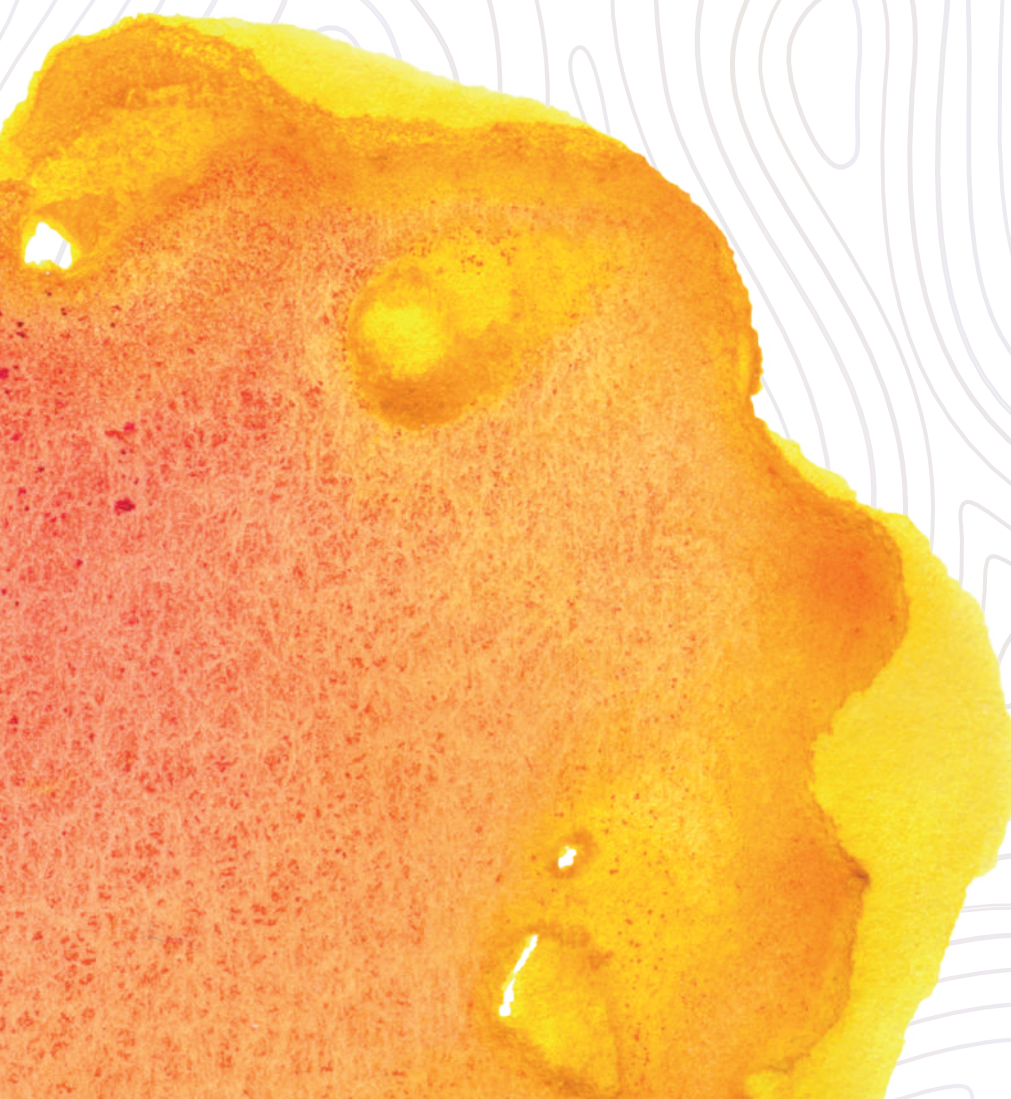


Revista Científica Online
Investigación & Negocios

ISSN ONLINE 2521-2737

| V.16 | No. 27 | AÑO 2023

<https://doi.org/10.3814/invneg.v15i26>



UNIVERSIDAD MAYOR, REAL Y PONTIFICIA SAN FRANCISCO XAVIER DE
CHUQUISACA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



Directorio de la Revista

Miguel Ángel Daza Bernal. MSc.
Editor en Jefe.

Patricia Daza Murillo. MSc.
Co-Editor.

