenido de <http://www.camae.org/puertos/terminales-portuarios/>

Cárdenas, G., Suárez, E., Romero, H., & Fajardo, E. (2019). Composición de importaciones y actividad económica: El caso de Colombia. *Revista Espacios*, 40(1), 24-38. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/a19v40n01p24.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). Puertos. Obtenido de http://perfil.cepal.org/es/portmovements_classic.html

Correa, M., & Meza, L. (2019). Análisis de alternativas de solución para el mejoramiento de procesos del transporte terrestre de contenedores en los accesos de los principales terminales portuarios de la ciudad de Guayaquil. (Tesis

de maestría). Repositorio Digital de la Universidad Espíritu Santo. Recuperado de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/3067/1/CORREA%20ACEB%20O%20MARIA%20ANGELICA.pdf>.

El Universo. (2020). TPG, segunda terminal portuaria que más carga mueve en Guayaquil, amplió su infraestructura. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/08/21/nota/7946710/puerto-tpg-guayaquil-amplia-infraestructura>

Escudero, M. (2019). Logística de almacenamiento. España: Ediciones Paraninfo, S.A.

Galeano, M. (2018). Estrategias de investigación social cualitativa: El giro en la mirada. Colombia: Fondo Editorial FCSH.

Grados, Á., & Sánchez, E. (2017). La entrevista en las organizaciones. México: Manual Moderno.

Grupo Piedra. (2020). La logística portuaria y su funcionalidad en los puertos. Obtenido de <http://www.grupopiedra.es/la-logistica-portuaria-funcionalidad-los-puertos/#:~:text=Una%20de%20las%20ventajas%20competitivas,-trasladada%20por%20medio%20del%20mismo.&text=De%20esta%20manera%2C%20el%20puerto%20produce%20actividad%20y%20negocio>.

Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., & Moreno, L. (2018). Metodología de la Investigación Científica. Alicante: 3Ciencias.

Jiménez, M., & Morejón, R. (2016). Análisis de factibilidad de especializar los operadores logísticos portuarios del Ecuador. (Tesis de grado). Repositorio Universidad de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10557/1/Proyecto%20de%20Inves%20tacion%20Jimenez-Morejon%202016.pdf>.

MasContainer. (2020). Ecuador: Puertos privados colapsan durante crisis sanitaria afectando las exportaciones. Obtenido de <https://www.mascontainer.com/ecuador-puertos-privados-colapsan-durante-crisis-sanitaria-afectando-las-exportaciones/>

Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2018). Estadísticas Portuarias y de transporte marítimo. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/Boletin-Estadistico-2018_MTOP.pdf

Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2019). Informe de rendición de cuentas subsecretaría de puertos y transporte marítimo y fluvial enero-diciembre 2019. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/10/SPTMF_MTOP_informe_RDC_2019.pdf

Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2020). Estadísticas Portuaria y de Transporte Marítimo 2019. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/09/Boletin-Estadistico-2019_MTOP.pdf

Miranda, L., & Deudor, B. (2018). Estudio del servicio en el manejo de carga contenerizada en el Muelle Norte gestionado por APM Terminals Callao S.A periodo 2012 al 2017. (Tesis de grado). Repositorio Digital de la Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/1726/3/Leah%20Miranda_Bryan%20Deudor_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2018.pdf.

Musolino, M. (2019). Economía para dummies. Madrid: Grupo Planeta.

Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. Journal of the Selva Andina Research Society, 8(2), 145-146.

Rodríguez, M., Pinto, A., Ginette, N., Márquez, J., Castillo, P., & De Vechhi, R. (2018). Participación privada en infraestructura: Su evolución en Colombia y el apoyo del Grupo BID. Colombia: Inter-American Development Bank.

Romero, D. (2016). Evaluación y organización de la seguridad en terminales portuarias. *Revista Transporte y Territorio*, 14, 27-38. Obtenido de <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/rtt/article/view/2427/2085>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2015). Listado de importadores pago garantizado. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/Listado%20de%20importadores%20pago%20garantizado.pdf>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2020). La aduana. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/introduccion/>

Terminal Portuario de Guayaquil. (2020). Terminal Portuario de Guayaquil. Obtenido de <http://www.tpg.com.ec/>

TPG. (2019). Tarifario de Servicios. Obtenido de <http://disv.tpg.com.ec/images/documentos/TARIFARIO-TPG201901012019.pdf>

TPG. (2019). Tarifas por servicios. Obtenido de <http://190.63.174.162/images/documentos/TARIFARIO-TPG201901012019.pdf>

Zamora, A., & Ayvar, F. (2016). La competitividad de aduanas de la región Asia Pacífico: una aproximación mediante el análisis de clústeres. *Análisis Económico*, XXXI(78), 61-75. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/413/41347447004.pdf>

e
s
empresa & sociedad
Negocios desde
la academia

Gestión en control interno de crédito y cobranzas para contrarrestar impactos en carteras vencidas. Caso-Trapesam

Management in internal control of credit and collection to counter impacts in past due portfolios. Case-Trapesam

Mirka Paola Sáenz¹⁷
Sonia Urbina¹⁸

Resumen

El control interno conforma una herramienta de gran interés para las organizaciones que quieren ser competitivas en el mercado, el objetivo principal fue determinar el cumplimiento de gestión en control interno en los departamentos de crédito y cobranzas para contrarrestar impactos en carteras vencidas caso-TRAPESAM. El diseño del estudio fue de tipo no experimental con modalidad de campo, con enfoque de tipo cuantitativo, los resultados evidenciaron que el cumplimiento de gestión en control interno en los departamentos de crédito y cobranzas posee muchas falencias dentro de sus actividades por la ausencia de políticas y manuales de procedimientos, la evaluación de riesgo no se aplica cabalmente, el control interno no se aplica de forma estandarizada. Los resultados del COSO III mostraron que la mayor necesidad de monitoreo y seguimiento de los procesos para contrarrestar impactos en cartera vencida, se proponen el diseño de un manual de políticas de crédito para calificar el riesgo crediticio, realizar hojas de seguimiento para monitorear el cumplimiento del control, capacitar y evaluar de forma continua el departamento de créditos y cobranzas.

Palabras claves:
cartera vencida, cobranzas,
control interno, crédito,
gestión.

¹⁷ Licenciada en Contaduría Pública y Auditoría por Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
¹⁸ Magister en Economía; Coordinadora de Economía y Finanzas de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Abstract

Internal control is a tool of great interest for organizations that want to be competitive in the market, the main objective was to determine compliance with internal control management in credit and collection departments to counteract impacts on overdue portfolios case-TRAPESAM.

The design of the study was of a non-experimental type with a field modality, with a quantitative approach, the results showed that compliance with internal control management in the credit and collection departments has many shortcomings within their activities due to the absence of policies and procedure manuals, risk assessment is not fully applied, internal control is not applied in a standardized manner.

The results of COSO III showed that the greater need for monitoring and follow-up of the processes to counteract impacts on non-performing loans, the design of a credit policy manual is proposed to qualify credit risk, make follow-up sheets to monitor compliance with the Control, train and continuously evaluate the credit and collections department.

Keywords: past-due portfolio, collections, internal control, credit, management

Introducción

Las empresas sin importar su tamaño, se encuentran controles de aplicabilidad en los diferentes departamentos a fin de que su liquidez y estados financieros no se vea afectados por algún o algunos de los procesos internos, de los cuales el departamento de crédito y cobranza tienen gran influencia sobre la misma, por lo tanto, para la verificación interna se requiere la revisión minuciosa de las actividades que se desarrollan en torno a la gestión de créditos y cobranzas, cuyos procesos no evaluados representan los riesgos asociados a sus actividades. Por su parte Vivanco, considera los controles internos, como una serie de actividades, las cuales están directamente integradas y orientadas a la protección de las cuentas contables dentro de la organización, mediante la aplicación de medidas que faculten la optimización de recursos o el aumento de la producción sin tener incrementos significativos en los gastos, los mismos que sirven que los balances financieros se mantengan en estados positivos y adicionalmente aseguran la fiabilidad de estos de manera que se garantice que no estos no han sido alterados.(Vivanco, 2017).

La empresa en estudio actualmente atraviesa una situación problemática en las cuentas por cobrar a clientes corrientes, provocado por el ineficiente control en los procesos de créditos, el incorrecto seguimiento de las cuentas pendientes a clientes se suma al problema, generando impacto finalmente en la liquidez de la empresa. Se requiere verificar que existan políticas de crédito actualizadas que permitan una evaluación racional de los riesgos sobre el cliente, con la finalidad que estos no representen una posible pérdida para la liquidez de la empresa.

Frente a las limitantes observadas, se requiere el análisis de la gestión del control interno del departamento de créditos y cobranzas de la empresa mediante la verificación del cumplimiento del COSO III para analizar si la empresa lleva a cabo componentes esenciales de un sistema de control interno en cuanto a Entorno de Control, Evaluación de Riesgos, Actividades de Control, Información y Comunicación y Supervisión, en búsqueda de mejorar los controles en búsqueda que estos sean eficientes y seguros en las operaciones.

De manera que se propone realizar un análisis del proceso en la evaluación y gestión de crédito y cobranzas de la organización, con el fin de identificar los incumplimientos que pueden poner en riesgo las cuentas por cobrar de la empresa, de modo que su control sea eficiente tanto en la gestión del crédito como la recuperación de los valores por cobrar. Se ha determinado la necesidad de verificación de cumplimiento de control la gestión de los créditos y cobranzas de la empresa TRAPESAM CIA LTDA, como una medida de solución sistemática la situación problemática que se percibe en la actualidad. Para efecto nace la formulación del problema, ¿es necesario determinar el cumplimiento de la gestión del control interno en los departamentos de crédito y cobranzas para contrarrestar impactos en carteras vencidas. Caso – TRAPESAM?

El objetivo general de la investigación busca: Determinar el cumplimiento de gestión en control interno en los depar-

tamentos de crédito y cobranzas para contrarrestar impactos en carteras vencidas. Caso-TRAPESAM. Los objetivos específicos se encaminan a cumplir con los siguientes:

1. Identificar los procesos de control interno en la gestión de crédito y cobranzas.
2. Analizar la situación actual de la gestión de crédito y cobranzas de la empresa mediante el método de control interno COSO III.
3. Proponer estrategias de procedimientos de control interno para mejorar la gestión de cobranzas y contrarrestar impactos en carteras vencidas de la empresa TRAPESAM.

Desarrollo / Marco teórico

El presente apartado tiene como finalidad estudiar los diferentes conceptos que forman parte del tema en investigación, por lo cual se abordarán las conceptualizaciones acerca de la gestión del control interno, créditos y cobranzas y cartera vencida, conceptos tomados de fuentes secundarias mediante revisión bibliográfica a fin de tener una mayor perspectiva del problema, mediante la revisión de sus conceptualizaciones, las cuales permitirán que el desarrollo del tema se realice de forma ordenada conforme al tema planteado.

Control interno

El control interno conforma una herramienta de gran interés para las organizaciones que quieren ser competitivas en el mercado, por lo tanto, su gestión dentro de la organización conforma un objetivo interno principal ya que de su correcto funcionamiento depende que los procesos se desarrollen de forma adecuada obteniendo el alcance de los objetivos organizacionales.

Por su parte el autor, Mendoza, García, Delgado & Barreiro (2018) indica que “conforma una herramienta para que la dirección de todo tipo de organización obtenga una seguridad razonable para el cumplimiento de sus objetivos institucionales y esté en capacidad de informar sobre su gestión” (p. 12).

En este sentido Cedeño y Morell (2018) consideran que “el control interno como un instrumento de gestión, dentro de las áreas administrativas con la finalidad que los procesos se ejecuten correctamente y sea posible alcanzar los objetivos planteados” (p. 58).

La implementación del control Interno, contribuye a que el equipo de trabajo alcance los objetivos propuestos, además que posible identificar síntomas y problemas, señalando las dificultades antes de que puedan sufrir los estragos de estos, como lo realizan un control tradicional correctivo, funcionando este como un control preventivo identifica síntomas antes que estos lleguen a convertirse en problemas.

Cuando nos referimos al control interno, en su gran mayoría este es considerado como un proceso el cual se encuentra incluido entre los diferentes procesos que mediante la correcta aplicación permite la optimización de todos los recursos dentro de una empresa, como elemento integral dentro la función administrativa, las mismas que causan importantes impactos beneficiosos para el giro del negocio, como se demuestra en el presente estudio basado en los resultados de la evaluación.

Según lo que establece las Normas Técnicas de Auditoría españolas,

Los controles internos, se tratan de una serie de actividades, las cuales están directamente integradas y orientadas a la protección de las cuentas contables dentro de la organización, mediante la aplicación de medidas que faculten la optimización de recursos o el aumento de la producción sin tener incrementos significativos en los gastos, los mismos que sirven de apoyo pues garantizan que los balances financieros se mantengan en estados positivos y adicionalmente aseguran la fiabilidad de estos de manera que se garantice que no estos no han sido alterados. (Vivanco, 2017).

La gestión integrada del control interno no es más que el proceso de planificación, organización, procedimientos, control y mejora del sistema de control interno que integra a las herramientas de control de gestión en el sistema organizacional. Estas herramientas se integran al control interno sin entrar en contradicciones y convergen en un solo sistema, obteniéndose como salida la implantación, integración, madurez y efectividad de este proceso.

Con relación a los componentes del proceso de control interno, este se trata de un conjunto de tarea a manera de herramientas, las cuales son de gran utilidad dentro de los procesos de las organizaciones ya que tiene una función importante como una estrategia de auditoría, no obstante, su uso es sistemático y se encuentra conformado por una serie de elementos, donde su total cumplimiento representa, el seguimiento cada una de las diferentes dimensiones. Dado este se puede a continuación citar cada uno de los elementos que se encuentran conformando el sistema control interno según Viloría (2016), para luego proceder a la descripción de cada uno de ellos: “Ambiente de control, evaluación de riesgos, actividades de control, información y comunicación, monitoreo y seguimiento” (p. 56).

Con la debida mención de los componentes que forman parte del sistema de control interno, es imprescindible que se definan conceptualmente a cada uno de estos, con el único objetivo de poder conocer con una ‘perspectiva más amplia de lo que en realidad significan cada uno de ellos, sabiendo que esto solo es posible a través de las revisiones bibliográficas, de libros y revistas internacionales así como de obras textuales que estén relacionadas al entorno lingüístico y procedimental del área contable específicamente al control interno.

Refiriéndonos al componente de ambiente de control, Paiva (2018). Este considera que “pertenece al entorno total, en donde se encuentran relacionadas las políticas y los valores éticos, las mismas que tienen influencia de forma directa sobre el nivel de desempeño del talento humano, así también tienen un impacto bastante significativo si hablamos del cumplimiento de control interno dentro de la organización” (p. 41).

A su vez la evaluación de los riesgos es dada por Pirela (2019) como “el proceso de análisis de todas las calificaciones obtenidas con relación a eventos o factores que se encuentren afectando de forma directa a las cuentas contables, de manera que, a través de las mediciones, se complete la posibilidad de minimizar el riesgo y así también considerar cuales son las estrategias más adecuadas para poder evitar que estas se presenten” (p. 18).

El componente siguiente a revisar está dado por las actividades netamente de control, las mismas que Plasencia (2016) llega a considerar que se trata de “toda acción, proceso y tarea que es otorgada a cada uno de los funcionarios del talento humano y a su vez de los elemento que formare el personal directivo, los mismos que se pueden cumplir a través de la planificación secuencial de cada actividad orientada al alcance de los objetivos” (p. 26)..

Relacionada a la dimensión manifestada por información y la comunicación, (Paiva, 2018) hace mención a “la necesidad de mantener información verificada y actualizada sobre el estado d ellos procesos, información de clientes, garantías datos de créditos que puedan verificarse de manera segura 6y confiable en búsqueda del cumplimiento de objetivos organizacionales” (p. 52).

El último y no menos importante componente es el seguimiento y monitoreo, el mismo que según Pirela (2019) hace referencia a “en este se verifican las actividades del proceso de control se lleven a cabo, además permite identificar las fortalezas, limitaciones del proceso, así como actividades que generan cuellos de botella que generan contratiempos lo cuales incrementen el riesgo de incumplimiento de objetivos que la confiabilidad de información de cuentas, procesos y recursos es de alta calidad” (p. 18).

Con lo antes mencionado sobre los cinco componentes que conforman el control interno se puede indicar que, como de la misma forma el ambiente de control está incluido en todos los elementos que son subjetivos del giro de la organización, el proceso de evaluación de riesgos nos permitirá detectar la cercanía de riesgo que puedan impactar de forma negativa a la organización así como su estado financiero, que las actividades de control se encuentran enlazadas a los procesos contables, también la comunicación y la información, la confidencialidad de los datos, el proceso de acompañamiento y monitoreo garantiza que todos los procesos se ejecutan de manera correcta, efectiva y veraz alcanzando de esta manera el control interno.

Gestión de crédito

Para poder entender a lo que se refiere la gestión de crédito es necesario que inicialmente podamos tener claro y ver al crédito como una transacción a la cual mediante un contrato se deja establecida la cancelación de valores monetarios en un tiempo establecido, para lo cual se necesita realizar la revisión bibliográfica de manera que podamos conceptualizar según los criterios que nos indique autores propios de la temática, los cuales son mencionados a continuación.

Al tiempo que el criterio de Topa (2016) indica que el crédito trata de “una operación financiera en la cual es posible el uso de cierta cantidad de dinero indicando que será devuelto durante un tiempo fijado, que también puede ser cancelado en partes o de un solo pago el total adeudado, con la debida deducción aplicada en el pago de intereses pactados”. (p. 56). En síntesis, se puede decir que la gestión crédito corresponde a una forma de transacción en la cual ambas partes pueden ser beneficiadas, esto a cauda de que una parte puede disponer del rubro requerido, mientras que la otra parte se beneficia de las rentas por conceptos de interés sobre el valor otorgado; dejando claro que para esto se requiere la fijación de las condiciones y los requisitos que permitirán que esto se haga efectivo de manera transparente para ambas partes.

Cuando nos referimos a la gestión de crédito nos fijamos en un conjunto de técnicas, la misma que es una tarea muy importante, de manera especial para las empresas donde las facilidades de pago a sus clientes son una opción viable, en donde otros factores también son relevantes, así como la calidad o el precio final, entre otros los cuales conforman procedimientos que puedan permitir la pronta recuperación de valores.

En referencia con la gestión de crédito, Rodríguez (2015), indica que “estrategias inmersas que se aplican con la finalidad de recuperar valores vencidos, tales como descuentos por pronto pago etc. Actividades que son realizadas en beneficio de los clientes y la empresa para alcanzar la completa cobertura de su cuenta por pagar, así como su reposición” (p. 56).

En el mismo enfoque tenemos que Brachfield (2015) menciona que:

La gestión de crédito se refiere a un proceso sistemático, que faculta el otorgamiento de facilidades de pago para los clientes y así también a empresas comerciales, se encuentra compuesto por diferentes elementos relacionadas directamente con la actividad empresarial, desde el momento en que el cliente solicita el crédito hasta que la empresa procede al cobro de este (p. 56).

Referente al proceso mediante el cual se hace el otorgamiento del crédito, este corresponde a un previo análisis del estado crediticio de los clientes, es en ese punto donde se considera como principal la validación de la fluidez del pago de los mismos, cual es la demanda de mercadería, su nivel de endeudamiento, así también de contar con los elementos que son responsables para que ejecuten las diligencias de previa y post créditos y cobranza.

En cuanto al otorgamiento de un crédito, Endara (2016), establece que:

Cada empresa debe disponer de la implementación de una serie de pasos y procesos claros a seguir, en donde se manifiesten los principales requisitos para el análisis del cliente, pues esta fase es considerada como la herramienta que permite la generación de liquidez comercial, así también se debe proyectar al menos 80% de probabilidades de cobro o recuperación de los valores otorgados. (p. 56)

Es por este motivo se puede decir que el otorgamiento del crédito usado como una de las estrategias más básicas que son aplicadas a una empresa con el objetivo de reducir las posibilidades de riesgos en cuanto a la cobranza de las mercaderías vendidas o recuperación de valores; esto permitirá que se generen ganancias y a la vez se vincula

la necesidad del cliente con el objetivo comercial de la empresa. Podemos deducir que el otorgamiento de crédito puede suponer un riesgo, pero que también mediante el análisis correcto y oportuno, las estrategias del departamento de cobranzas, estas se pueden reducir, obteniendo mejores resultados en cuanto a la actividad comercial así también las relaciones que son externas con el mercado actual y objetivo presente.

Se debe considerar el control de crédito debe realizarse de manera continua de las cuentas por cobrar, las mismas que son generadas por los créditos otorgados, ejecutándose como una herramienta que permite aumentar la eficiencia de negocios, mejorar la cobranza, reducen los tiempos y gestiones de otorgamiento de créditos y su recuperación. (Bermudez, 2018).

Los controles y manejos tienen como propósito el de poder contar con clientes que tienen capacidades de pago que reducen los riesgos de aumentar las cuentas por cobrar o aumenten la pérdida de liquidez durante el tiempo del periodo contable. Por lo tanto, con la aplicación correcta de esta herramienta contable se establece la posibilidad de evaluar al cliente al momento de solicitar un crédito comercial, así también que se realice el análisis del riesgo crediticio y también el control de los pagos, para que estos se realicen de manera oportuna y efectiva.

Gestión de cobranzas

Cuando se refiere a la gestión de cobranzas podemos tratar sobre las dos concepciones respecto al concepto de gestión y al concepto de las cobranzas, las mismas que guardan relación la investigación actual, las cuales nos brindarán las principales indicaciones sobre cómo funciona la administración del proyecto en esta área de la organización, cuáles son los criterios que serán expuestos, a continuación, se indican algunos de ellos de manera coherente.

Con respecto al tema Izar & Ynzunza (2017), el proceso de gestión se puede considerar como “el sinónimo de poder administrar, por ejemplo, el directivo del departamento es el responsable de planear y ejecutar las actividades las mismas que van en función a la secuencia de los objetivos, para luego proceder a evaluar los resultados obtenidos, y este forma parte de su dirección en la organización”.

El significado de gestión lo entendemos como el procesar los recursos y actividades, con el objetivo de poder garantizar el cumplimiento de las directrices que sean planteadas, verificables a través de los indicadores de la evaluación de los planes organizacionales para garantizar que el cliente está en la posibilidad de cancelar las cuentas que se indiquen como impagas, antes de que estén vencidas. Razón por la cual el proceso de gestión de cobranza es el conjunto de todas las actividades cuyo objetivo están enfocados en la obtención de los valores que se encuentran pendientes de pago, esto significa, cuando la organización entrega la venta a con un compromiso de crédito, el mismo que está generando tareas de cobranza durante los tiempos pactados a futuro, esto a causa de que la empresa debe asignar un responsable, quien debe realizar.

Políticas de cobranza

Para el proceso de cobros de las cuentas incobrables. No obstante, una correcta aplicación de gestión de cobranza está alineada con una buena política de gestión efectiva de crédito, lo cual logrará minimizar los gastos de gestión de cobro a causa de cuentas de dudosas posibilidades de recuperación. Las políticas de gestión de cobranza se consideran como los procedimientos que son aplicados considerado cada tipo de cuanta como las mostradas a continuación:

Políticas liberales: Como competencia, por lo cual se permite el otorgamiento de créditos para tener mejores niveles de competitividad.

Políticas restrictivas: Permiten reducir al mínimo las pérdidas.

Política racional: Esta permitirá que un flujo normal de crédito y de cobranza, tiene como objetivo princi-

pal potencializar el rendimiento de la empresa. (Guevara, 2017).

Los procedimientos acerca de las políticas de créditos deben incluirse como mecanismos de acción para favorecer las ventas sin embargo no se deben dejar de lado las garantías necesarias que permitan el cobro de valores

Marco metodológico

El diseño del estudio es tipo no experimental con modalidad de campo, con la aplicación instrumentos de recolección de datos, mientras que, el enfoque del estudio de tipo cuantitativo mediante la toma de datos para su presentación en valores numéricos y porcentuales. El alcance de la investigación es de tipo proyectivo debido a que su función es especificar las propiedades, características y funciones más relevantes del objeto de estudio, por medio del método empírico e inductivo para conocer las características comunes, para su posterior análisis.

La empresa mantiene en sus nomina 62 trabajadores, de los cuales se tomarán los colaboradores de áreas afines al crédito y cobranzas, como es el caso del área financiera, contabilidad, facturación, logística y cobranzas, que totalizan 20 colaboradores en dichas áreas, ya que se excluye el personal de operadores, supervisión, mecánica y mantenimiento, además de la jefatura de gerencia General, quienes no fueron considerados como parte de la muestra seleccionada. La encuesta según Hernández, & Fernández, (2016) “es una herramienta cuantitativa que facilita la recopilación de datos concretos por parte de una muestra significativa perteneciente a una población”.

Además, se tomó como de recolección de datos, se utilizó la Observación Directa, el instrumento utilizado fue la Lista de Chequeo “con fines de registrar la evolución del fenómeno observado en referencia” (p. 56), para recopilación de datos concretos mediante la visualización directa con uso del instrumento de Check List, en cada departamento mediante el encargado, en 6 departamentos relacionados.

Resultados

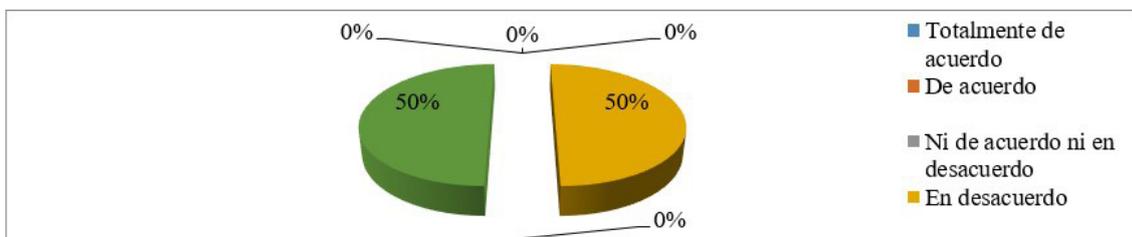


Figura 1. Conocimiento de las políticas de crédito

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los trabajadores respecto a la situación actual de los procedimientos de créditos y cobranzas fueron los siguientes.

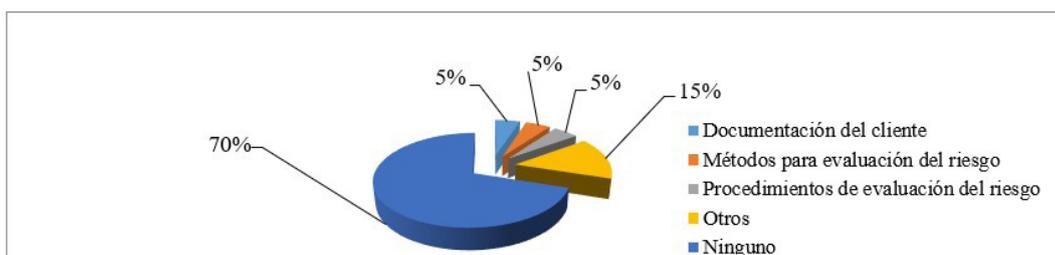


Figura 2. Tipos de control sobre procesos de crédito

En relación con la comprensión de las políticas de créditos se puede decir que, el 50% de los empleados no tienen conocimiento, además es necesario se realicen actividades que nos ayuden a implementar un procedimiento para el

cobro de sus cuentas una vez que estas se encuentran vencidas, de manera que se asegure la liquidez lo cual a su vez permitirá garantizar la continuidad de las actividades de la empresa.

Referente a lo tipo de control para manejar los procesos de crédito se puede concluir que el 70% de los encuestados indican no aplicar ningún tipo de control, el 5% administra y gestiona documentación de los usuarios, el 5% prefiere tener forma de evaluación del riesgos, el 5% usa tareas de validación de riesgo, así también el 15% utiliza diferentes tipos controles.

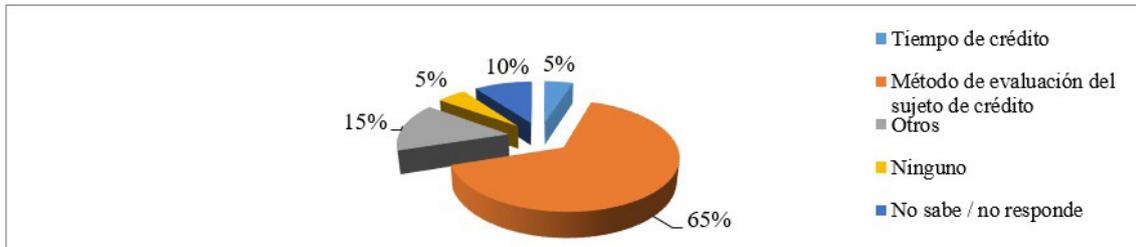


Figura 3. Controles de proceso de crédito con el cliente

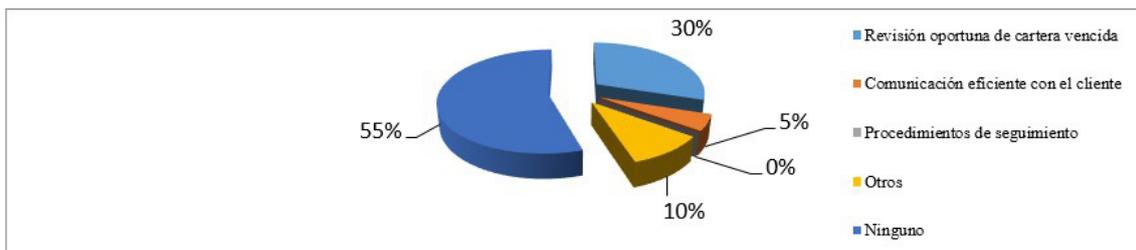


Figura 4. Tipos de controles en el proceso de cobranza

Con relación a los valores obtenidos de la evaluación, el 65% optara por otros métodos de revisión, el 15% usara otras formas de evaluar, el 5% realizaría cambios de tiempo para pago de créditos, el 10% no tiene conocimiento y/o decide no opinar al respecto y el 6% considera que está conforme con lo actual por lo tanto no realizaría ninguna modificación en los procesos. El personal encuestado tiene en consideración aplicar métodos para evaluar al sujeto antes de la entrega de un préstamo, tanto que sea posible medir el nivel de endeudamiento y la capacidad de pago que tendrá el cliente; de esta manera se evitaría el gasto en acciones para la recuperación de los valores acreditados a través de gestiones de cobro.

En lo referente a los tipos de controles que deberían ser aplicados al cliente, podemos obtener resultados en porcentajes del 55% el cual indica que no se realizó ningún tipo de control, mientras el 30% ha mencionado que una opción sería la realización de una revisión oportuna de cartera vencida. En la actualidad la empresa realiza solamente la valoración de las carteras en estado vencida como una alternativa vía para facilitar el cobro de las cuentas pendientes de pago, lo cual se considera como insuficiente para asegurar la recuperación de los valores adeudados y es la causante de la problemática actual en conjunto a las limitaciones en el efectivo de la empresa.

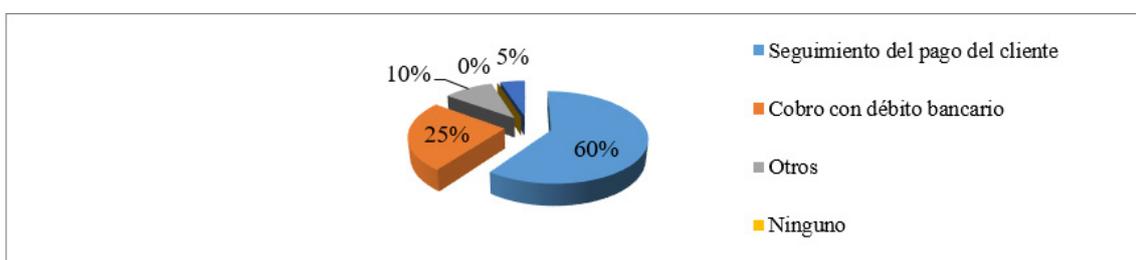


Figura 5. Modificación en el proceso de cobranza para el cliente

Con respecto a los procesos que deben ser modificados en la gestión de cobranzas, se ha obtenido que el 60% de los trabajadores coinciden en que se debería mantener un control, el 25% indica que débitos bancarios son las mejores opciones de cobro, el 5% corresponde a personal que decidió no responder al respecto, y el 10% se mantienen en que las mejoras deben realizarse en otros aspectos. Según criterio del personal, los aspectos que requieren revisión están relacionados con el proceso de cobranza de los clientes, el seguimiento de los pagos de los clientes, tomando acciones de recuperación de cartera a través de la implementación de políticas de recuperación de cuentas de clientes.

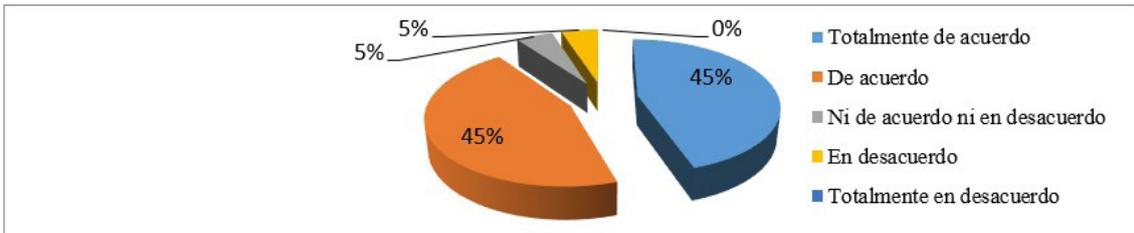


Figura 6. Diseño de políticas de control interno

Con relación al diseño de políticas de control interno, los resultados evidenciaron que el 90% se encuentra de acuerdo o totalmente de acuerdo, el 5% no está en desacuerdo en diseñar de políticas internas. Los resultados expuestos ponen en evidencia que la mayoría de acuerdo con el diseño de política de control interno para que sus procedimientos se encuentre supervisados, lo cual permita el logro de los objetivos de cada departamento.

Resultado de Check List aplicado al departamento de crédito y cobranzas



Figura 7. Resultados de ambiente de control

Una vez que se han realizado las valoraciones e interpretación de datos obtenidos se presenta los resultados de la lista de chequeo de acuerdo con el modelo COSO III a continuación.

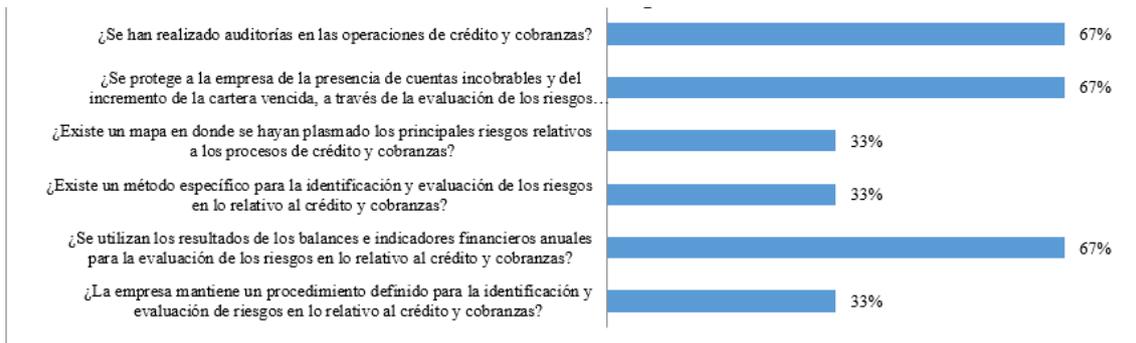


Figura 8. Resultado de evaluación de riesgos

Para el primer caso se ha obtenido el porcentaje de 67%, lo que expone un posible riesgo moderado, de acuerdo a la escala de calificación, lo que puede atribuirse en primera instancia a la falta de un presupuesto para ventas a crédito y para para gestión de cobranzas dentro de la empresa, es esencial que se deban mejorar este índice para controlar de manera efectiva la entidad y alcanzar de manera eficiente el cumplimiento exitoso de los objetivos propuestos.

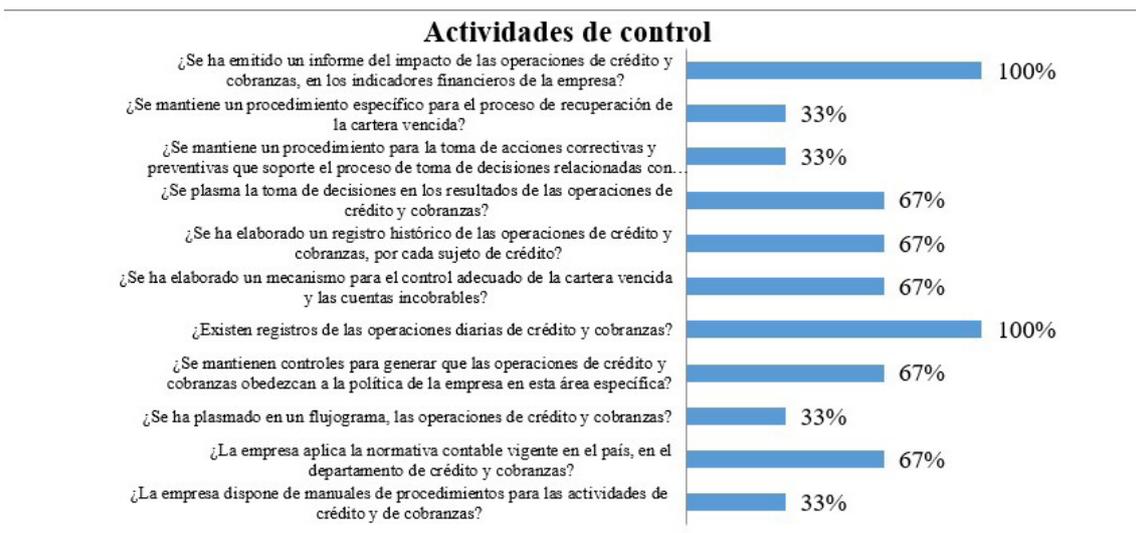


Figura 9. Resultado de actividades de control

El análisis de conflictos obtuvo un puntaje promedio de 50%, reflejando un nivel de riesgo moderado, por lo que es necesario identificar y analizar los riesgos de manera adecuada para lograr los objetivos de la organización, a través del procedimiento de identificación y evaluación de los riesgos ante situaciones de riesgo en sus procesos.

El tercer análisis trata de las actividades de control, determinando un puntaje promedio de 61%, reflejando en un diagrama el riesgo moderado que genera la ausencia de orientación procesal para las actividades de control de los departamentos analizados, que pueden ser mejorados mediante la implementación de políticas y procesos acorde a las actividades productivas de la empresa.

A través de los controles se han identificado las normas que utiliza TRAPESAM SA, para garantizar que se cumpla el respeto a las metas y objetivos de la organización. Mejorar la liquidez a través del seguimiento adecuado de las cuentas pendientes a los clientes por parte de los cajeros.