Pedro Ribera Guardia. MSc.
Coordinador del Comité Asesor y Científico.

Betty Auxiliadora De La Hoz Suarez. MSc.
Coordinador del Comité Internacional de la Revista.

José Antonio Gutiérrez Choque. MSc.
Coordinador del Comité de Redacción, Diagramación y Maquetación.

Cristian Calderón Collazos MSc.
Coordinador del Comité Asesor y Científico.

Juan Pablo Campos Huaylla MSc.
Coordinador del Comité Técnico - Difusión

Víctor Manuel López Chumacero. Ing.Co.
Diseño Gráfico, Diagramación y Maquetación.

**Universidad
Mayor Real y Pontificia de
San Francisco Xavier de Chuquisaca**

Comité Arbitral

ABB. MSc.
MYHM. Ph.D.
FFC. Ph.D.
MIGC. MFM.
MRLVR. MSc.
LMA. Ph.D.
SMPC. Ph.D.
VPC. MSc.
IMPV. Ph.D.
GIRA. Ph.D.
MTSS. Ph.D.

Comité Científico

MSc. Paula Robayo - (Col)
MsC. Betty de la Hoz - (Ecu)
Ph.D. Yamilé Hayes - (Bol)
MsC. Edgar Olivares - (Ecu)
Ph.D. Aminta de la Hoz - (Col)
MPD. Arleth Manjarres Tete - (Col)

PRESENTACIÓN

La Revista Investigación y Negocios, es una revista que publica artículos originales en las áreas de las ciencias económicas y empresariales; que es editada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

El contenido de los artículos que aparecen en cada sección, expresan la opinión de los autores y no necesariamente la de los editores.

PREVENCIÓN CONTRA EL COVID-19: LA INTENCIÓN DE COMPRA DEL EUCALIPTO DE FAMILIAS DE LA CIUDAD DE SUCRE, de Ingrid E. Orlandini G., Veliz Montero Danna Antonela, Balcera Flores Ingrid Jhesenia, Nogales Taboada Jhannely, Gumiel Nava Litzzy Naydeli, Requelme Caceres Daniel, Callahuara Poma Jorge Marcelo, Hernani Bustillo Raúl Esteban, Tumiri Lazcano Diego Jairo, Huanca Chambi Magdalena Belén, Castro Portillo Diana Monserrat, con adscripción a la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca, (Bolivia).

RELACIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DE TELEVISIÓN POR CABLE. de Gabriel Ernesto Borrero Carrasco, Ingrid Estefani Sanchez Garcia, Vanessa del Carmen Agurto Cano, Edcel Antonio Córdova Acosta, Omar Rivera Calle, con adscripción Universidad César Vallejo (Perú).

EL EMPRENDIMIENTO Y SU APOORTE A LA ECONOMÍA ECUATORIANA, de Pierre Gilles Fernand Desfrancois, con adscripción Universidad Tecnológica Israel (Ecuador).

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y MOROSIDAD EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PERTENECIENTES A UNA ORGANIZACIÓN CONFESIONAL DE LA ZONA

SUR DEL PERÚ, de Mamani Ttito Edgar con adscripción Universidad Peruana Unión (Perú).

LÓGICA MULTIVALUADA EN EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, de Carmen Inés Barrientos Seborga, Consultora y Docente de Posgrado.

INCIDENCIA DE LA DEUDA EXTERNA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE BOLIVIA 1985-2019, de Susana Siony Mancilla Moreira, con adscripción a la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca, (Bolivia).

CONDICIONES LABORALES DE TRABAJADORES PETROLEROS Y BIENESTAR DE VIDA FAMILIAR EN SUCUMBÍOS ECUADOR, de Willan Antonio Elizalde Chamba, (Investigador Independiente), Marco Antonio Rojo Gutiérrez con adscripción a la Universidad Internacional Iberoamericana, (México).

IMPACTO DEL MARKETING RELACIONAL Y SU REPERCUCIÓN EN LOS RESULTADOS ORGANIZACIONALES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, de Isuiza Amasifuen Ledvin, Diaz Saavedra Robin Alexander con adscripción Universidad Peruana Unión (Perú).

CALIDAD DE SERVICIO COMO FACTOR DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES DE GAS DOMÉSTICO, de María Elvira Fernández Rosillo, Robin Alexander Díaz Saavedra, José Joel Cruz Tarrillo con adscripción Universidad Peruana Unión (Perú).