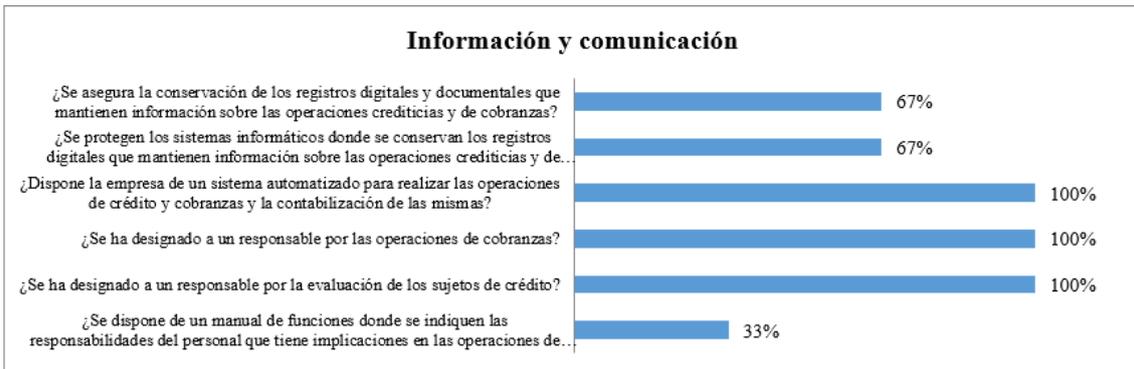


Figura 10. Resultado de información y comunicación

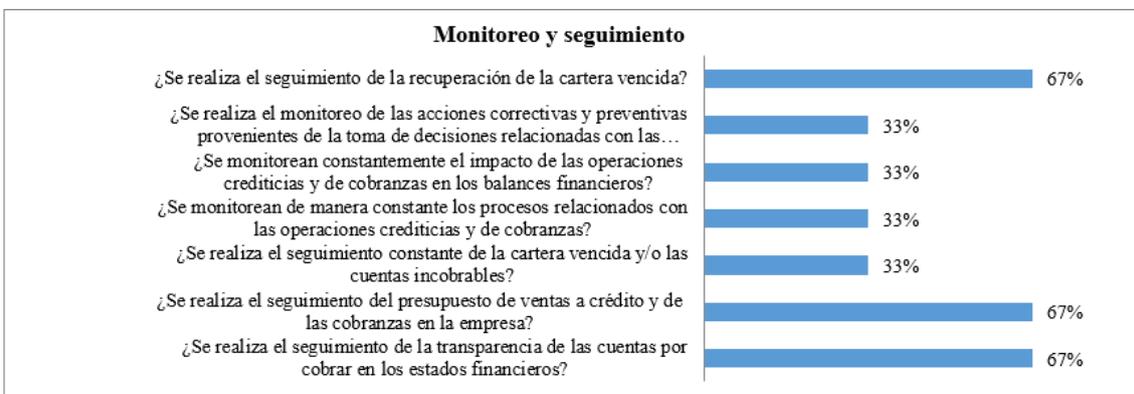


Figura 11. Resultado de monitoreo y seguimiento

El elemento menciona información y comunicación con un puntaje de 78% reflejando bajo riesgo, básicamente no existe un manual que oriente las funciones indicando las obligaciones del personal relacionado con las actividades de crédito y cobranza, se debe analizar la situación elevando el nivel de efectividad de datos de las cuentas por cobrar.

Ya en el componente de monitoreo y seguimiento de la actividad se logra un puntaje de 48%, reflejando un nivel de riesgo moderado, en este indicador se evalúan diversas actividades por factores humanos identificados por el personal del área de contabilidad de desempeño, a través del desarrollo, selección y evaluación continua de acciones de corrección a través de la comunicación efectiva e implementación del manual de la gestión de cobranza TRAPESAN SA.

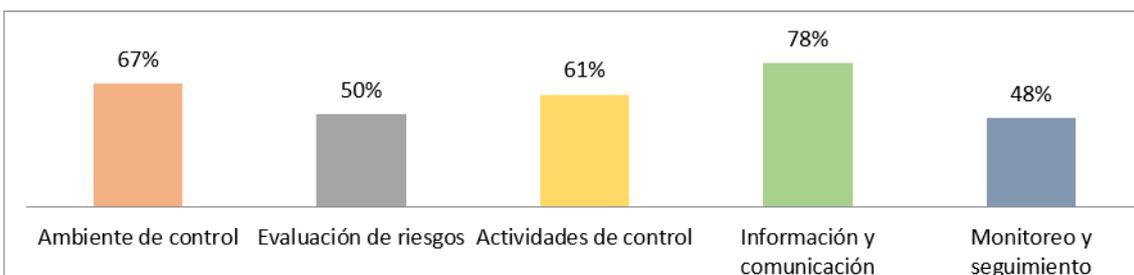


Figura 12. Dimensiones del control interno

En cuanto a la aplicación del control interno, los aspectos tienen diferentes resultados en cuanto al ambiente de control hemos alcanzado un 67% de su cumplimiento, 50% se mantiene en cumplimiento de evaluación de riesgos,

61% aplica la implementación de actividades de control, 78% mantenimiento de la información actual y comunicación sin cambios; finalmente 48% se adhieren a la adecuada forma de control, dichos resultados indican que el elemento con menor calificación corresponde al de seguimiento y el monitoreo, el cual es causado por la falta de procesos estandarizados para este tipo de gestión, los cuales deben ser incluidos para una correcta recuperación de valores. El siguiente índice de falencia moderada es el análisis de riesgos, el mismo que es necesario plantear estrategias en la gestión de cobranza de TRAPESAN SA, por lo cual se considera como una solución a la problemática de cobranza actual dentro de la empresa, de forma que se puedan consolidar los ratios de liquidez en beneficio de la empresa.

Con relación a identificar los procesos de control interno en la gestión de crédito y cobranzas, los resultados evidenciaron que el 50% de los empleados no tienen conocimiento la política de crédito, además el que el 70% de los empleados indiquen que no se aplicó controles, como parte de la mejoría se indicó que el 65% en otros métodos de revisión del sujeto de crédito, el 30% considera necesaria la revisión oportuna de cartera vencida, referente a los procesos que deben ser modificados en la gestión de cobranzas el 60% coinciden que se debería mantener un control sobre los pagos de los clientes actualizados, donde se estableció que la mejor estrategia es los débitos a cuenta.

Con respecto al análisis de la actual situación de la gestión de crédito y cobranzas de la organización mediante el método de control interno COSO III, con respecto al ambiente de control se obtuvo el 66.67%, mientras que la evaluación de riesgo el 50.42% de calificación, de las actividades 60.88% aplica actividades de control, 77.67% mantenimiento de información actualizada y comunicación y el 47.66% cumple el monitoreo y seguimiento, los resultados demostraron que es el control y supervisión de carteras vigentes son la principal falencia, así como las limitaciones en las actividades de crédito y cobranza.

Finalmente se analizó el estado actual de la situación de cartera vencida en los últimos años, donde se evidenció en los Estados Financieros de la empresa declarados a la Superintendencia de Compañías encontrándose que: en el periodo correspondiente al año 2018; la compañía NO reportó cuentas por cobrar declaradas, por lo tanto, su cartera vencida en dicho no está reportada como tal, se encontró un utilidad bruta de \$ 6.681.57, misma que una vez descontada la participación a trabajadores nos da una utilidad gravable para impuestos por un valor de: \$ 5.379.34, las ventas reportadas corresponden a un valor de \$52.150,00; y los costos y gastos reportados alcanzaron los \$ 33.617.76. Mientras que en el periodo correspondiente al año 2019; la compañía REPORTÓ cuentas por cobrar por valor de \$ 37.000.00; por lo cual podemos determinar la cartera Vencida en dicho periodo fue alta; a pesar de ello reportó utilidad gravable para impuestos por un valor de: \$ 43.939.69. Podemos deducir que existieron problemas en la recuperación de cartera, en razón que incluso se pagó tardíamente el impuesto a la renta causado, porque al parecer la cartera no fue recuperada sino durante el primer trimestre del siguiente periodo (2020); esto nos dio la pauta para conocer que NO existe un buen manejo en la gestión de créditos y cobranzas, debido a que presentó problemas en el proceso de pago.

Las ventas alcanzaron un valor de \$ 206.298.9, y los costos y gastos reportados alcanzaron la suma de \$ 154.605.16. Es posible establecer que las cuentas por cobrar corresponden al 71.58% de la utilidad bruta del periodo, que es un índice demasiado alto, y nos determina además que: No existió un buen control de las cuentas por cobrar (vencimiento de cartera). Para el periodo 2020 correspondiente al año 2020; la compañía NO reportó cuentas por cobrar, por lo tanto, No existió Cartera Vencida reportada en dicho periodo; además reportó una pérdida que asciende a \$ 16.630.18, y por lo tanto no realizó participación a trabajadores, peor aún pago de impuesto a la Renta. Las ventas alcanzaron un valor de \$ 37.204.38 y los costos y gastos reportados alcanzaron la suma de \$ 53.834.56. Esta pérdida es atribuible a varios problemas derivados de la pandemia de covid-19, que afectó desde el año 2019 a la economía de muchas empresas (que se reflejó en el 2020 el punto máximo del impacto). Se espera según el informe del gerente, que, en el año 2021, la situación cambie, dado que estaban realizando gestiones para generar alianzas e integrar a clientes estratégicos donde las contrataciones de los servicios de la empresa sean mayores y su situación mejore. Hasta la fecha los estados financieros del año 2021 no han sido declarados, sin embargo, es posible que los procesos se encuentren al periodo anterior a la pandemia, por el cual el desarrollo del estudio puede influir de forma directa y positiva al procesamiento de sus datos, gestión de crédito y cobranzas con su respectivo control interno disminuyendo su impacto en las carteras vencidas de la empresa.

Con la finalidad de contribuir a que sus procedimientos se desarrollen de la forma más idónea posible para que no se vean afectados su estados financieros y liquidez de la empresa se procede a proponer las estrategias de procedimientos de control interno para mejorar la gestión de cobranzas y contrarrestar impactos en carteras vencidas de la empresa TRAPESAM, se proponen el diseño de un manual de políticas de crédito para calificar el riesgo crediticio, así también implementar un manual de procedimiento en el proceso de cobranzas a fin que se desarrolle dicho proceso de forma eficaz, la implementación de tecnología con un sistema automatizado para llamadas, realizando el seguimiento y monitoreo el comprador, notificando periódico, ofreciendo beneficios como la extensión de plazos cuya revisión debe ser periódica cada quince días, luego de seis meses de forma mensual, crear y revisar el cumplimiento de flujogramas acorde a las necesidades, realizar hojas de seguimiento para monitorear el cumplimiento del control, capacitar y evaluar de forma continua el departamento de créditos y cobranzas para fortalecer sus aptitudes entre las principales estrategias.

En conclusión, se determinó que el cumplimiento de gestión en control interno en los departamentos de crédito y cobranzas, posee muchas falencias dentro de sus actividades por la ausencia de políticas y manuales de procedimientos, las evaluaciones de riesgo no se aplican cabalmente, el control interno no se aplica de forma estandarizada, los resultados del COSO III mostraron la necesidad de monitoreo y seguimiento de los procesos para contrarrestar impactos en carteras vencidas. Caso-TRAPESAM, se establecieron diferentes estrategias para mejorar dicha situación.

Conclusiones

Acorde a los resultados observados en la encuesta al personal administrativo de la empresa que se evidencia las limitaciones en mecanismos de la evaluación del riesgo crediticio, en las que solo se revisan la información del cliente, donde no existen controles de cobranzas los cuales pueden conllevar a no realizar el cobro total de los servicios que brinda la empresa donde quedan excedentes de valores no cobrados por una falta de procedimientos adecuados, y que no se podrá verificar al finalizar el periodo contable.

Se evaluó la gestión de crédito y cobranzas mediante el método COSO III de control interno, donde el seguimiento y monitoreo fueron calificadas en cumplimiento en el 48% de cumplimiento, siendo esta la de menor calificación, mientras que la evaluación de riesgos fue calificada con el 50%, componentes los puntajes más bajos indicador de falencias en los procedimientos que los componen, generando como consecuencia el incremento de la cartera vencida.

En relación a la estrategias de procedimientos de control interno, consistió en evaluar la cartera vencida del empresa en los últimos años, donde se evidencia que en el 2019 se presentó una cartera vencida que supera el 70% de sus utilidades netas de ese, sin embargo en los periodos posteriores no se observaron valores en sus cuentas por cobrar como resultado de la disminución de las actividades de la empresa en cuanto a la venta de sus servicios posterior a la pandemia, sin embargo, los procedimientos que se llevan a cabo en la actualidad, demuestra las falencia en cuanto al seguimiento, monitoreo y evaluación de riesgo crediticio, limitaciones en sus procesos que pueden afectar directamente al aumento de la cartera vencida en la normalización de actividades como se ha estado reactivando durante el año anterior y el presente, por lo tanto, se sugiere la implementación de un control interno que pueda mejorar los procesos de crédito y cobranzas de manera efectiva.

Referencias bibliográficas

- Bermudez. (2018). Universidad Santo Tomas. Obtenido de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/margaritapena_ingenieriaorganizacional/modelo_de_kurt_lewin.html
- Brachfield, P. (2015). Gestión del crédito y cobro. Barcelona: Bresca Profit Editorial.
- Cedeño, R., & Morell, L. (2018). La gestión de riesgos en Ecuador: una aproximación evolutiva desde el control interno. *Cofin Habana*, 12 (2): 306-318. <https://bit.ly/37fit5Q>.
- Guevara, J. (2017). Diseño de un sistema de control interno para los procesos de recaudación y recuperación de cartera. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11410/1/UPS-GT001594.pdf>
- Izar, J., & Ynzunza, C. (2017). El impacto del crédito y la cobranza en las utilidades. *Poliantea*, 13(24), 15.
- Mendoza, W., García, T., Delgado, M., & Barreiro, M. (2018). El control interno y su influencia en la gestión administrativa del sector público. *Dominio de las Ciencias*, ISSN-e 2477- 8818, Vol. 4, N^o. 4, págs. 206-240.
- Paiva, F. (2018). Control interno y su incidencia en la rentabilidad de empresa cobros del norte S.A. *Revista Científica de FAREM-Estelí. Medio ambiente, tecnología y desarrollo humano*. N^o 7 | Año 2 |, 34 - 42.
- Pirela, A. (2019). Estudio de un caso de control interno. *TELOS*, 483 495.
- Plasencia, C. (2016). El Sistema de Control Interno: garantía del logro de los objetivos. *MEDISAN v.14 n.5 Santiago de Cuba* 10/jun-19/jul., 25 - 41.
- Rodríguez, O. (2015). El crédito comercial: marco conceptual y revisión de la literatura. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(3), 15.
- Topa, L. (2016). La gestión crediticia: la evaluación y cuantificación del riesgo en la administración. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas.
- Vega, L., & Marrero, F. (2021). Evolución del control interno hacia una gestión integrada al control de gestión. *Estudios de la Gestión*, No. 10 (julio-diciembre de 2021). <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/2861/2608>.
- Viloria, N. (2016). Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización.

e
S
empresa & sociedad
Negocios desde
la academia

Análisis de la competitividad de principales puertos de América del Sur durante pandemia Covid-19

Analysis of the competitiveness of main ports in South America during the Covid-19 pandemic

Marcelo Santiago Carvache Vallejo¹⁹
María Claudia Rivas²⁰

Recibido: 15/12/2022; Aceptado: 11/04/2023

Resumen

En este análisis, el principal objetivo es conocer cuál ha sido el impacto de la pandemia COVID-19 en los principales puertos de América del Sur; haciendo una comparación entre el periodo 2019 y el 2020, pudiendo obtener datos por medio de fuentes secundarias a través de páginas web oficiales, revistas científicas, portales de Autoridades Portuarias y Ministerios competentes. Se utilizó el método analítico-comparativo, con enfoque mixto y con diseño experimental longitudinal, los cuales sirvieron para llegar a la conclusión presentada al final de este trabajo. Los resultados obtenidos arrojaron que en tres de los siete puertos estudiados se registraron aumentos porcentuales en la comparativa con el periodo anterior en otros tres registraron una variación negativa de entre el 2 y el 8% y uno de los puertos se mantuvo relativamente igual a sus números del año 2019.

Palabras Clave:
Puertos de América,
COVID-19,
Competitividad,
TEU'S

¹⁹ Licenciado en Comercio Exterior. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

²⁰ Magíster en Comercio Exterior. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

Abstract

In this analysis, the main objective is to know what the impact of the COVID-19 pandemic has been in the main ports of South America, making a comparison between the period 2019 and 2020, being able to obtain data through secondary sources through pages official websites, scientific journals, portals of Port Authorities and competent Ministries. The analytical-comparative method was used, with a mixed approach and longitudinal experimental design, which served to reach the conclusion presented at the end of this work.

The results obtained showed that in three of the seven ports studied, percentage increases were registered in comparison with the previous period, in another three they registered a negative variation of between 2 and 8% and one of the ports remained relatively equal to its numbers. of the year 2019.

Keywords: American ports, COVID-19, Competitiveness, TEU'S

Introducción

Hace un poco más de 100 años empezó la pandemia de influenza más grande del mundo, la causada por el virus H1N1 de origen aviar, esta se propagó por el planeta entre 1918-1919 dejando alrededor de 500 millones de personas infectadas con este virus y con un saldo de 50 millones de fallecidos alrededor del mundo. Según los expertos, en cada siglo la humanidad debe enfrentarse a algún tipo de pandemia; y a finales del 2019 en el mes de noviembre en la ciudad oriental de Wuhan – China: se empezaba a desarrollar el brote de una rara enfermedad respiratoria de origen desconocido, la cual no permitía ser contrarrestada con ningún tratamiento apto para este tipo de enfermedades a nivel global. Su alto grado de contagio ayudó a que su propagación sea veloz, dando pie a que la Organización Mundial de Salud declarara a esta enfermedad como una pandemia con fecha 11 de marzo del 2020.

Esta enfermedad fue conocida como nuevo coronavirus (2019-nCoV) posteriormente clasificado como SARS-CoV2 causante de la enfermedad COVID-19. Como era de esperarse en este mundo globalizado y debido a las restricciones de movilidad, el confinamiento total de millones de personas alrededor del mundo, la disminución de viajes y el cierre de fronteras llevó al cese en la economía a nivel mundial, muchos países entraron en crisis y un número indeterminado de empresas cerraron sus puertas.

En la presente investigación se busca analizar cuál ha sido el impacto que han tenido en su competitividad los principales puertos del cono sur del continente americano, luego de más de un año de haber iniciado la pandemia. Por lo cual se realiza la siguiente pregunta ¿Durante la pandemia COVID-19 año 2019-2021 de qué manera fueron influenciados en su competitividad los principales puertos de América del Sur?

Objetivo general

Analizar la competitividad de los principales puertos marítimos de América del Sur durante la pandemia COVID-19.

Objetivos específicos

- Analizar datos previos a la pandemia COVID-19 versus los datos obtenidos durante la pandemia.
- Correlacionar datos de los puertos Marítimos más relevantes de la región Sur del continente americano durante la pandemia COVID-19.
- Identificar el verdadero impacto de la pandemia COVID-19 en los principales puertos de América del Sur.

La estructura de la investigación se acopla a esta modalidad: resumen, introducción, desarrollo temático; en el cual se incluye el marco teórico, la metodología, estadística y resultados, para finalizar con las conclusiones, así mismo se integra la bibliografía respectiva. Los resultados de la investigación realizada fueron satisfactorios pudiendo llevar a cabo el objetivo antes descrito.

Marco teórico

La palabra puerto que se deriva del latín portus, según la (Real Academia Española, 2020) significa “Lugar en la costa o en las orillas de un río que por sus características, naturales o artificiales sirve para que las embarcaciones realicen operaciones de carga y descarga, embarque y desembarco”. Refiriéndose así a toda aquella edificación creada de forma natural o estructurada por el hombre, que sea utilizada para el cargo y descargo de mercancía cualquiera que fuese esta, será considerado como puerto. A lo largo de la historia de la economía mundial; los puertos han sido de gran importancia para el desarrollo de cada país. La aparición de los puertos marítimos datan de mucho tiempo atrás. Se podría afirmar que éstos surgieron en la época de los fenicios, egipcios y griegos quienes se valían de los puertos desarrollados por las corrientes naturales, las que brindaban refugio a sus pequeñas embarcaciones, permitiendo así que lleven a cabo su arduo trabajo de estibamiento, tardándose horas, días y hasta semanas para lograr su objetivo.

Por su parte; el primer puerto no natural descubierto por el hombre es el Wadi el Jarf, ubicado en el mar Rojo en Egipto; descubierto en el año 2013 por un grupo de arqueólogos encabezados por el francés Pierre Talet. Según Talet (2013) menciona que, todos estos elementos demuestran claramente que se trata del puerto artificial más antiguo del mundo descubierto hasta la fecha, mil años más antiguo que cualquier otra estructura portuaria conocida a nivel mundial. Con el pasar de los años y el desarrollo de las tecnologías los puertos pasaron de ser el ingreso a las principales civilizaciones antiguas a ser uno de los ejes principales de la economía mundial. Castaño (2003) dice: “Los puertos son competitivos y cumplen su función si son capaces de ofrecer al comercio exterior y a las líneas de navegación que hacen escala en sus muelles servicios eficientes, rápidos, fiables y seguros”, de lo que concluye que, si los servicios portuarios son deficientes, podrían afectar la economía de un país, es por esto que la competitividad de los servicios portuarios es tan importante para el desarrollo económico de cada nación. Rúa (2006) menciona que además de que los puertos se presentan como el principal punto de intercambio del medio de transporte marítimo a terrestre o viceversa, éstos tienen una serie de características que van a permitir un mejor manejo de la carga y la recepción en sus establecimientos.

Las características que se detallan a continuación serán de gran valía para elevar la competitividad de los puertos y su imagen de óptimos servicios. Las principales características se detallan a continuación en la tabla 1:

Tabla 1. Vectores de la competitividad

Infraestructura:	Marítimas
	Terrestre
	Telemática
Superestructura:	Equipos
	Recursos Humanos
	Instalaciones
Organización/ Servicios:	Comunidad Portuaria de calidad
Tarifas/precios:	Eficiencia
	Productividad

Nota. Fuente: Evaluación de los principales puertos de América del Sur.
Elaboración: Pedro Coca Castaño

Blanco, Sanchez, Pérez-Labajos, & Serrano (2014) afirman que: “Los países, si quieren ser competitivos, necesitan un sistema portuario que les permita formar parte de las cadenas logísticas internacionales. Además, cada puerto de forma individual, ha de ser competitivo respecto del resto de puertos del mismo sistema portuario”. Dentro del cono sur del continente y el caribe existen más de 125 puertos y zonas portuarias, tomando esto en cuenta, para el presente análisis, se han considerado a los puertos de mayor trascendencia de cada país de lado sur del continente americano, tomando como guía el ranking según el Throughput²¹ (TEU'S) presentado por la CEPAL de los puertos y zonas de la región durante el periodo 2017-2019 los cuales son:

- Puerto Marítimo de Guayaquil, Ecuador.
- Puerto de El Callao, Perú.
- Puerto de San Antonio, Chile.
- Puerto de Buenos Aires, Argentina.
- Puerto de Montevideo, Uruguay.
- Puerto de Santos, Brasil.
- Puerto de Cartagena, Colombia.

Puerto Marítimo de Guayaquil, Ecuador

Ubicado en la provincia del Guayas es considerado el puerto principal de la República del Ecuador; manejando alrededor del 70% de su actividad económica. Se encuentra ubicado en la costa occidental de América del Sur, en un brazo de mar dentro del golfo de Guayaquil. Desde la época colonial se lo ha considerado como uno de los embarcaderos de mayor importancia a nivel continental por diversas características. El 31 de mayo de 2007 Autoridad Portuaria de Guayaquil firmó el contrato de concesión de Servicio Público Portuario en las Terminales de Contenedores y Multipropósito TCM del Puerto de Guayaquil a favor de Contecon Guayaquil S.A CGSA. (Autoridad Portuaria de Guayaquil, s.f.). Del mismo modo, El 29 de abril de 1999, luego del proceso licitatorio, se procedió a adjudicar la concesión del Terminal Granelero y Multipropósito al consorcio formado por las compañías Andigrain S.A., Andinave S.A. y Almacenadora

Puerto de El Callao, Perú

Considerado el más importante del país peruano, ubicado a pocos kilómetros de Lima. El Callao es una bahía situada en los 72° 04' 5" de latitud y 77° 10' 0" de longitud, considerado como uno de los accidentes costeros más apropiados provisto de naturaleza para abrigar un puerto (Municipalidad Provincia del Callao, s.f.). Una de sus principales características es su gran capacidad para recibir grandes naves, se encuentra concesionado bajo supervisión de la Autoridad Portuaria Nacional Peruana. Tiene un calado de aproximadamente 16 metros que le permite recibir embarcaciones de gran envergadura. Uno de sus mejores años fue el 2018 que logró movilizar más de 2'340.000 TEUS. Su infraestructura ha sido mejorada cada año, como producto de su concesión. Existen cinco muelles de atraque directo, cuatro de ellos cuentan con 182.80 metros de lado, dos cuentan con 30 metros de ancho y los otros dos con 86 metros. Cuentan con once almacenes, tiene cuatro zonas para contenedores y también un almacén especializado en granos. En sus instalaciones se ubican dos grúas pórtico y seis 2Post-panamax, además de dos grúas muelle. Por otra parte, posee alrededor de cuatro movilizadores, 22 terminal trucks, y 10 elevadores de distinta capacidad de carga.

21 Throughput. - Toda la carga requerida para la carga y descarga del buque en un periodo determinado. Centroamericana A.A.C.V., que cumpliendo con disposiciones legales del país formaron la sociedad concesionaria ecuatoriana denominada ANDIPUERTO GUAYAQUIL S.A. (Autoridad Portuaria de Guayaquil, s.f.). Siendo estos dos terminales, los más relevantes del Puerto Marítimo de Guayaquil. Mantiene un área de 200 hectáreas, sus muelles cuentan con 1.625 metros, tiene instalaciones para el manejo de carga general, terminal de contenedores, carga al granel, carga líquida al granel y el manejo de aceites vegetales. Adicionalmente, tiene nueve muelles y cuatro bodegas para el manejo de carga peligrosa.

Puerto de San Antonio, Chile

En Valparaíso, al oeste de Chile se ubica el puerto de San Antonio, reconocido en el 2019 como el principal puerto del país ya que registró el 46% de la transferencia de carga total del país. Posee un gran recurso tecnológico, por ende, es uno de los más modernos de la región, siendo una de sus principales virtudes sus amplias infraestructuras, sistema de cómputo y el mayor de sus logros el eficiente proceso logístico que ayuda a optimizar el traslado y gestión de la carga a las estaciones que corresponden. Cuentan con grúas STS, las cuales confirman el compromiso y la eficiencia de este puerto con su carga. Adicionalmente se suman las condiciones topográficas y el gran nivel de las vías de conexión del transporte terrestre y férreo que mantiene este país, las que le conceden ventajas considerables. Los principales terminales de este puerto son:

- Terminal Central (PCE): Carga General, 15 agencia navieras, dos grúas Gottwald y alrededor de 250 enlaces para contenedores Reefer.
- Terminal Puerto Panul: Carga al granel Sólidos, con un calado de aproximadamente 10 metros.
- Terminal STI: Carga Química, cuenta con 735 m de muelle un calado de 11 metros, grúas Gantry y RTG y un aproximado de 11.000 m² de almacenamiento.
- Terminal sitio 9: Carga Líquida al granel, en su mayoría manejan derivados del petróleo, posee una capacidad de almacenamiento de hasta 18.000m³.

Puerto de Buenos Aires, Argentina

El más valioso para la economía argentina ya que por él cruza el 90% de la carga marítima y más del 62% de la carga de contenedores que entra y sale de este país, por lo cual recibe aproximadamente 1.200 buques anualmente (Argentino.gob.ar, s.f.). Cuenta con infraestructura moderna y tecnología de la más avanzada de la zona. Su capacidad de carga rodea los 1,5 millones de TEUS anuales. Su calado natural es de 3.5 a 4 metros; por lo cual cada seis meses necesita un dragado, con un calado de 10 metros. Está dividido en tres zonas que se describen a continuación:

- Puerto Nuevo: Está ocupada por las cinco terminales portuarias de carga general; cuenta con un aproximado de 92 hectáreas, 7.250 metros de muelle y cerca de 23 sitios para atracar buques, además de un calado de diez metros.
- Dársena Norte: Ocupado en su mayoría por buques de la Armada Nacional Argentina, también en menor medida para buques con fines de entretenimiento ya que se encuentra también el Yacht Club Argentino.
- Puerto Sur: Comprende 115 hectáreas y cerca de 5.000 metros de muelle, en su mayoría cuenta con empresas de diversas actividades como prestación de servicios de almacenaje, reparación de naves, empresas de telecomunicación, plantas de tratamiento de residuos, entre otros.

Puerto de Montevideo, Uruguay

Ubicado en la famosa zona conocida como el Río de la Plata, en la ciudad uruguaya de Montevideo, una de las zonas de mayor tránsito del Mercosur (ANP, s.f.). Cuenta con una constante mejora de instalaciones desde mediados del año 2006, así como vías férreas que facilitan la movilización desde y hacia el recinto portuario. Dispone de 110 hectáreas, muelles de aproximadamente 4.500 metros y una capacidad de 900.000 TEUS anuales. Adicionalmente mantiene un centro logístico de 1700 m², con un calado de 12 metros, así mismo, cuenta con terminal propia para movilizar pasajeros fluvio-marítimo que vienen o se dirigen hasta su país vecino Argentina. Una de sus principales

características es el desarrollo de la tecnología e innovación que le permite mantener una eficiente atención al cliente de forma automatizada, junto con la aplicación de la inteligencia artificial que sirve de apoyo al desarrollo de sus actividades. El uso de Blockchain ayuda a que el manejo de su información sea segura e inalterable.

Puerto de Santos, Brasil

Localizado en el estado de Sao Paulo a escasos 70 kilómetros de la ciudad de su mismo nombre, es el puerto de mayor importancia de Brasil y de Latinoamérica, cuenta con vías de acceso de primer nivel como lo son dos autopistas y dos líneas de ferrocarril, las mismas que dan un realce a la transportación de la mercancía ya sea para exportaciones o importaciones (Santos Port Authority, s.f.). Es tal la magnitud de este puerto que representa una cuarta parte de la balanza comercial de Brasil. El puerto de Santos según cifras oficiales representa el 67% del producto interno bruto (PIB) de Brasil, ubicado en el 2016 en el puesto 39 de los puertos más grandes del mundo y siendo el más transitado de América latina, con una superficie de 8 km, 55 terminales marítimas y 10 km de muelles, son características de nivel superior es por esto es que es considerado el puerto con mayor producción de América Latina.

Puerto de Cartagena, Colombia

Ubicado en la bahía de la ciudad de Cartagena de Indias en el caribe colombiano, durante el siglo XVIII se convirtió en uno de los puntos de mayor importancia del continente para el comercio internacional, siendo el principal punto de flujo de las mercancías entre la realeza española y sus colonias en el país sudamericano (Puerto de Cartagena, s.f.). Debido al desarrollo de nuevos tipos de buques a inicios del siglo XIX y ya como ciudad independiente; se dio inicio a las mejoras para la conectividad con el interior del país y también la construcción de un nuevo muelle. Este nuevo muelle a pocos años de su construcción sufrió un incendio que dejó sin muelle a la ciudad durante cuatro años, hasta cuando se construyó la terminal marítima y fluvial de Manga por parte de Frederick Snare Corporation. La obra fue administrada por sus constructores en sus primeros años, hasta que en 1947 pasó a manos del Estado colombiano.

Desde su construcción el puerto de Cartagena se ha convertido en la principal plataforma de logística del Caribe. Debido a su espectacular ubicación se ha podido consolidar como uno de los mejores centros de conexión a nivel continental. Actualmente tiene conectividad con 750 puertos de 150 países y sus instalaciones movilizan más del 60% del comercio del país con los Estados Unidos, así mismo es el principal puerto exportador del país. Cuenta con una extensión de 40 hectáreas, un calado de 15 metros y 8 muelles con 1.636 metros de longitud. Dentro de los principales productos manejados por el puerto tenemos: manufacturas, insumos derivados de la agroindustria, prendas de vestir, entre otros.

Protocolos de bioseguridad por pandemia

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020) el impacto que ha dejado el COVID-19 en el área portuaria correspondiente al año 2020 hace tener más en cuenta la estabilidad a futuro y los pronósticos que se hayan planteado en cada área, ya que de culminar el 2019 con un crecimiento considerable del 3.6% se preveía una caída de 7.2% sin embargo, los puertos de la Costa Oeste de América del Sur sufrieron una caída de cerca del 15% en comparación al periodo de enero a junio del 2019. Repetto (2020) concluye que durante el segundo semestre del año 2020 América Latina sufrió una caída de su comercio de mercancías en un 21% en lo que concierne a exportaciones y un 33% con respecto a las importaciones, sin embargo; menciona que durante el año 2021 podría haber un repunte del 4.8%. A continuación, en la tabla 2 se puede observar los diferentes protocolos que presentaron las autoridades portuarias en conjunto con los Gobiernos de cada país de los puertos ya mencionados anteriormente.

Tabla 2. Protocolos de bioseguridad de Puertos y Gobiernos de Sudamérica- Pandemia Covid-2019

Ecuador	<p>Estado: Puertos abiertos y operativos.</p> <p>La Subsecretaría de Puertos y Transporte Marítimo y Fluvial (2020), dispuso el "Protocolo para Limpieza y Desinfección de Unidades de Transporte Marítimo, Entidades Portuarias, Terminales Privados y demás Facilidades Portuarias Públicas Y Privadas". El Ministerio de Transporte y Obras Públicas (2020) trabaja en conjunto con el Ministerio de Salud Pública para mantener activados los protocolos de vigilancia epidemiológica en puertos. El personal operativo de los puertos está en la obligación de revisar con cuidado la ruta y procedencia de las naves, los reportes de las tripulaciones y de seguir de cumplir con todas las medidas sanitarias dictadas al efecto por el Ministerio de Salud, la Organización Marítima Internacional (OMI) y la Organización Mundial de la Salud (OMS). El cumplimiento de las mismas contribuye al normal proceso comercial del país (importación y exportación).</p>
Perú	<p>Estado: Puertos abiertos y operativos.</p> <p>La APN (2020) indicó que se debe informar a través del proceso de recepción y despacho de naves en el Componente Portuario de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), las condiciones de salud de la tripulación, puertos de escala y otros puntos relevantes para evaluación de la Autoridad Sanitaria; de tal forma que las autoridades tomen las acciones oportunas, se dispuso también el uso de medios digitales para los demás trámites portuarios. La Autoridad Portuaria elaboró una Guía de recomendaciones para ser adoptadas por las instalaciones portuarias para sus operaciones durante y después de la emergencia, estas recomendaciones se deben aplicar en la gestión de prevención y control en todas las áreas, equipos, instalaciones y personal.</p>
Chile	<p>Estado: Puertos abiertos y operativos.</p> <p>Las Autoridades portuarias y sus concesionarios concretaron una serie de medidas preventivas-sanitarias, para garantizar la salud de sus trabajadores y para asegurar la operatividad de las terminales, por su parte puerto y/o empresa portuaria estableció sus propios protocolos de contingencias, siguiendo las recomendaciones de las autoridades competentes, también el Servicio Nacional de Aduanas en coordinación con el Instituto de Salud Pública (2020) emitieron una resolución que permite la tramitación preferente, mucho más expedita y sin tope de montos, de los insumos médicos críticos que sean importados para la prevención y control de esta enfermedad.</p>

Argentina	<p>Estado: Puertos abiertos y operativos.</p> <p>El Ministerio de Transporte Argentino (2020) mediante Aviso Oficial informa que la actividad del transporte de cargas nacional e internacional (en todas sus modalidades: aéreo, terrestre, marítimo y fluvial) se encuentra exceptuada del aislamiento social, preventivo y obligatorio con el fin de satisfacer la demanda y el normal abastecimiento de insumos imprescindibles para la población y de garantizar el flujo de bienes en todo el territorio nacional; asimismo, notifica que se requiere a los operadores de medios de transporte de cargas internacionales y Sistema Argentino de Información Jurídica nacionales, que operan en la República Argentina y a los operadores de actividades conexas requeridas para la operatoria portuaria, terrestre y aérea, que tengan a bien arbitrar los medios apropiados a fin de dar continuidad a las tareas que sean necesarias llevar a cabo durante el periodo establecido para la vigencia de la Emergencia Sanitaria; ello en cumplimiento de las medidas sanitarias y las acciones preventivas que establezca la autoridad de aplicación.</p>
Uruguay	<p>Estado: Puertos abiertos y operativos.</p> <p>La Administración Nacional de Puertos (2020) ha efectuado recorridos en sus instalaciones y terminales con el objetivo de repasar protocolos existentes en materia de limpieza, higiene y cuidado personal. La ANP ha restringido la atención al personal y público externo en forma presencial. Para la entrada, operación y salida de buques en los puertos uruguayos se requiere de autorización otorgada por el Ministerio de Salud a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior.</p>
Brasil	<p>Estado: Puertos abiertos y operativos.</p> <p>La Comisión Nacional de Autoridades Portuarias (2020) emitió una Resolución que establece medidas de seguridad y vigilancia de la salud en puertos organizados e instalaciones portuarias, del mismo modo cada puerto y/o empresa portuaria está aplicando sus propios planes de contingencia y emergencia sanitaria, de acuerdo con las directrices de las autoridades respectivas y el gobierno federal. La Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (2020), ha desarrollado y actualizado regularmente pautas para el desempeño de los servidores portuarios, aeropuertos y fronteras, destacando el uso apropiado de equipos de protección personal. Ningún buque puede atracar u operar en los puertos sin el control y la autorización previa de AN-VISA. Esta autorización tiene lugar con la emisión del Certificado de práctica libre (CLP). Este certificado solo se otorga después del análisis de la Declaración de Salud Marítima, que certifica las condiciones de salud de la tripulación. Para emitir el certificado, también se requieren que se analicen cuidadosamente la lista de viajeros con sus lugares y fechas de embarque y desembarque, así como registros de atención médica a bordo</p>

Estado: Puertos abiertos y operativos.

Colombia

De acuerdo con comunicados de la Presidencia a las Autoridades Portuarias, todos los servicios portuarios, practicaaje, remolque, amarre, recepción de desechos generados por buques y de manipulación de mercancías deben mantenerse plenamente operativos, por lo tanto, cada una de las empresas prestadoras de los servicios deberán adoptar las medidas necesarias para ello. Mediante Decreto se estableció que las entidades que otorgan las concesiones portuarias podrán ampliar los plazos de prórroga previstos en el contrato, por el tiempo que estimen necesario. La Dirección General Marítima (2020) estableció el protocolo para la operación de buques de carga, que prohíbe el embarque, desembarque y cambio de tripulaciones durante el tiempo de permanencia en el puerto de Cartagena. Además, se prohíbe el desembarque de los tripulantes. Las personas que eventualmente sean autorizadas para bajar deberán seguir en todo momento las medidas de bioseguridad determinadas por las autoridades sanitarias. La autoridad sanitaria es la única autorizada para ingresar a realizar las inspecciones a los buques, siguiendo los protocolos establecidos para ello.