BASE MILITAR ESTADOUNIDENSE DE MANTA Y LA INFLUENCIA DE SU INSTALACIÓN Y RETIRO EN LA PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES ECUATORIANOS, de Sonia Cecilia Borja Torresano con adscripción Universidad de Guayaquil (Ecuador).



Revista Científica

Investigación&Negocios



ARTÍCULOS**PÁG.**

PREVENCIÓN CONTRA LA COVID-19: LA INTENCIÓN DE COMPRA DEL EUCALIPTO DE FAMILIAS DE LA CIUDAD DE SUCRE.	6-18
RELACIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DE TELEVISIÓN POR CABLE.	19-24
EL EMPRENDIMIENTO Y SU APORTE A LA ECONOMÍA ECUATORIANA.	25-40
GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y MOROSIDAD EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PERTENECIENTES A UNA ORGANIZACIÓN CONFESIONAL DE LA ZONA SUR DEL PERÚ.	41-50
LÓGICA MULTIVALUADA EN EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.	51-61
INCIDENCIA DE LA DEUDA EXTERNA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE BOLIVIA 1985-2019.	62-70
CONDICIONES LABORALES DE TRABAJADORES PETROLEROS Y BIENESTAR DE VIDA FAMILIAR EN SUCUMBÍOS ECUADOR.	71-78
IMPACTO DEL MARKETING RELACIONAL Y SU REPERCUCIÓN EN LOS RESULTADOS ORGANIZACIONALES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA.	79-87
CALIDAD DE SERVICIO COMO FACTOR DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES DE GAS DOMÉSTICO.	88-100
BASE MILITAR ESTADOUNIDENSE DE MANTA Y LA INFLUENCIA DE SU INSTALACIÓN Y RETIRO EN LA PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES ECUATORIANOS.	101-110



PREVENCIÓN CONTRA LA COVID-19: LA INTENCIÓN DE COMPRA DEL EUCALIPTO DE FAMILIAS DE LA CIUDAD DE SUCRE

U.S. MILITARY BASE IN MANTA AND THE INFLUENCE OF ITS INSTALLATION AND WITHDRAWAL ON THE PERCEPTION OF THE ECUADORIAN INHABITANTS

Danna Antonela Veliz Montero
dannavelizmontero@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-6273-1444> {

UMRPSFXCH

Ingrid Jhesenia Balcera Flores
ingridjheseniabalceraflores13@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-7528-3714>

UMRPSFXCH

Jhannely Nogales Taboada
Jhanitanogales.08@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0004-0704-4871>
UMRPSFXCH

Ingrid Eliana Orlandini Gonzalez
Orlandini.ingrid@usfx.bo
ORCID 0000-0003-2764-9961
UMRPSFXCH

Recibido: Octubre 20, 2022

Aceptado: Abril 13, 2023

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo principal analizar la intención de compra del eucalipto como producto de prevención contra el Covid-19 en familias de la ciudad de Sucre, aplicando el cálculo de ecuaciones estructurales en base a PLS-SEM. Con este fin se ha realizado una investigación descriptiva explicativa; se aplicó una encuesta diseñada en dos partes; la primera con escala de intervalo y la segunda con ítems de escalas Likert. Los principales resultados indican que los atributos confianza, control percibido, valor de uso y cultura influyen con la intención de compra de productos de medicina natural.

Palabras claves: Eucalipto, medicina natural, post-pandemia, intención de compra, PLS.

Abstract

The article has the principal objective of analyze the purchase intent about eucalyptus as a product to prevent the "COVID-19" on families from Sucre. We will calculate structure equations about PLS- SEM. With this objective it has been done a explanation descriptive research and it has been applied a two part survey. The first part has an interval scale and the second part is with items about likert scale. The main results shows that the facts like confidence, perceived control, use value and the culture can influence about purchase intent about natural medicine products.

Keywords: Eucalyptus, natural medicine, post-pandemic, purchase intention, PLS.