**Nota. Fuente: Gobiernos y Ministerios, Autoridades Portuarias y/o Marítima
Elaboración: El autor**

Luego de haber descrito las principales características de cada puerto y los debidos procedimientos desarrollados por cada país y cada puerto, acatados por cada Autoridad Portuaria se puede observar en la figura 1 un resumen en donde se ha valorado la tecnología, infraestructura y los protocolos presentados por cada uno de los puertos. En esta figura se ha elaborado una escala de puntuación del uno al diez; tomando como referencia el puerto de Santos, el de mejor ubicación de los puertos estudiados según la movilización de TEU'S. Se puede evidenciar que los protocolos de bioseguridad desarrollados en todos los puertos fueron los correctos para evitar la propagación del virus entre los trabajadores de las zonas portuarias, mientras que en el campo de la tecnología se confirma que el puerto de San Antonio y de Santos son los más desarrollados de la región. En infraestructura el de menor puntuación es el puerto de Buenos Aires ya que su poco calado suele presentarse como una desventaja al momento de compararlo con los demás puertos estudiados, por el acceso a buques de mayor envergadura:

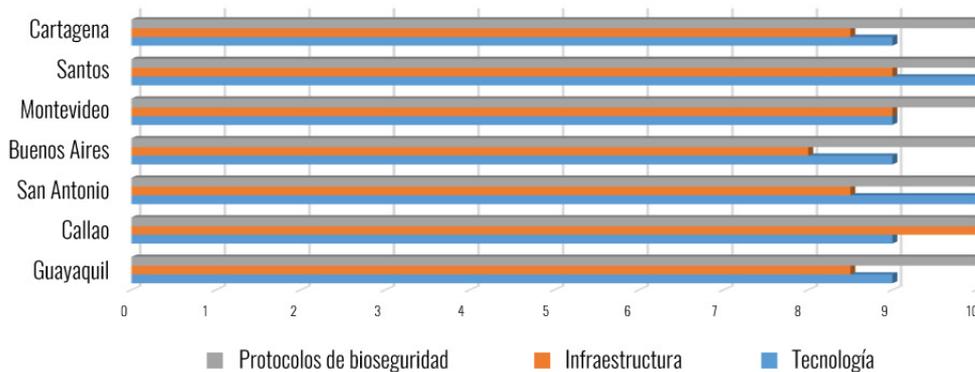


Figura 1 Comparativo de características principales de los puertos de América del Sur. Fuentes: Gobiernos y Ministerios, Autoridades Portuarias y/o Marítima. Elaborado por: El autor

Metodología

En este análisis el principal objetivo es conocer cuál ha sido el impacto que ha tenido la pandemia COVID-19 en los principales puertos de América del Sur y cómo se han visto afectados sus principales puntos de competitividad. Para esto se utilizará el método analítico-comparativo, ya que se analizarán los datos obtenidos, para luego compararlos y poder obtener una conclusión de cuál ha sido el verdadero impacto en los puertos ya sea positivo o negativo. Tendrá un enfoque mixto porque serán tomadas en cuenta diferentes variables cuantitativas y cualitativas como son las características de cada puerto y la cantidad de contenedores (TEU'S) movilizados anualmente, con un diseño no experimental longitudinal, ya que se recabarán datos de los principales portales de cada una de las autoridades portuarias y organizaciones no gubernamentales (ONG) encargadas de brindar información acerca del comercio y economía portuaria. Adicionalmente tendrá alcance descriptivo-correlacional. Con ayuda de la recopilación de datos brindados por las ONG se podrá realizar una correlación de los mismos para definir si estos puertos se vieron afectados o no y en qué medida el efecto de la pandemia perjudicó su competitividad. La unidad de análisis estará conformada por los puertos de América del Sur, siendo un total de 125, de los cuales se tomó en consideración los mejores ubicados de cada país según el ranking emitido por la CEPAL durante el periodo 2017-2019 los cuales son: Puerto Marítimo de Guayaquil, Ecuador

- Puerto de El Callao, Perú
- Puerto de San Antonio, Chile
- Puerto de Buenos Aires, Argentina
- Puerto de Montevideo, Uruguay
- Puerto de Santos, Brasil
- Puerto de Cartagena, Colombia

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Según Romera (1997) Las fuentes secundarias constituyen una vía de acceso a las fuentes primarias. Para este estudio se tomará la información de fuentes secundarias a través de revistas científicas, páginas web y portales oficiales de las Autoridades Portuarias de cada país en estudio. Se utilizará la técnica documental; que consiste en la revisión de un cúmulo de información que permite identificar cuáles fueron los factores de competitividad que incidieron mayoritariamente en la producción de cada puerto durante la pandemia COVID-19.

Estadística y resultados

Durante los últimos cinco años en el sector portuario se ha observado un crecimiento sostenido en la mayoría de los puertos que son objeto de análisis. Este crecimiento se ve plasmado en sus continuas mejoras, intentado rozar la excelencia y ser altamente competitivos ante la mirada de futuros clientes. Como se sabe, los puertos son uno de los principales generadores en la economía de cada país; por tal motivo son de mucha importancia y se busca su mejora continua, para no quedar obsoletos ante el gran avance de las competencias. A continuación, en la tabla tres se presenta el número de contenedores movilizados por los siete puertos que han sido estudiados (pág siguiente):

Tabla 3. Variación porcentual en movimiento de TEU'S en principales Puertos Marítimos de América del Sur periodo 2019- 2020

Puerto	2019	2020	Variación porcentual
Guayaquil	2'073.776	2'071.124	-0.1
Callao	2'313.907	2'250.827	-2.7
San Antonio	1'705.707	1'556.708	-8.7
Buenos Aires	1'485.328	1'371.980	-7.6
Montevideo	747.100	761.855	2
Santos	4'165.248	4'232.046	1.6
Cartagena	2'932.371	3'127.162	6.6

Nota. Fuente: CEPAL y Autoridades Portuarias Elaborado: El Autor

Puerto de Guayaquil-Ecuador

Según los datos brindados por la CEPAL (2021) el movimiento de TEU'S anualmente en el Puerto de Guayaquil alcanzó su pico más alto en los 12 meses del año 2019 obteniendo la cantidad de 2'073.776 TEU'S, mientras que en el año 2020 se llegó a la cifra de 2'071.124 TEU'S es decir tuvo una variación del -0.1%. Estos números pertenecen al puerto de mayor importancia para Ecuador, donde transita cerca del 80% de la carga no petrolera. Cabe mencionar que a lo largo del 2020 fueron implementadas medidas sanitarias muy rigurosas planteadas por el COE Nacional las cuales buscaron frenar el contagio del virus COVID-19, pero, a su vez, sin paralizar las actividades portuarias. Se entiende que las medidas son de vital importancia para la salud de los ecuatorianos, tratando de afectar lo menos posible a la economía del país. Dadas estas circunstancias; las empresas autorizadas ecuatorianas han garantizado las operaciones de las actividades portuarias las 24 horas del día, todos los días de la semana con ayuda de protocolos sanitarios.

Según datos tomados de la página de la Autoridad Portuaria de Guayaquil, el primer trimestre del año 2021 ingresaron alrededor de 627 embarcaciones de distinto calado, cabe recalcar que la Autoridad Portuaria de Guayaquil busca promover incentivos económicos para el sector productivo del país, y así mismo invierte en infraestructura y tecnología en todas sus terminales para brindar un servicio de calidad a todos los clientes y su respectiva carga. Uno de los últimos proyectos desarrollados para el puerto de Guayaquil fue presentado el 2 de Octubre del 2020 con la firma del contrato entre el Ministerio de Transporte y Obras Públicas y Contecon Guayaquil S.A. el cual suscribe una inversión que supera los USD\$18.3 millones, los cuales serán utilizados en la ampliación y repotenciación de la infraestructura portuaria, con el fin de brindar facilidades y rapidez en la recepción y despacho de contenedores, así mismo, el acondicionamiento para la recepción de embarcaciones 4Neo-panamax.

Puerto El Callao-Perú

Según el Boletín de Estadísticas Portuarias emitido por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones de Perú (2021) los puertos del Perú movilizaron durante el primer semestre 2020 alrededor 1'153.000 TEU'S, de los cuales más del 85% pertenecen al Callao, alcanzando el millón cinco mil TEU'S movidos y al cerrar el año terminó con 2'250.827 contenedores movilizados, dando a notar un repunte en la segunda parte del año 2020, sin embargo; al comparar las operaciones en el mismo periodo del año 2019 deja una variación del -2.7%. A pesar de los números presentados. La Autoridad Portuaria Nacional dio la aprobación a los expedientes técnicos de las obras pertenecientes a la Fase 2 de inversiones adicionales del Nuevo Terminal de Contenedores Portuarios del Callao, correspondientes a la Zona Sur, la cual cuenta con una inversión de más de US\$323 millones.

Puerto San Antonio-Chile

Según los datos brindados por el Puerto de San Antonio (2021), durante el primer semestre del 2020 en el territorio chileno se marcó una caída considerable en el movimiento de TEU'S del 12,6% con respecto al mismo periodo del año 2019, en el plano de importaciones disminuyó un 8,5% y un alarmante 13,8% en exportaciones, pero el plano de mayor caída es el de carga de tránsito con un 32,4% de TEU'S. Al finalizar los 12 meses del año 2020 y en comparación con los números del año 2019 en el mismo periodo se movilizó un 8,7% menos de contenedores, mientras que en el año 2019 se movilizaron 1'705.707, en el 2020 se culminaron las actividades portuarias con 1'556.708 TEU'S. Sin embargo, en abril del 2021 se dio inicio al plan para la reestructuración de las vías de acceso al puerto de San Antonio y así mismo la construcción de un nuevo puente y el mejoramiento de las vías de las provincias aledañas al recinto portuario para mejorar la conectividad entre provincias del país.

Puerto Buenos Aires-Argentina

Según datos obtenidos por parte del Ministerio de Transporte del gobierno argentino (2021) el Puerto de Buenos Aires operó un 1,5% más de carga en los cinco primeros meses del año 2020, en comparación con el mismo período del 2019, este incremento se relaciona directamente con las medidas implementadas por el gobierno argentino las cuales buscan salvaguardar la economía. Con el fin de fomentar el incremento de la actividad portuaria se realizó un esquema de bonificación parcial y progresiva la cual busca bonificar con hasta el 50% de las tasas portuarias por el uso del puerto de Buenos Aires. Sin embargo, al cierre del año registró una caída del 7,6% en su movimiento de contenedores, terminando así con 1'371.980. Intentando hacer frente a la crisis sanitaria en el mes de mayo del 2020 la AGP (Administración General de Puertos Sociedad del Estado) concedió una prórroga de dos años a las concesiones de las terminales del Puerto de Buenos Aires la cual estaba próxima a culminar.

Puerto Montevideo-Uruguay

Según los datos brindados por la Autoridad Nacional de Puertos de la República Oriental del Uruguay (2021), durante el primer semestre del año 2020, tuvo una caída del 6% en sus exportaciones, como centro de distribución de la región tuvo un crecimiento de 4%; el total de carga movilizada fue de 355 mil TEU'S un 1 % menos que en el mismo período del año 2019. Sin embargo, al finalizar el año tuvo un aumento de 2% en sus actividades portuarias, subiendo de 747.100 a 761.855 TEU'S. Adicional a esto en el mes de agosto del 2020 se realizaron la compra de dos grandes grúas pórtico eléctricas sobre neumáticos las mismas que tienen una capacidad para apilar hasta diez contenedores. Como plan de contingencia ante la pandemia, efectuaron una inversión aproximada de US\$15 millones para el desarrollo de un nuevo muelle que será dedicado a la carga de graneles líquidos y sólidos.

Puerto Santos-Brasil

Según los datos obtenidos de la Autoridad Portuaria de Santos (2021) durante el primer trimestre del año 2020 el puerto de Santos se ubicaba como líder en cuanto a la movilización de TEU'S a nivel nacional, registrando un crecimiento del 8,31% en exportaciones de contenedores en el periodo antes mencionado. Así mismo, las importaciones se incrementaron en un 1,68%, este crecimiento se vio plasmado en los siguientes meses pudiendo finalizar el año con el mismo porcentaje de incremento, es decir concluyeron ese periodo con un aumento del 1,6% de sus actividades portuarias en comparación con el año 2019. Pese al impacto de la pandemia el fortalecimiento del consumo local, el agronegocio y la fortaleza de las terminales portuarias ante la adversidad, permitieron que el puerto de mayor tamaño y mayor importancia del gigante sudamericano no sucumbiera ante la problemática ya mencionada. Como un plan de ayuda en el mes de mayo se realizó la firma del contrato para el estudio de nuevos modelos de gestión y desarrollo de los Puertos de Santos y del Puerto de San Sebastián, dicho estudio busca definir los mejores modelos para ambos puertos, con el fin transferir una parte de los mismos al sector privado por medio de una venta o concesión.

Puerto Cartagena-Colombia

Según datos brindados por la SuperTransporte del Gobierno Colombiano (2021) la zona portuaria de Cartagena fue la de mayor movimiento durante los primeros seis meses del año 2020 con un número de 1.453.342 TEUS obteniendo un crecimiento del 9,9% con respecto al mismo periodo, pero del año 2019. Al finalizar el año el puerto de Cartagena registro un crecimiento del 6.6% con un total de 3'127.162. Durante el segundo semestre del año 2020 se dio la firma de un contrato que buscaba reforzar la competitividad del puerto, dicha inversión se destinó a la construcción de nuevas bodegas, zonas de inspecciones físicas, nuevos talleres de mantenimiento, bodegas refrigeradas, entre otras obras que ayudaron a brindar un mejor servicio.

El tema coyuntural en todo el mundo es el COVID-19 y el impacto que ha tenido sobre la vida normal que se tenía hasta antes de que se convirtiera en una pandemia a nivel mundial. Como resultado de la pandemia se han perdido vidas, proyectos, pérdidas económicas y un sin número de factores económicos, sociales y culturales que cambiaron para siempre la dinámica del mundo. El sector logístico y el económico que van de la mano, sufrieron un severo golpe por parte de la pandemia y sin tener antecedentes de cómo manejar la situación que les sirva de guía para un mejor manejo de la nueva realidad. Aparte de las consecuencias que traería consigo la pandemia ya se arrastraban diferentes inconvenientes a nivel continental, como el estancamiento en el crecimiento anual del comercio internacional. En lo que respecta al transporte marítimo y el comercio logístico, con una tasa del 6.2% anual que se observó en el periodo de 1990 al 2007, finalizando con una tasa del 2.3% anual en el periodo comprendido entre el 2012 al 2019, aproximadamente un 4% de decrecimiento anual en el campo logístico y portuario en América del Sur. A este contexto se le añade la crisis económica del periodo 2008-2009 que aunque sus efectos golpearon luego de varios meses a la región, nunca fueron resueltos, mientras tanto el impacto del COVID-19 llegó con tal velocidad que al cabo de unas semanas ya se sintió en las economías de todos los países de la región, dejando más dudas que aciertos. El Banco Mundial (2020) menciona que para el mundo esta pandemia se ha convertido en la mayor pérdida del comercio mundial desde la Segunda Guerra Mundial, pero que para América Latina se convirtió en la mayor pérdida de PIB desde el siglo XIX.

Los países de Latinoamérica, en su mayoría, han sido reconocidos durante la historia por ser productores de materia prima las mismas que son exportadas a las grandes economías alrededor del mundo. Por otra parte, las importaciones tienen una mayor participación en la balanza comercial de esta parte del continente en lo que concierne a carga contenerizada. Durante los primeros seis meses de la pandemia el impacto que recibieron las importaciones fue de mayor fuerza que el recibido sobre las exportaciones, tanto así; que se pudo observar una convergencia de ambas variables, volviendo al estado normal a partir del mes de Julio del 2020 donde se puede observar una vez más de manera considerable el impacto en las importaciones, como se puede evidenciar en el Figura 2:

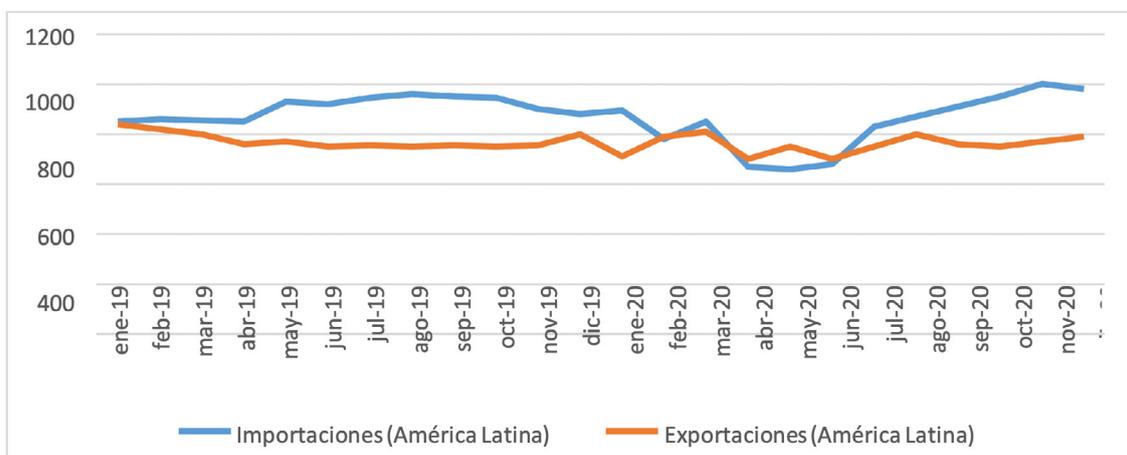


Figura 2 Exportaciones e Importaciones de TEU'S en América del Sur periodo 2019-2020 Fuente: Datos de CTS. Elaborado por: El autor.

La caída de las importaciones y las exportaciones dieron pie al impacto del sector industrial ya que sin materia prima o elementos para el desarrollo de los productos no se podrían elaborar los bienes para la exportación. Este fue uno de los principales inconvenientes presentados por el cierre de fronteras, otro de los problemas acontecidos por las economías locales es la pérdida de la capacidad industrial, la cual llevo a altos índices de desempleo, ya que el encierro masivo y el confinamiento obligó a muchas industrias a parar sus actividades y dejar de producir sus bienes, deteniendo así el engranaje de la productividad y, por lo tanto, el comercio internacional.

Aunque los pronósticos eran muy reservados para dar respuestas a la gran cantidad de dudas que aparecían durante el primer semestre del 2020 y contra todo panorama negativo, las corrientes empezaron a cambiar y se observaron mejoras en las actividades portuarias, tanto en exportaciones como en importaciones. En cuatro de los siete puertos en estudio no se observó mayor variación en el ámbito de las exportaciones, como se puede observar en la figura 3. El puerto de San Antonio es el que presentó mayor variación ya que obtuvo una variación del -13% en sus exportaciones, así mismo otro que presentó números rojos fue el puerto de Buenos Aires con una disminución del -7%. Por su parte los puertos de Guayaquil y Santos no presentaron una variación significativa en sus exportaciones, mientras que los puertos que presentaron aumento porcentual fueron Montevideo con 5%, Cartagena con 9% y Callao con 15% siendo el de mayor crecimiento en contraste con el periodo 2019.

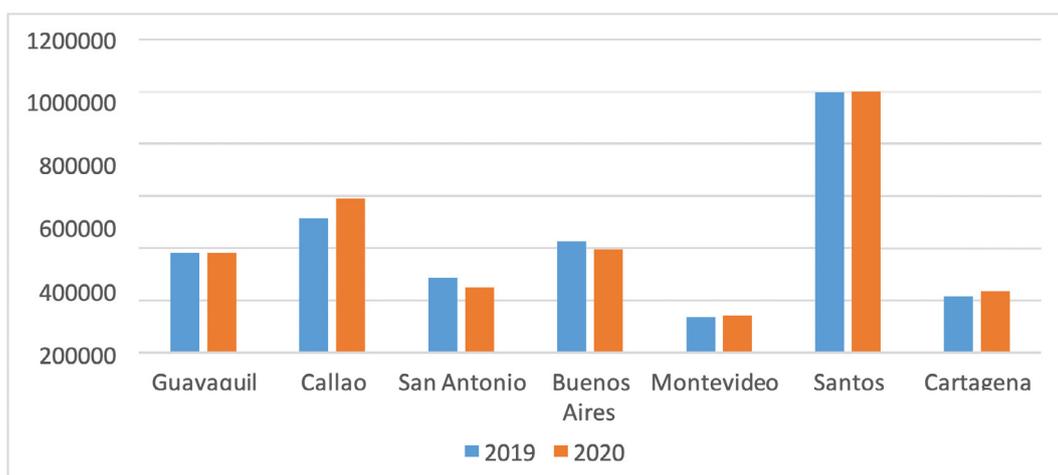


Figura 3 Variación en las exportaciones de los principales puertos marítimos América del Sur año 2019 - 2020
Fuente: Datos tomados de principales páginas web de Autoridades portuarias.
Elaborado: El autor

Por otra parte, en el campo de las importaciones se puede observar en la figura 4 que el puerto de Santos mantuvo sus números de importaciones, mientras que el puerto de Guayaquil apenas tuvo una disminución del -1%, así mismo; los puertos de Callao, Buenos Aires y Montevideo también registraron disminución porcentual entre el 6% y el 9%. El puerto que más se vio golpeado fue el de San Antonio que presentó una pérdida del -13% siendo el contraste, el puerto de Cartagena que obtuvo un aumento considerable del 15% en sus actividades portuarias.

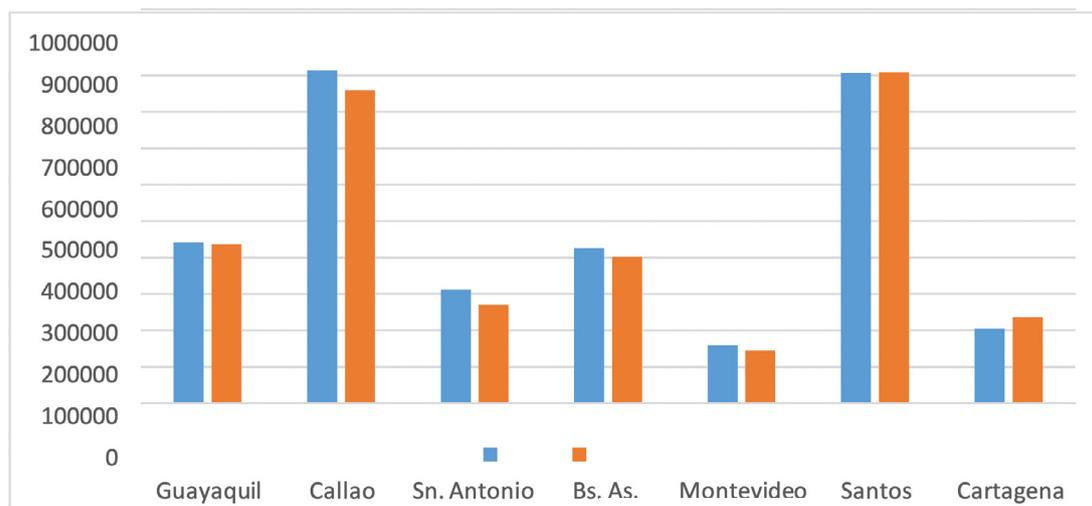


Figura 4. Variación en las importaciones de los principales puertos marítimos América del Sur año 2019 - 2020
Fuente: Datos tomados de principales páginas web de Autoridades portuarias.
Elaborado por: El autor

Conclusiones

La humanidad se mantiene en un constante deterioro de su entorno y su medio ambiente, con altos grados de contaminación y el poco cuidado con la higiene son propensas a la llegada de nuevas sepas, nuevos virus y nuevas pandemias, las cuales serán causales de muchas pérdidas humanas y económicas. De acuerdo a las investigaciones realizadas en este artículo, se establecen las siguientes conclusiones: Las mejoras continuas, reestructuración de la infraestructura, la innovación como el desarrollo de procedimientos “cero papeles”, el desarrollo de una logística moderna y eficiente y el cambio constante para el mejoramiento de los procesos, tendrían que ser de los principales puntos a rescatar de los puertos con mayor número de movimientos de contenedores dando a entender que al ser aliados de la tecnología, se logran beneficios incalculables. La inversión gubernamental y privada durante este tipo de vicisitudes son de vital importancia para el desarrollo y el reflote de las economías portuarias, así mismo, como el desarrollo de nuevos y mejores proyectos para el correcto manejo de las cargas que garanticen al cliente un servicio de calidad.

Luego de todo lo acontecido a nivel mundial y después de más de 18 meses vividos en pandemia cada Autoridad Portuaria debería sacar a relucir sus fortalezas y debilidades, para corregir lo malo y continuar invirtiendo en lo positivo para poder enfrentar de mejor forma una futura pandemia o cualquier otro declive global.

Así mismo como región en vías de desarrollo; poder contar con el apoyo de países vecinos, generar diálogos como bloque económico de mayor envergadura y cerrar tratos y alianzas con países desarrollados y con mayor poderío económico, con la finalidad de tener la seguridad y la confianza de contar con aliados de otro nivel, para tratar de mermar la afectación que las economías en crecimiento pudiesen tener en el futuro cercano.

Asimismo, al realizar las respectivas investigaciones se establece que, a pesar de la incertidumbre que produjo la pandemia, tres de los siete puertos estudiados finalizaron el periodo 2020 con un incremento porcentual en sus movimientos de TEU'S. El de mayor crecimiento fue el puerto de Cartagena con un 6,6% de crecimiento con respecto al año 2019, debido a su estratégica ubicación e importancia como puerto de transbordo de contenedores, seguidos por el puerto de Montevideo y de Santos con un crecimiento aproximado al 2% en sus actividades, por otra parte, el puerto de Guayaquil se mantuvo dentro de su rango normal ya que marco una leve disminución menor al 1%.

Los puertos que sí tuvieron números negativos fueron los de Callao en menor medida, San Antonio y Buenos Aires que rondaron el 8% de disminución porcentual en sus movimientos de TEU'S. A pesar de todo lo expuesto, queda en

constancia que las Autoridades Portuarias y Gobiernos de turno de cada país mantienen el apoyo al desarrollo de las zonas portuarias con proyectos e inversiones; ya que son las puertas al mundo de cada país. Estas inversiones ayudan al constante desarrollo, a mantener la línea de la mejora continua, y las correcciones de sus falencias, para poder entregar un mejor servicio y competir con los puertos de mayor importancia del continente y del mundo.

Referencias bibliográficas

Administración Nacional de Puertos República Oriental del Uruguay. (s.f.). ANP. Obtenido de <https://www.anp.com.uy/inicio/puertos/montevideo>

Agência Nacional de Vigilância Sanitária. (s.f.). ANVISA. Obtenido de <http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home/>

Argentino.gob.ar. (s.f.). Argentino.gob.ar. Obtenido de <https://www.argentina.gob.ar/transporte/puerto-ba/el-puerto>

Autoridad Portuaria de Guayaquil. (s.f.). Autoridad Portuaria de Guayaquil. Obtenido de Autoridad Portuaria de Guayaquil: <http://www.puertodeguayaquil.gob.ec/concesion/> Autoridad Portuaria Nacional. (s.f.). APN. Obtenido de <https://www.gob.pe/apn>

Blanco, B., Sanchez, L., Pérez-Labajos, C. A., & Serrano, A. M. (2014). Financing and Development of Innovation in Commercial Sea Ports. Cantabria.

CAMAE. (s.f.). Cámara Marítima del Ecuador. Obtenido de CAMAE: <http://www.camae.org/>

Cámara Alemana. (s.f.). <http://www.camara-alemana.org.pe/>. Obtenido de <http://www.camara-alemana.org.pe/downloads/110921G21-Carlos-Vargas-LoretdeMola-AIH.pdf> Camara Maritima Portuaria de Chile A.G. (2021). Análisis Comparativo Comercio Exterior Primer Semestre año 2020 vs. 2019. Obtenido de https://www.camport.cl/wp-content/uploads/2020/08/Reporte_Camport_1er_semestre_2020.pdf?utm_source=Email&utm_medium=Email&utm_campaign=2020_08_Reporte_Comercio_Exterior

Carrara, E. (s.f.). Leader Ship Forum. Obtenido de <http://www.iirsa.org/>: http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/foro_cartagena08_br_porto_de_santos.pdf

Castaño, P. C. (Junio de 2003). Evaluación de los principales puertos de América del Sur. Obtenido de <http://www.iirsa.org/>: http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/mad_eppas.pdf

CEPAL. (2021). Informe portuario 2020: Impacto de la pandemia covid-19 en el comercio marítimo, transbordo y throughput de los puertos contenedores de América Latina y El Caribe. Obtenido de

CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46979/1/S2100302_es.pdf CEPAL. (2021). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. Obtenido de CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45877/1/S2000497_es.pdf Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (24 de Agosto de 2020).

CEPAL. Obtenido de CEPAL: <https://www.cepal.org/es/comunicados/movimiento-contenedores-puertos-la-region-se-mantuvo-estatico-2019-se-evidencia> Comisión Económica para Latinoamérica y El Caribe. (2019). Datos de actividad portuaria de América Latina y El Caribe en 2019.

Comisión Interamericana de Puertos. (2020). CIP. Obtenido de CIP: <https://portalcip.org/home/covid-19-announcement/?lang=es>

COMUNIDAD ANDINA. (2020). COMUNIDAD ANDINA. Obtenido de CAN EN CIFRAS: http://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/DEstadisticos/CARTILLACONTE NEDORESENE_JUN2020.pdf

Dirección General Marítima . (s.f.). DIMAR. Obtenido de <https://www.dimar.mil.co/> Galgano, N. A., & Minochio, F. G. (Febrero de 2021). Puerto de Buenos Aires: situación actual y perspectivas a mediano plazo. Puerto de Buenos Aires: situación actual y perspectivas a mediano plazo. Buenos Aires, Argentina. INALOG. (2021). Uruguay logístico. Obtenido de Uruguay logístico: <http://www.inalog.org.uy/es/newsletter-uruguay-logistico-agosto-2020/> Ministerio de Transporte Argentino. (s.f.). Argentina.gob.ar. Obtenido de Argentina.gob.ar: <https://www.argentina.gob.ar/transporte>

Ministerio de Transporte y Comunicaciones . (2020). Autoridad Portuaria Nacional. Obtenido de <https://www.apn.gob.pe/site/wp-content/uploads/2020/10/pdf/MFPEDZYOSYVHGQT8R51Q9NGAXUJLWKBOVRB K.pdf>

Municipalidad Provincia del Callao. (s.f.). Municipalidad Provincia del Callao. Obtenido de Municipalidad Provincia del Callao: <https://www.municallao.gob.pe/index.php/la-provincia/resena-historica-del-callao> Organización Marítima Internacional. (s.f.). OMI. Obtenido de <https://www.imo.org/> Organización Mundial de la Salud. (s.f.). OMS. Obtenido de <https://www.who.int/es> Pablo, P. (Septiembre de 2019). Análisis de la Competitividad de los Principales Puertos Marítimos de América del Sur. Análisis de la Competitividad de los Principales Puertos Marítimos de América del Sur. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Real Academia Española. (2020). Diccionario de la lengua española. En R. A. Española, Diccionario de la lengua española (DLE) (pág. versión electrónica 23.4). Obtenido de dle.rae.es: <https://dle.rae.es/puerto>

Repetto, M. S. (2020). cepal.org. Obtenido de CEPAL: https://www.cepal.org/sites/default/files/presentations/miriam_repetto/presentacion_-_efectos_y_desafios_frente_a_la_pandemia_en_el_sector_portuario_.pdf

Rua, C. A. (2006). Los puertos en el transporte marítimo. España: EOLI: Ingeniería d'Organització i Logística Industrial.

Santos Port Authority. (s.f.). Santos Port Authority. Obtenido de Santos Port Authority: <http://www.portodesantos.com.br/>

Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias. (s.f.). COE. Obtenido de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/coe-nacional/>

Subsecretaría de Puertos y Transporte Marítimo y Fluvial (SPTMF). (s.f.). Ministerio de Transporte y Obras Públicas. Obtenido de <https://www.obraspublicas.gob.ec/puertos-y-transporte-maritimo-y-fluvial/>

SuperTransporte Colombia. (2019). Tráfico Portuario en Colombia año 2019. SuperTransporte Colombia. (2020).

SuperTransporte Colombia. Obtenido de www.supertransporte.gov.co: https://www.supertransporte.gov.co/documentos/2020/Febrero/Puertos_07/BOLETIN- TRAFICO-PORTUARIO-2019.pdf

SuperTransporte Colombia. (2020). Tráfico Portuario Colombia 2020.

Talet, P. (2013 de Abril de 2013). National Geographic. Obtenido de National Geographic: <https://historia.national-geographic.com>.

UNCTAD. (2020). Informe sobre el Transporte Marítimo 2020 de la UNCTAD: resumen y estimaciones sobre América Latina y el Caribe. Obtenido de UNCTAD: <https://unctad.org/es/press-material/informe-sobre-el-transporte-maritimo-2020-de-la-unctad-resumen-y-estimaciones->

e
s
empresa & sociedad
Negocios desde
la academia

Estrategias de reactivación del turismo sostenible para el impulso económico y competitivo del cantón Esmeraldas, post pandemia

Sustainable tourism reactivation strategies for the economic and competitive boost of the Esmeraldas canton, post-pandemic

Vanessa Elizabeth Ballesteros²²
Gorki Aguirre²³

Resumen

El presente trabajo tiene como función principal dar a conocer las riquezas turísticas de la provincia de Esmeraldas; las que no han sido del todo potencializadas por la falta de atención gubernamental. En este sentido; se ha hecho una revisión de los lugares más importantes, para que sean gestionados desde planes estratégicos que son parte integral de este estudio, en los que deben involucrarse la comunidad, en conjunto con actores sociales, colectivos culturales y entidades gubernamentales; los que servirán como base para promover el turismo en una zona políticamente alejada de los centros de poder. Bajo este contexto, se hace un enfoque en el turismo sostenible que puede desarrollarse en diferentes zonas que se han visto afectadas por la pandemia del covid 19. Cabe destacar que las estrategias y procedimientos a seguir están fundamentadas en los contenidos para el desarrollo turístico contemplados por la Organización Mundial del Turismo (OMT). De este modo, el presente estudio apunta a que se dinamice la economía en la región, desde una consciencia de preservación del espacio y del territorio.

Palabras clave:
Desarrollo Turístico Sostenible,
Estrategias, Plan Sectorial, OMT

22 Licenciado en Turismo. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador
23 Magíster en Turismo. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ecuador

Abstract

The main function of this work is to publicize the tourist riches of the province of Esmeraldas: those that have not been fully potentiated due to the lack of government attention. In this sense; A review of the most important places has been made, so that they are managed from strategic plans that are an integral part of this study, in which the community must be involved, together with social actors, cultural collectives and government entities; those that will serve as a base to promote tourism in an area politically far from the centers of power. In this context, a focus is made on sustainable tourism that can be developed in different areas that have been affected by the covid 19 pandemic. It should be noted that the strategies and procedures to be followed are based on the contents for tourism development contemplated by the World Tourism Organization (UNWTO). In this way, the present study points to the revitalization of the economy in the region, from an awareness of the preservation of space and territory.

Keywords: Sustainable Tourism Development, Estrategies, Sector Plan, OMT

Introducción

Esmeraldas es el cantón principal por ser capital de la provincia que lleva su mismo nombre; en el ámbito turístico posee elevados índices de potencialidad, la riqueza de sus recursos naturales se ve reflejada en sus diferentes playas y sus balnearios de agua dulce que cuentan con paisajes acogedores. El desarrollo sostenible del turismo está directamente relacionado con la distribución equitativa de los recursos y beneficios. Expertos Científicos en Turismo, definen que el turismo sostenible es “aquel que mantiene el equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos”. (Hermys Lorenzo Linares, 2014) La OMT agregaría más tarde que el turismo sostenible “atiende las necesidades de los viajeros actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro”. Siendo esta una de las razones por las que se considera importante el turismo sostenible. (Organización Mundial del Turismo, 2005)

Esmeraldas muestra un estancamiento de la gestión turística siendo evidentes las falencias en la aplicación del Plan Sectorial Turístico sostenible, el cual fue entregado por la ministra de Turismo, Rosa Prado de Holguín el pasado diciembre, dicho estancamiento se incrementó en la actualidad por la emergencia sanitaria, las pérdidas aun no cuantificadas, se estiman millonarias, puesto que hay comunidades en condiciones difíciles, servicios básicos colapsados, negocios, sitios y varios servicios turísticos en crisis por efectos que causan las restricciones de esparcimiento público.

Por esta razón, la importancia del presente trabajo de investigación se concentra en el análisis de las diferentes estrategias que presenta el plan antes mencionado para identificar, clasificar y dar a conocer las estrategias más importantes que específicamente impacten en el aspecto económico y competitivo del caso de estudio. De tal manera que sirva como guía a todos los interesados, para dar prioridad a dichas estrategias. De acuerdo con lo mencionado anteriormente surge la interrogante ¿Cuáles son las estrategias de turismo sostenible que influyen en el ámbito económico y competitivo del cantón Esmeraldas?, la respuesta a la misma se desarrollará en el presente estudio para el cual planteamos los siguientes objetivos.

Objetivo General

Proponer estrategias de desarrollo turístico sostenible para contribuir al impulso económico y competitivo del cantón Esmeraldas, post pandemia.

Objetivos Específicos:

1. Argumentar las variables relacionadas a estrategias de turismo sostenible y su contribución al aspecto económico y competitivo en un destino turístico.
2. Analizar el actual Plan Sectorial Turístico sostenible que se lleva a cabo en el cantón Esmeraldas para fundamentar el presente estudio.

3. Determinar estrategias específicas de turismo sostenible que impactan el ámbito económico positivamente, al ser ejecutadas como herramientas que permiten mejorar la competitividad del cantón como destino turístico.

Desarrollo turístico sostenible / Desarrollo Temático

En esencia, el desarrollo sostenible se conoce como un proceso de transformación que se origina durante la explotación de recursos, pues al ser el turismo una industria de gran importancia en todo el mundo, esta se expande día con día por la cantidad de turistas que se desplazan para conocer ciertos lugares, además de ser un gran atractivo; también resulta ser una gran inversión que en la actualidad permite obtener un avance desde un aspecto tecnológico, lo que involucra cambios a nivel institucional, de modo que pueden funcionar de forma armónica y a partir de allí se logre reforzar a futuro, dando respuesta a las necesidades humanas demandadas, ya que es fundamental elevar la cultura turística en cada uno de los habitantes como entes actores directos en la ejecución de las actividades que generan la atracción turística (Gómez, Mantilla, Posso, & Maldonado, 2018).

En concordancia a lo mencionado, la Organización Mundial del Turismo define el desarrollo de turismo sostenible como (2005):

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. (párr. 1).

De acuerdo como lo señala la OMT, es importante que la aplicación de directrices y las prácticas sean desarrolladas tal como se establecen en cualquier destino turístico, pues es necesario que se preserve los principios de sostenibilidad, ya que de esta manera se puede mantener el equilibrio entre el medio ambiente, la sociocultura y la economía, sin olvidar que el turismo crea un efecto colateral en las actividades productivas que se desarrollan dentro de las sociedades o comunidades que incursionan en él. Así, aparte de ser una actividad próspera, estimula inversiones en infraestructuras; las mismas que embellecen el ornato de los pueblos, beneficiándose así mutuamente tanto turistas como residentes.

Siendo consciente de que el desarrollo sostenible involucra la diversificación dentro del entorno económico; y que este, a su vez solo puede lograrse a través de una distribución equitativa de beneficios, es necesario que cada proyecto a desarrollar sea viable a futuro que registren el progreso de las actividades económicas locales, por ello es necesario que en cada programa a proponer este incluido líneas de acción como el crecimiento equilibrado, la rentabilidad económica y social y por último la valoración junto con la preservación del patrimonio, así lo señala Pérez (2017).

Competitividad Turística

La competitividad y sostenibilidad se entienden como conceptos complementarios y esta unión pasa ineludiblemente, entre otros aspectos, por el respeto, la conservación y la valorización del patrimonio natural y cultural. Exigencia que se hace aún más necesaria cuando se trata de incorporar los espacios naturales protegidos como destinos turísticos (pág. 167).