Introducción y estado de la cuestión

A inicios del año 2020 comenzó la pandemia por la enfermedad del Covid-19, siendo ésta una enfermedad provocada por una cepa nueva denominada coronavirus que produce el Síndrome Respiratorio Agudo (SARS), las personas que fueron expuestas a infectarse, buscaron aislarse en sus hogares o en una instalación de cuarentena. Coronavirus es una familia de virus que causan infecciones graves del tracto respiratorio inferior, infecciones transmitidas de animales a personas (Ena & Wenzel, 2020).

En Bolivia, la letalidad de esta enfermedad fue alta especialmente durante la primera ola debido a la baja capacidad del sistema de salud, por cada 100.000 habitantes existen 11 camas de hospital y 16 médicos (Molina, 2020) las cifras oficiales del Ministerio de Salud registraron 1.109.309 personas contagiadas y un total de 22.239 decesos hasta octubre del 2022. Uno de los lugares de Bolivia de mayor letalidad de esta enfermedad fue Sucre, ciudad ubicada al sur de Bolivia con menos de 300.000 habitantes; en Sucre se registraron 1.585 muertes y 80.496 enfermos por Covid-19.

Como consecuencia de la pandemia el Ministerio de Salud de Bolivia estableció normativas de uso de medicina tradicional para abordaje de la COVID-19 a partir de enero del 2021, estas medidas clasifican a alimentos y plantas para desinfección de manos y para prevención de la enfermedad. Precisamente el eucalipto (*Eucalyptus globulus*) está catalogado como desinfectante y de uso preventivo contra la COVID 19, esta planta es proveniente de Australia tiene más de 700 tipos de especies diferentes. Las partes que se utilizan son sus hojas secas, y su aceite esencial, es un expectorante, antiinflamatorio y antiséptico. La modalidad de aplicación es internamente por infusión, vaporizaciones o inhalaciones; y de manera externa por aceite esencial (Moreiro Lopez, 2020).

La medicina natural, fue una de las mejores alternativas frente a los fármacos, especialmente en el momento de la crisis económica que generó la pandemia a mediados del año 2020, debido a que los medicamentos convencionales eran inaccesibles, esta situación provocó el crecimiento de la demanda y oferta de los medicamentos naturales (Saborit Rodriguez, 2020).

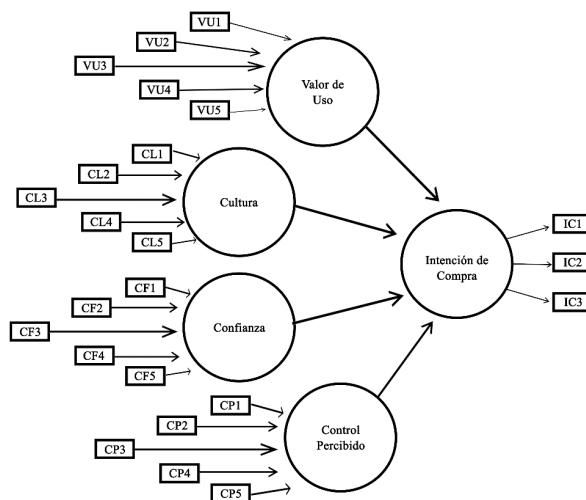
En este sentido es importante estudiar la intención de compra del eucalipto como producto de prevención contra la COVID 19 de ahí que la pregunta que plantea esta investigación es: ¿Cuál es la intención de compra de las familias respecto al eucalipto en Sucre como producto de prevención contra el Covid-19 en la ciudad de Sucre en el año 2022?

La intención de compra es entendida como la preferencia del consumidor a cierto servicio o a una cierta marca en comparación a otras (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 2020) se define también como el grado en el que al consumidor le gustaría comprar determinado producto; esta variable está relacionada con el comportamiento, las percepciones y las actitudes (Mirabi, et. al, 2015; Ordoñez, et. al., 2021) Factores importantes al momento de analizar la intención de compra son la confianza en el producto o servicio y el valor percibido (Muñoz Cotrina, 2020) además del reconocimiento de necesidades y deseos superiores importantes para decidir la compra (Arancibia R., 2018)

Este artículo tiene como objetivo principal evidenciar la intención de compra de las familias respecto al eucalipto como medicina tradicional; en su estructura presenta una primera parte de fundamento teórico, que contiene la definición de cada una de las variables analizadas, una segunda que describe la metodología aplicada, una tercera parte que expone los resultados y la última parte que describe las conclusiones y discusión.