Cuando se considera todo lo que involucra la preservación de un espacio y la calidad a nivel turístico, es importante tener presente el efecto que crea la competitividad, por ello dentro de la planificación debe involucrarse la capacidad de lograr cierto nivel de intervención que puede alcanzar el turismo dentro del ambiente y de ese modo no ocasionar daño en las áreas establecidas para los turistas sin sobrepasar la capacidad de carga del lugar.

De acuerdo con lo que manifiesta García, Carreño, & Doumet (2016) la gestión turística por ser un proceso diná-

mico debe ser eficiente y organizado, que permita plantear planes más adaptativos a las circunstancias y acciones que el ente encargado proponga, de manera que sea más sencillo de controlarlo, y cada integrante pueda ejecutar sus funciones para que se logre el desarrollo completo de las estrategias, solo así se puede garantizar al visitante una buena y satisfactoria experiencia, de lo contrario la mala gestión puede causar un daño grave en el equilibrio económico, social y a nivel de gobernanza en el entorno turístico.

El aspecto de mayor importancia cuando se trata del desarrollo turístico son los recursos turísticos, pues con base en ellos y en sus características es posible que se pueda crear un conjunto de actividades a realizar por parte del visitante, sea de carácter natural o cultural, pues así es posible que se obtenga una oferta turística atrayente, incluyendo hechos de carácter social, ya que cualquiera de estos aspectos son los más incluyentes en el turismo (León, 2016). En cuanto a la actividad turística que trae consigo el desarrollo, este impacta directamente a nivel económico que se vincula a la afluencia de visitantes o turistas que puede fortalecer el comercio local y dar creación a la apertura de nuevos negocios, de modo que se pueda cubrir distintas necesidades como alojamiento, entretenimiento, movilización o transporte y alimentación, ampliando mayores plazas de empleo y beneficiando el progreso del lugar (Troya, 2015).

Estrategias Sostenibles

Respecto a la importancia de las estrategias para impulsar el sector turístico, es necesario tener presente que para este el sector económico incide más de lo que se pueda creer, por tal razón si la economía ha sufrido un desequilibrio el sector turístico también y esto es posible evidenciarlo en países o regiones donde el turismo es parte esencial de la economía del Estado, aún más si conforma el PIB y del porcentaje de empleo cubierto por dicho sector.

En cuanto al impacto que la actual pandemia ha causado, el turismo ha mermado no solo a nivel local sino también mundial, causando un déficit en el sector económico turístico incluso en temporadas de mayor afluencias de turistas, por tal motivo; es necesario que se planteen nuevas estrategias acordes a las situaciones actuales, que contemple actividades apegadas a los distintos mejoramientos continuos, pudiendo así posicionar el lugar en una ubicación más llamativa dentro del mercado, la creación de ventajas competitivas será el elemento de mayor determinación que dentro del turismo sostenible debe brindar viabilidad, con su debida revisión permanentemente que permita conocer el cumplimiento y aporte que debe requerir la actividad turística dentro de la subsistencia a largo plazo (Bauzá, Melgosa, Rondón, Troitiño, & Muler, 2020).

Pandemia 2020

De acuerdo con información que sostiene Adamuz (2020), cuando ocurren crisis siempre existe un amplio debate sobre incursionar en la innovación, lo que produce un nuevo paradigma sobre lograr un nuevo acoplo a la realidad del planeta, pues ahora la importancia recae en crear espacios como burbujas de eliminación de riesgo, que ya no se establecerá en resort ni puntuales centros urbanos y/o sitios catalogados como premium, estos deberían ser reemplazados por modelos de convivencia que se puedan desarrollar en un entorno socioecológico; siendo basado en el cuidado de persona a persona y por supuesto en la preservación del medio ambiente.

La Organización mundial del Turismo (2020), señala que debido a la situación actual con el brote del COVID-19 puede afectar gravemente, incluso más que el sector económico, por ello es importante que tanto turistas como integrantes de este sector posea información actualizada y confiable, por tal motivo subraya que es necesario cooperar conjuntamente con los organismos principales, como lo son la Organización Mundial de la Salud y el organismo de la Naciones Unidas, de manera que se pueda obtener información más certera en cuanto al brote y cómo prevenir o disminuir el impacto de la misma (Organización Mundial de la Salud, 2020).

Asimismo, ofrecer garantía bajo medidas de seguridad, especialmente durante los viajes y también comercio internacional, de modo que se reduzca repercusiones a través de estas gestiones, considerando a su vez la posición de los países más afectados con este brote, lo que impulsa la atención en la resiliencia turística, aportando ayuda para

poder recuperar todo lo que sea posible. Cabe destacar que, bajo tales condiciones a las cuales está sometida la población mundial y por estar la totalidad de patrimonios cerrados que ronda casi el 80 %, es posible que el sector cultural deba ser impulsado a través de arte, incluso cines para que se refuerce la identidad cultural: de manera que lo destinos turísticos sean mejor conocidos.

En tal sentido, debido al reto que se debe afrontar ante la pandemia la opción más objetiva y cooperativa recae en la reinención, pues la situación invita a crear alianzas y/o colaboraciones que permite variar las distintas ofertas alcanzando mayor público, beneficiando el desarrollo de distintas capacidades en los empleados y población, alcanzando un apoyo a nivel mundial bajo condiciones óptimas, para ello la OMT (2020) aconseja que se mejore el intercambio de la información y cualquier dato importante entre los sectores, acopladas a las condiciones. Adicional a ello, también señala la importancia de alianzas innovadoras tal como ya se señaló, sumando a esto, la inspiración a largo plazo de mantener la sostenibilidad del turismo cultural, incentivándolo a través del marketing turístico y de esta manera lograr asentar el turismo responsable.

De igual forma, esta organización manifiesta la importancia de alcanzar una fuerza de trabajo para el turismo, y por ende para la cultura, con la finalidad de que sea resiliente, considerando los perfiles profesionales de cada empleado que labora en el sector cultural y turístico. Bajo este aspecto se van a desarrollar mejores capacidades de forma inmediata, recuperando estos sectores a través de la producción de soluciones creativas y por ende inventivas. En este sentido; se mantendrá el talento humano existente y al mismo tiempo se fortalece cualquier estructura dentro de la gobernanza, que pueda ser coordinado; pues es importante aprovechar tal situación, para que se logre crear modelos socio tecnológicos que puedan elaborarse plataformas de intercambio de información con comunicación efectiva. Todo esto para lograr atraer nuevo público que sienta vínculos emocionales entre ciudadanos y los trabajadores que dan a conocer la cultura.

En cuanto al turismo en el Ecuador, el Ministerio de Turismo decidió potenciar el mercado interno post Covid-19, esto con el fin de recuperar el mercado nacional, por ser una prioridad para los habitantes de la región, se ha mencionado impulsando el turismo nacional, de manera que los empleos se pudiesen mantener y la actividad no decaiga, sin embargo para esto se estableció una cooperación con la empresa privada para alcanzar resultados más importantes y positivos, incluyendo las recomendaciones que mencionó la OMT, donde indica que la prioridad a nivel internacional deberá ser para países que conforman la región, como Colombia y Perú, de manera que se pueda fortalecer el turismo y bajo el mismo lineamiento también trabajar con el mercado canadiense y estadounidense, pues los turistas provienen en mayor auge de los EEUU y Canadá (Ministerio de Turismo, 2020) (MINTUR, 2020).

De acuerdo con lo que señala un reporte de la Universidad Tecnológica Particular de Loja (2020), indica que el Ecuador es uno de los tantos países afectados por la pandemia, por lo cual el sector turístico se verá afectado en un 30%, ya que sus principales fuentes de mercado como los EEUU, España, Colombia y Perú también se han visto afectados, siendo reflejado en el cierre de la balanza comercial para el año actual, de acuerdo con lo que señala el INEC (2020) en sus comunicado, debido a la pandemia se dificultó la recolección de información para determinar las tasa de empleo y desempleo para Marzo de 2020, debido a la contingencia, los operativos de campo fueron suspendidos, sin embargo investigadores manifiestan con referencia a los datos de empleos del año 2019 que alrededor de 600mil personas conformaban el sector turístico y que ante este hecho, es posible que se esté frente a dos escenarios, el primero que exista un reducción de al menos un 20% en la industria del turismo donde se pierda una gran cantidad de puestos de trabajo, aproximadamente 88.829, mientras que el segundo escenario señala que la reducción sea de un 30%, alcanzado la pérdida de 133.230 empleos, dentro de los cuales ingresan pequeñas y medianas empresas que constituyen el 90% de toda la planta turística del país (OIT, 2020).

Por tal motivo, es necesario crear un conjunto de propuestas que permita la reactivación de este sector, iniciando con la adaptación al cambio imprescindible que se produce por la pandemia, esto permitirá que siga funcionando este sector, contribuyendo con la implementación de prácticas beneficiosas a nivel de salubridad en cualquier entorno sea rural o urbano, lo que permitirá preparar a dueños y empleados al arribo de turistas. También será necesario crear nuevos productos turísticos orientados tanto a visitantes como turistas bajo estrictas normas sanitarias y finalmente, la liquidez mínima para la subsistencia de las empresas, creando competencias novedosas y capacitando al personal con habilidades acordes a las circunstancias (Herrera, 2020).

Plan Sectorial Turístico Sostenible

Dentro del Plan Sectorial Turístico Sostenible entre al año 2019 al 2023 que posee el cantón Esmeraldas (2019), se contemplan distintos factores como el ambiental, el económico, el social, el cultural y el político, pues todos estos forman parte importante del entorno y a la vez se vincula con la situación turística actual, el primer factor posee grandes características por su ubicación geográfica y su orografía, el segundo factor se involucra con el empleo por lo que las actividades del sector son de manufactura, agropecuario, comercio y territorio piscícola, ya para el factor social el 83.04% se encuentra ubicado en el sector urbano mientras que solo el 19,96% se halla en la zona rural, del cual solo el 51,4% corresponde al género femenino y el 48,6% al masculino.

Asimismo, el factor cultural es esencial en el turismo, por lo que es importante los distintos grupos étnicos que se hallan dentro del cantón, junto a su estructura y organización, considerando dentro de este los grupos afrodescendientes de algunas comunidades, que se produjeron a través de flujos migratorios en épocas anteriores lo que enriqueció aún más la variedad de etnias, por último el factor político es el más establecido pero con una distribución desequilibrada por la mayor movilización y goce de necesidades básicas que no se observa en muchas áreas de los territorios rurales (Calderón, 2020).

Con base en lo mencionado, cabe recalcar que el diseño de estrategias puede conducir a mejoras significativas dentro del sector turístico, por lo que el objetivo es crear un desarrollo turístico sostenible en el cantón Esmeraldas; que no solo cumpla con los lineamientos que señala la OMT sino además cumpla con los objetivos planteados de acuerdo al plan sectorial del mismo cantón y a su vez satisfaga a los turistas en cuanto a experiencia y visita, por ende la capacitación de personal como comuneros pueden impulsar más asertivamente este sector, con la ayuda del GAD que puede aportar en el fortalecimiento de todo lo que involucra la red turística desde el ámbito comunitario y ecológico.

Metodología

De acuerdo con la naturaleza de la investigación, esta corresponde a una metodología fenomenológica de diseño cualitativo, del cual se pudo obtener datos importantes sobre el impacto que ha tenido el turismo, especialmente a nivel local, como es el caso del cantón de Esmeraldas, que bajo una investigación descriptiva permitió identificar la importancia de la planta turística, pues esta localidad posee alrededor de 495 empresas dedicadas al turismo que proporciona alojamiento, restaurantes, áreas de recreación, entretenimiento y actividades turísticas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) (Fidias, 2016).

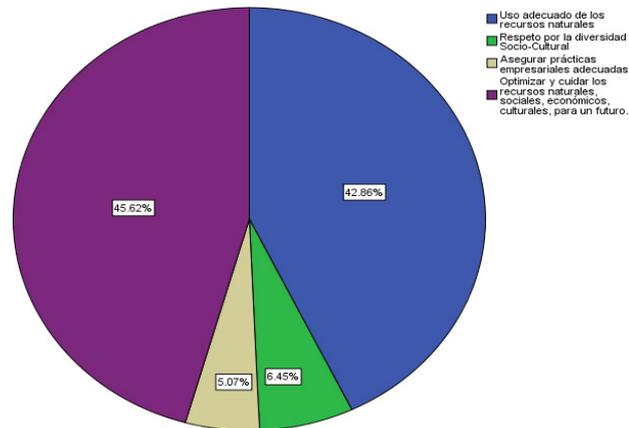
Respecto a los métodos evidenciados, se pudo determinar que el carácter inductivo permitió identificar gran parte de lo que corresponde al desarrollo turístico, la cultura, los elementos y todo lo que se relaciona con ello, como el nivel de sanidad y por ende la preservación del entorno de flujos migratorios en épocas anteriores lo que enriqueció aún más la variedad de etnias, por último el factor político es el más establecido pero con una distribución desequilibrada por la mayor movilización y goce de necesidades básicas que no se observa en muchas áreas de los territorios rurales (Calderón, 2020).

Con base en lo mencionado, cabe recalcar que el diseño de estrategias puede conducir a mejoras significativas dentro del sector turístico, por lo que el objetivo es crear un desarrollo turístico sostenible en el cantón Esmeraldas que no solo cumpla con los lineamientos que señala la OMT sino además cumpla con los objetivos planteados de acuerdo al plan sectorial del mismo cantón y a su vez satisfaga a los turistas en cuanto a experiencia y visita, por ende la capacitación de personal como comuneros pueden impulsar más asertivamente este sector, con la ayuda del GAD que puede aportar en el fortalecimiento de todo lo que involucra la red turística desde el ámbito comunitario y ecológico.

Respecto a los métodos evidenciados, se pudo determinar que el carácter inductivo permitió identificar gran parte de lo que corresponde al desarrollo turístico, la cultura, los elementos y todo lo que se relaciona con ello, como el nivel de sanidad y por ende la preservación del entorno ambiental, bajo este razonamiento se planteó la técnica e

instrumento de la encuesta, siendo aplicada a la población representantes empresariales, con una muestra de 217 representantes a los cuales se les dio a conocer las 11 interrogantes, del cual se determina lo siguiente:

Resultados



De acuerdo a los resultados provistos por los representantes empresariales se pudo observar que el 45.6% mencionaron que para ellos el turismo responsable consiste en optimizar y cuidar los recursos naturales, sociales, económicos, culturales, para un futuro, el 42.9% indicó que el turismo sostenible se basa en el uso adecuado de los recursos naturales, el 6.5% seleccionaron la opción de respeto por la diversidad socio-cultural y el 5.1% indicaron que el turismo responsable consiste en asegurar prácticas empresariales adecuadas.

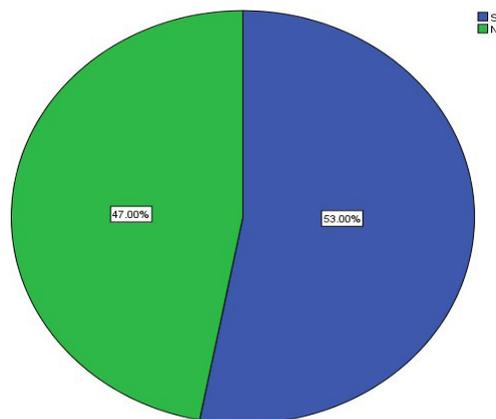


Figura 2. Turismo sostenible empresarial. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Se consultó a los representantes empresariales sobre si en sus negocios desarrollaron alguna actividad de turismo sostenible. Los resultados sugieren que el 53% mencionaron que si lo hacen mientras que el 47% indicaron que en sus negocios no hacen ninguna actividad relacionada con el turismo responsable.

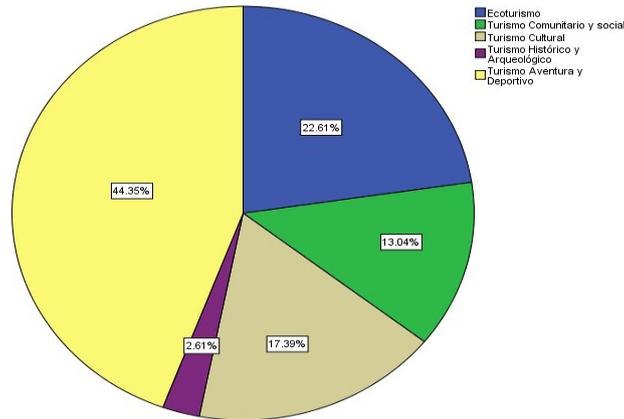


Figura 3. Actividades de turismo sostenible. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

En la siguiente sección de la encuesta se les preguntó a los representantes empresariales que si han hecho turismo sostenible y qué actividad han desarrollado. En este sentido, el 44.3% de los encuestados seleccionaron la opción de Turismo Aventura y Deportivo, el 22.6% indicaron el ecoturismo, el 17.4% señalaron que realizan el turismo cultural, el 13% eligieron la opción de turismo comunitario y social y el 2.6% optaron por la opción de turismo histórico y arqueológico.

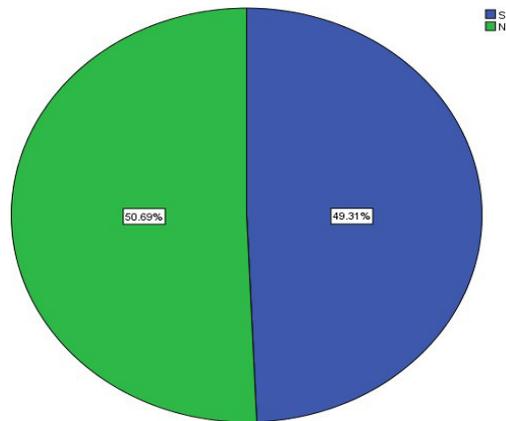


Figura 4. Aplicación de regulaciones para implementar desarrollo sostenible. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Se consultó a los representantes empresariales sobre si en su cantón se han elaborado las regulaciones adecuadas para un uso e implementación del Turismo Responsable o sostenible. Los resultados demuestran que el 50.7% mencionaron que no lo han hecho mientras que el 49.3% indicaron que el gobierno si ha realizado regulaciones al respecto.

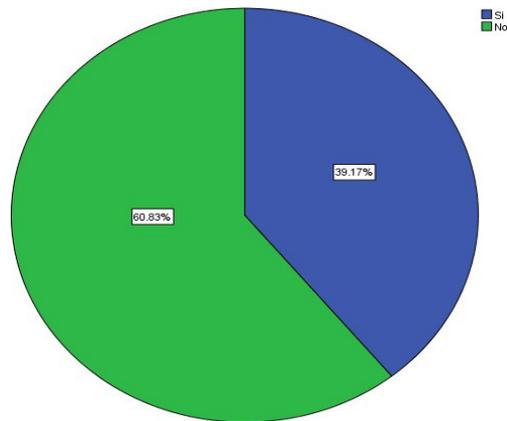


Figura 5. Conocimiento sobre el Plan Sectorial Turístico. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Se consultó a los representantes empresariales sobre si tienen conocimiento acerca del Plan Sectorial Turístico que se lleva a cabo en su cantón. Los resultados sugieren que el 39.2% mencionaron que si lo conocen mientras que el 60.8% indicaron que en sus negocios no tienen idea del plan sectorial turístico.

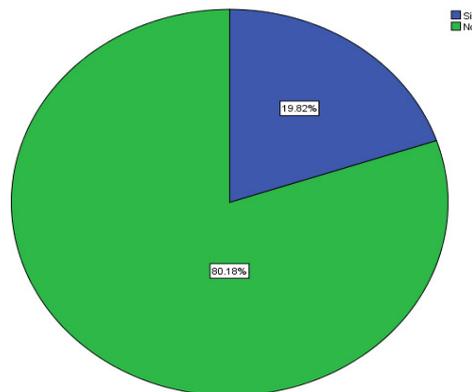


Figura 6. Invitación del gobierno a formar parte del Plan Sectorial Turístico. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Se consultó a los representantes empresariales sobre si el gobierno los ha invitado a formar de alguna iniciativa sobre el plan sectorial turístico. Los resultados sugieren que el 19.8% mencionaron que si lo han invitado mientras que el 80.2% indicaron que en sus negocios no lo han invitado.