Revisión de la literatura

El modelo teórico adoptado para esta investigación, propone analizar la relación de la intención de compra con el valor de uso, con la confianza, con la cultural y con el control percibido (Caceres Fernandez & Giussani, 2022)



Fuentes: Elaboración propia

Valor o utilidad de uso e intención de compra

El valor de uso es una cualidad de un bien que satisface necesidades y permite reproducir al sujeto social de una forma con-

creta (Espinosa, 2019). Las compras son efectuadas de acuerdo al deseo de consumo, es decir, al valor que el consumidor le otorga al objeto en comparación con otro bien. (Luja, 2021), (Ávila-Nájera, Mendoza, Villarreal, & Serna-Lagunes, 2018).

Desde el punto de vista empresarial como afirman Castaño y Moreno (2020) el valor o la utilidad de uso es importante para el posicionamiento de los productos y obtener mayor rentabilidad de ventas, por ello mientras mayor sea el valor que el cliente le dé al producto mayor es su intención de compra. En este sentido se considera la primera hipótesis de la investigación:

Hipótesis 1: El valor de uso se relaciona con la intención de compra.

Confianza e intención de compra

Como afirma Cano et. al. (2022) la confianza es un riesgo y asumir una posición de vulnerabilidad. Así mismo, ser depositario de la confianza de otro supone la responsabilidad de cumplir con la expectativa, es decir, de ser recíproco.

La confianza del comprador es un aspecto clave para la intención de compra, puede medirse a través de la integridad, benevolencia, capacidad y previsibilidad; tomando en cuenta el intercambio social y el análisis de los costos de transacción (Ribeiro dos Santos Silva & Polanco Ruíz, 2022). (Martin Santana & Fernandez Monroy, 2018). De manera que se puede indicar que la relación entre estas dos variables es directa:

Hipótesis 2: La confianza se relaciona con la intención de compra

Cultura e intención de compra

La cultura está considerada como el modo de hacer las cosas o como la forma de ver el mundo y está asociada íntimamente con prácticas comunes, valores compartidos y percepciones que influyen finalmente en la elección de los comportamientos que se adoptarán en el entorno. (Andres & Bellotti, 2018).

Desde el enfoque teórico institucional; según la teoría North (1991) la cultura puede ser como un factor institucional; o ser comprendida como una institución informal, mientras que la perspectiva de Scott (1995) enfatiza la noción de la cultura desde las tres dimensiones institucionales (regulador, normativo, cultural-cognoscitivo) (Hernández, 2019)

En el caso de la medicina tradicional la cultura es determinante pues debe ser entendida como un conjunto de conocimientos, aptitudes y prácticas basados en teorías, creencias y experiencias indígenas de las diferentes culturas, sean o no explicables, usa-

dos para la salud, así como para la prevención, el diagnóstico, la mejora o el tratamiento de enfermedades físicas o mentales” (OMS, 2002). Este tipo de enfoque se encuentra muy presente en países de ingresos medios y bajos, que son reconocidos como pluriétnicos y pluriculturales donde aún viven grupos humanos que conservan sus raíces culturales tal es el caso de Bolivia. Es allí donde nacen los sistemas tradicionales de salud, que entienden la relación entre cultura y el ciclo salud-enfermedad-alostasis como proceso vital para el entendimiento de las representaciones, causas, actuaciones, organización social y manejo de las posibles afectaciones de los individuos pertenecientes a la comunidad, con los recursos propios de cada ecosistema (Giedelman, 2020)

En este sentido la intención de compra del eucalipto como medicina tradicional está íntimamente ligado a la cultura, siendo la tercera hipótesis de esta investigación, la siguiente:

Hipótesis 3: La cultura se relaciona con la intención de compra.

Control percibido e intención de compra

De acuerdo a Perez et. al. (2018) El control percibido fue considerado como la capacidad estimada de anular, cambiar o interrumpir las acciones y entorno o abstenerse. Cambiando las situaciones con la finalidad de alcanzar el bienestar; es un estado disposicional en las situaciones y el tiempo.