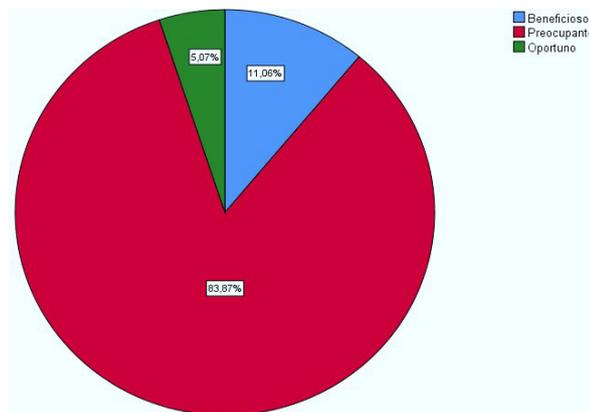


Figura 7. Calificación del impacto del covid-19. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

De acuerdo a la información que señalaron los representantes de las empresas, el impacto que generó el brote de Covid-19 fue calificado como preocupante por un 83,9%, ya que esto incidió en la apertura de negocios y la obtención de ingresos económicos, a diferencia del 11,1% de representantes que expuso que la condición puede calificarse como positiva, por lo que se podrá impulsar el turismo local y nacional, lo que fortalecerá el enriquecimiento cultural y social, mientras que el 5,1% expresa que la situación actual fue oportuna para crear e identificar ideas que puedan desarrollarse e impulsar desde otra perspectiva el turismo.

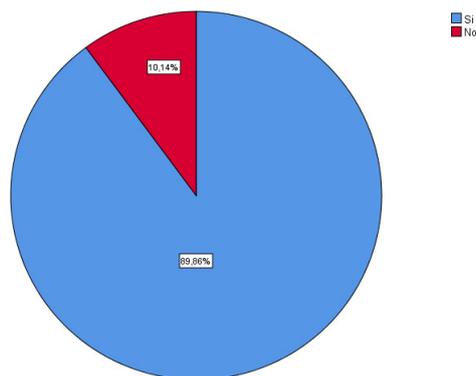


Figura 8. Reinención del desarrollo turístico. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Al conocer la opinión sobre si es beneficioso reinventar el modelo de desarrollo turístico, el 89,9% de los representantes señalaron que efectivamente el brote de Covid-19, creó una nueva perspectiva en el sector de turismo del cantón Esmeraldas y por ello es necesario considerar revisar y reorientar el plan y/o estrategias.

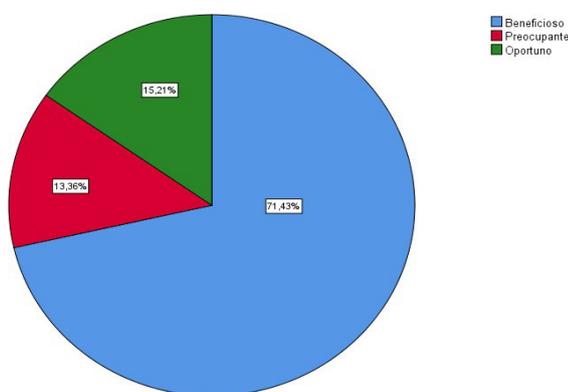


Figura 9. Impulso del turismo interno post covid-19. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Por otra parte, en cuanto al consejo de la OMT sobre impulsar el turismo interno post covid, el 71,4% de los representantes de empresas turísticas señalaron ser beneficioso por lo que el sector turístico local y regional deberá apoyar y prestar todo el servicio posible, enriqueciendo la cultura, la economía y el entorno social, otorgando seguridad a los empleados de dichos sectores, similar a ello el 15,2% expresa que esta orientación por el organismo internacional es una gran oportunidad, porque puede influir en la población nacional y en el aporte histórico del Estado.

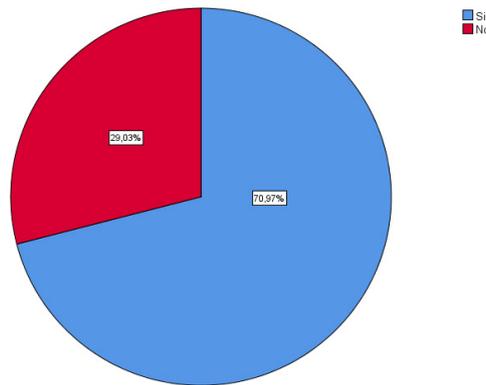


Figura 10. Fortalecimiento economía local post covid. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Para los representantes empresariales el turismo post covid, no solo es posible fortalecer la economía local sino además el sector turístico nacional, por ello el 71% de los encuestados señaló que sí, mientras que un 29% indicó que si bien puede fortalecer el sector cultural es posible que continúe afectado en gran medida por no poder recibir turistas extranjeros con mayor ingreso económico.

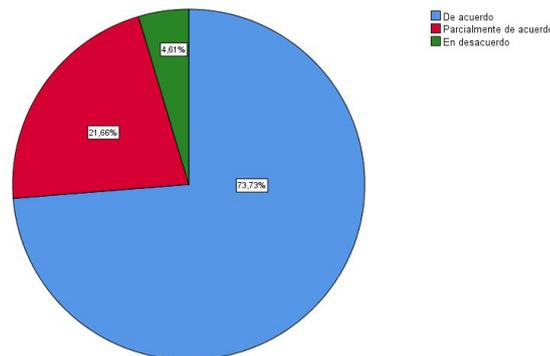


Figura 11. Apoyo gubernamental para impulsar el turismo interno. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

De acuerdo con lo que señalan los representantes, el 73,7% expresa estar de acuerdo en la necesidad del apoyo gubernamental y local, para alcanzar mejores beneficios en el ámbito ambiental, social y económico, mientras que el 21,7% indica estar parcialmente de acuerdo con el hecho de tener apoyo gubernamental, pero también de otras empresas que puedan afiliarse.

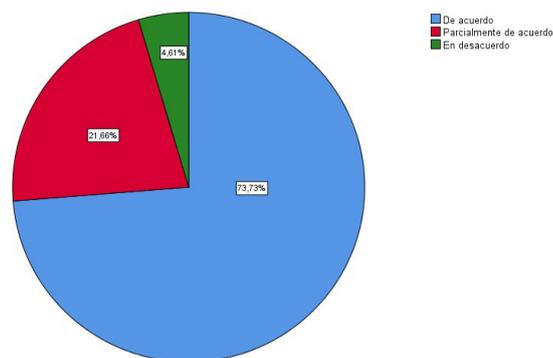


Figura 11. Apoyo gubernamental para impulsar el turismo interno. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

De acuerdo con lo que señalan los representantes, el 73,7% expresa estar de acuerdo en la necesidad del apoyo gubernamental y local, para alcanzar mejores beneficios en el ámbito ambiental, social y económico, mientras que el 21,7% indica estar parcialmente de acuerdo con el hecho de tener apoyo gubernamental, pero también de otras empresas que puedan afiliarse.

Propuesta

Obtenidos los resultados provenientes de los encuestados se pudo conocer que estos señalan la importancia y apoyo que proporciona el órgano internacional y a su vez de los entes gubernamentales del Estado, por otra parte, tras la investigación y análisis de información recabada se pudo identificar que el sector turístico debe crear y desarrollar un conjunto de estrategias acordes a la situación actual, que impulse el turismo interno pero bajo condiciones sanitarias favorables, por esto es evidentemente necesario que se planteen nuevas estrategias que reactiven este sector, para ello se expone el siguiente esquema que contempla las estrategias:

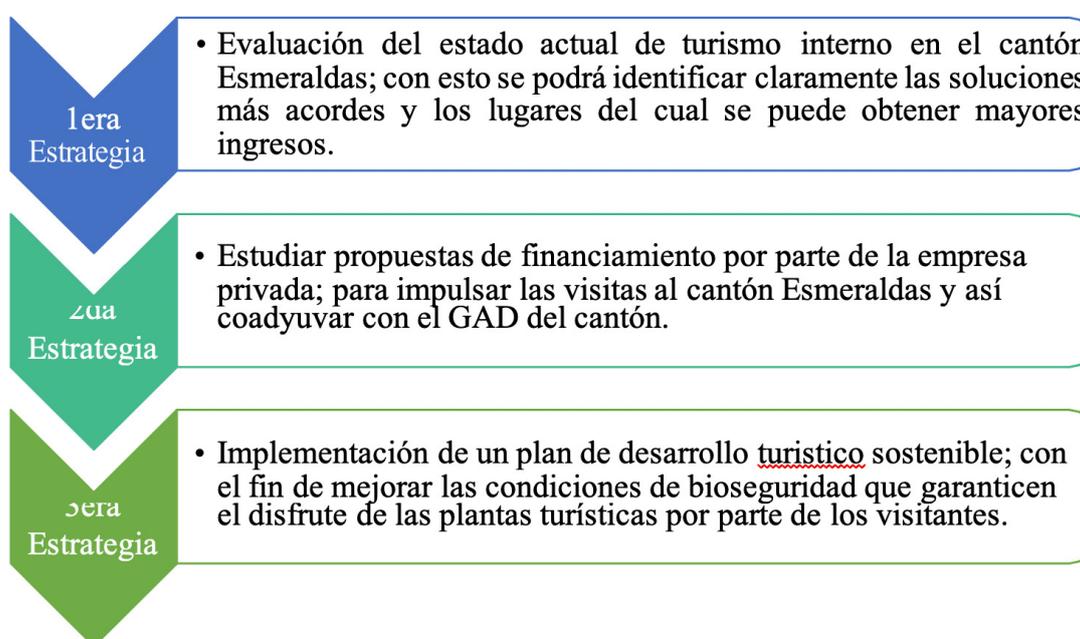


Figura 6. Estrategias para la reactivación. Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Estrategia 1

En relación con el contexto de desarrollo de la estrategia 1, esta se encuentra orientada a determinar la situación actual en la que se encuentra el cantón Esmeraldas con relación a los factores de turismo que se deberían potenciar para generar una reactivación económica después de la emergencia sanitaria que se ha vivido durante la mayor parte del presente año.

Para esto se creará una serie de criterios de evaluación que serán aplicados en cada punto que se considere que cuente con potencial turístico, evaluando así de manera específica que cumpla con las posibles necesidades que presenten los visitantes, entre estos criterios se encuentran:

- Componente natural. – Bajo este criterio se realiza un análisis de las condiciones ambientales que presenta cada uno de los sitios a evaluarse, y que se considere que cuenta con potencial turístico, cabe recalcar que en este factor, es indispensable que los espacios naturales no presenten deterioro o sobre explotación de recurso.
- Componente social. – Bajo el contexto de este factor se analizará los beneficios que puede presentar el proyecto

de potenciación del turismo y la factibilidad social que se tendrá, es decir el apoyo que puede brindar la comunidad de estos lugares, para que el sector sea más concurrido por visitantes.

- **Componente histórico.** – Muchos turistas se ven impulsados a la visita de distintos lugares por su riqueza cultural, conocer y determinar que lugares cuentan con acontecimientos y aspectos culturales, es un factor clave para que de esta forma se puedan potenciar.
- **Valor recreacional.** – Otro de los elementos importantes a considerarse recae el valor recreacional que estos lugares puedan presentar, verificando que estos puntos cuenten con elementos de distracción y recreación, contando con una serie de actividades que llamen la atención de los visitantes e impulse su desarrollo turístico.
- **Componente gastronómico.** – Este factor se considera uno de los que mayor fuerza presenta en la motivación de la llegada de los visitantes, por lo tanto, se debe constatar que cada lugar cuente con una diversidad gastronómica propia de la zona, capturando la esencia del lugar donde se prepara y representa un rasgo de autenticidad permitiendo el rescate y valoración de su cultura gastronómica.
- **Seguridad.** - Al promocionar un destino turístico se debe tomar en cuenta que los mismos garanticen la seguridad de los visitantes, a través de hoteles seguros, información de Unidades de Policía Comunitaria cercanos, y hospitales o centros de salud para atender cualquier emergencia.

Una vez determinados los criterios a evaluarse, es importante definir la escala de valoración que se puede emplear, esta escala determinara la factibilidad de cada criterio con la siguiente denominación: 1=Bajo, 2=medio y 3=alto, donde al final se realizara una ponderación total por cada uno de los lugares evaluados determinando que si con la suma de todos los criterios dan como mínimo una ponderación de 12, el sitio es apto para ser potenciado como lugar turístico, de tal manera que se identifique que sitios presentan mayor factibilidad.

Estrategia 2

Una vez culminado con la etapa de análisis situacional correspondiente a la estrategia 1, donde se identifica los lugares que presentan mayor factibilidad de desarrollo turístico. Se da paso al comienzo de la ejecución de la estrategia 2, misma que se encuentra enfocada en la especificación de los factores a considerar para la obtención de financiamientos que se direccionen a potenciar los puntos débiles que se hayan encontrado en los lugares turísticos considerados.

Para que esto se dé, las personas interesadas en adquirir este tipo de financiamiento para la aplicación de una mejora deberán congregarse en una comunidad por cada uno de los sitios considerados, esto apertura mayores posibilidades de que pueda ser objeto de crédito con la obtención del financiamiento, tomando en cuenta las siguientes especificaciones:

Tabla 1. Cumplimiento de la promesa

Tipos de financiamiento	Financiamiento 1	Financiamiento 2
	Correspondiente a los criterios valorativos, por lo cual no se considera una cantidad excesiva.	Como un tipo de financiamiento que se acoja a las necesidades de las localidades que requieran mejoras más complejas y por ende un mayor nivel de capital.
Monto	Entre \$1.000 y \$5.000	Entre \$10.000 y \$30.000
Tasa	Del 5% al 10%	Del 5% al 10%
Plazo	De 1 a 3 años	De 5 a 10 años

Elaborado por: Ballesteros Zambrano

Estrategia 3

Como sección final de las estrategias se determina la implantación de las respectivas medidas de bioseguridad al plan a desarrollarse para que logre potenciar los lugares turísticos correspondiente al cantón Esmeraldas, para esto se considera la siguiente planificación:

- **Adaptación.** - Como parte inicial del plan se estipula la realización de las mejoras que necesiten realizar cada uno de los sectores considerados, estableciendo fechas de finalización simultaneas, para que todos los lugares se encuentren totalmente habilitados y listos para darle cobertura a las necesidades de los visitantes, una vez que se certifiquen.
- **Preparación y capacitación.** - En conjunto con del GAD del catón, se plantea la realización de charlas y capacitaciones orientadas a la atención a los turistas, dirigidas para los distintos dueños de negocios encargados de atender a los turistas, de tal manera que su atención sea la adecuada para asegurar que los visitantes retornen y recomienden el lugar.
- **Promoción.** - Como parte final de la estrategia, se plantea crear campañas de promoción masiva, con la utilización de medios digitales, promocionando con recursos audiovisuales los atractivos y las facilidades que oferta cada sector participante, con la objetividad de captar la atención de los futuros turistas y visitantes.

Las estrategias propuestas, se crearon con el objetivo de reactivar y repotenciar el turismo en el cantón Esmeraldas, especialmente durante la actual situación, pues es evidente que los planes de desarrollo turístico actual no poseen medidas de bioseguridad o de control en condiciones de pandemias o algún brote de virus, cualquiera que sea el caso, por tal motivo para crear un buen plan es necesario evaluar cómo se halla actualmente el entorno y estudiar propuestas de financiamiento que pueda ayudar a impulsar las visitas turísticas.

Conclusión

De acuerdo con la información contenida en el plan sectorial turístico del cantón Esmeraldas, se pudo conocer que este contempla diferentes ejes que se vinculan claramente con su desarrollo, incluyendo infraestructura, fortalecimiento de la empresa turística, incluido las regulaciones de actividades turísticas.

Mediante el análisis del plan sectorial se pudo evidenciar que este contempla cinco factores como el ambiental, económico, social, cultural y político, esto con el objetivo de lograr acoplar y trabajar con todos los recursos y aprovechamiento que otorga cada uno de estos, sin embargo, es necesario recalcar que el plan mencionado no posee consideraciones en cuanto a la bioseguridad que se amerita en la actualidad.

Dentro de las estrategias que se consideran para alcanzar un turismo sostenible, se pudo conocer que el modelo socio ecológico es el más idóneo, pues de esa manera es posible cooperar con el cuidado mutuo entre ciudadanos y a la vez con el entorno ambiental, fortaleciendo el turismo sostenible y a la vez contribuyendo con la reactivación de la economía en los destinos turísticos, cualesquiera que sean.

En cuanto a la creación de estrategias, la más importante recae en la creación de un plan de desarrollo que contemple estudios y evaluaciones del sector turístico, para de esa manera obtener de forma clara y precisa lineamientos que se apeguen a situaciones de carácter mundial que afecte a la población en cuanto a la salud y el esparcimiento.

Bibliografía

- Admuz, J. (2020). Las claves del turismo Post Covid-19. National Geographic.
- Bauzá, F., Melgosa, F., Rondón, L., Troitiño, L., & Muler, C. (2020). El turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación. Madrid: Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo AECIT.
- Calderón, G. (02 de Abril de 2020). <https://trafficamerican.com>. Obtenido de Turismo post crisis: <https://trafficamerican.com/turismo-post-crisis/>
- Espinoza, B. (2018). Estrategias de desarrollo turístico sostenible aplicadas al fomento productivo de la provincia de Santa Elena,. Guayaquil: Universidad Tecnológica empresarial de Guayaquil.
- Fidias, A. (2016). El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica. Caracas: Episteme C. A.
- García, N., Carreño, Á., & Doumet, N. (2016). Estrategias par ael desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de Abril (Ecuador). Manabí: ECA Sinergia.
- Gómez, J., Mantilla, J., Posso, M., & Maldonado, X. (10 de Abril de 2018). Ciclismo de Montaña como Motor del Desarrollo Sostenible del Turismo Local en Ecuador. Información tecnológica, 279-288. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642018000500279&lang=es
- Hermys Lorenzo Linares, G. M. (2014). Recuperado el Mayo de 2020, de PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural [en línea]. : <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130205003>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. Caracas: Mc Graw Hill.
- Herrero, V. (23 de Abril de 2020). www.uide.edu.ec. Obtenido de Y luego del covid-19 ¿qué pasará con el turismo?: <https://www.uide.edu.ec/y-luego-del-covid-19-que-pasara-con-el-turismo/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (8 de Julio de 2020). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de Covid-19 afecta publicación de ENEMDU: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/covid-19-afecta-publicacion-enemdu/>
- León, A. (2016). Diseño de estrategias para el complejo Baños de San Vicente para el desarrollo como producto turístico en el cantón Santa Elena. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Ministerio de Turismo. (23 de Junio de 2020). www.turismo.gob.ec. Obtenido de El Ministerio de Turismo potenciará el mercado interno post COVID-19: <https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-potenciara-el-mercado-interno-post-covid-19/> Ministerio de Turismo Ecuador. (2019). Plan sectorial turístico sostenible del cantón Esmeraldas (2019-2023). Esmeraldas: Mintur.
- MINTUR. (1 de Mayo de 2020). www.turismo.gob.ec. Obtenido de Turismo interno debe ser el primero en reactivarse después del COVID-19: <https://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-debe-ser-el-primero-en-reactivarse-despues-del-covid-19/>
- OIT. (2020). Observatorio de la OIT: La COVID-19 y el mundo del trabajo. Quinta edición . Organización Internacional del Trabajo.
- Organización Mundial de la Salud. (27 de Febrero de 2020). www.who.int. Obtenido de Declaración conjunta sobre el turismo y la COVID-19 - La OMT y la OMS hacen un llamamiento a la responsabilidad y a la coordinación: <https://www.who.int/es/news-room/detail/27-02-2020-a-joint-statement-on-tourism-and-covid-19---unwto-and-who-call-for-responsibility-and-coordination>