Esta variable está relacionada con la satisfacción del usuario y puede ser interpretada a partir de las emociones experimentadas durante la interacción, es decir; ligada a aspectos emocionales y de satisfacción de la compra (Lozada Cantorán, Ortíz Nicolás, & Cortés López, 2018)

Por otro lado, Ordoñez et. al. (2021) afirman que el control percibido se relaciona con la percepción de un individuo sobre el grado de facilidad y las dificultades para realizar la compra. Por tanto, existe una relación directa con la intención de compra, de esta manera se plantea la cuarta hipótesis:

Hipótesis 4: El control percibido se relaciona con la intención de compra

Método, muestra y materiales

La metodología para la realización en la presente investigación tomó en cuenta el enfoque mixto transversal de alcance descriptivo y explicativo. Los métodos usados son analítico, hipotético-deductivo, medición estadística y modelo de ecuaciones estructurales a través del paquete informático PLS.

Se utilizó para la recolección de datos, la técnica de aplicación de la encuesta con ítems de escala Likert, destinada a una muestra determinada, el análisis de validación del instrumento arrojó el resultado de Alfa de Cronbach de 0,926 para la escala general, lo cual se interpreta como instrumento de consistencia interna aceptable. Dicha encuesta cuenta con 23 ítems de escala Likert que miden 5 variables: cinco ítems que miden valor, cinco miden confianza, cinco para cultura, cinco para control percibido y 3 para intención de compra; la escala adoptada corresponde a la aplicada por Caceres y Giussani (2022)

Población y muestra

Se calculó una muestra poblacional de 92 personas mayores de 18 años a través del paquete G Power 3.3. Los resultados son los siguientes:

Pruebas F - Regresión lineal múltiple: modelo fijo, desviación R^2 de cero

Entrada:	Tamaño del efecto $f^2 = 0,15$
	α error prob = 0.05
	Potencia ($1-\beta$ err prob) = 0,80
	Número de predictores = 5
Salida:	Parámetro de no centralidad $\lambda = 13.8000000$
	Crítico F = 2.3205293
	Numerador df = 5
	Denominador df = 86
	Tamaño total de la muestra = 92
	Potencia real = 0,8041921

Resultados

La muestra, integrada por 92 habitantes sucrenses, se encuentra compuesta por diferentes estratos en cuanto a sexo, edad, veces en la que enfermo de COVID 19 y familiares que contrajeron la enfermedad (Tabla 1)

Tabla 1. Características demográficas de los encuestados

Variables demográficas		%	Media	Desv. estándar
Sexo:	Femenino	56%	-	-
	Masculino	44%		

Edad	18-23	44%	30,3	11,817
	24-29	26%		
	30-35	12%		
	<35	18%		
Si el encuestado enfermó de Covid-19	Si	54%	-	-
	No	32%		
	No estoy seguro	14%		
Veces en que los encuestados enfermaron de Covid-19	Ni una vez	37%	1,02	,985
	Una vez	34%		
	Dos veces	19%		
	Tres veces	10%		
Familiares que contrajeron la enfermedad	0 a 3 personas	37%	3,46	2,414
	4 a 7 personas	35%		
	≥ 8 personas	28%		

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados son mujeres (56%), la edad predominante es de 18 a 23 años (44%) el 54% enfermaron de Covid-19. Del porcentaje de población que afirma haber enfermado de Covid-19 el 55% enfermó sólo una vez, el 30% dos veces y el 15% enfermó hasta tres veces.

El 37% indica que tuvieron de 0 a 3 personas de su familia que enfermaron de COVID 19, el 35% tuvieron de 4 a 7 familiares enfermos y que el 28% tuvieron 8 o más familiares enfermos de COVID19.

En cuanto a los resultados de las respuestas sobre las variables latentes se puede observar que en todos los casos la media está entre

3.2 y 3.8 y la desviación estándar es mayor a 10 lo cual indica que la distribución de los datos es dispersa (tabla 2)

Tabla 2. Resultados en porcentajes

Ítems	Total-mente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total-mente de acuerdo	Total	Me-dia	Des-viación estándar
Valor de Uso								
VU1	6	2	17	46	29	100,0	3,90	1,040
VU2	3	2	10	49	36	100,0	4,13	,895
VU3	3	1	19	49	28	100,0	3,98	,887
VU4	8	5	26	34	27	100,0	3,67	1,164
VU5	4	2	18	48	28	100,0	3,94	,952
Confianza								
CF1	2	4	15	53	26	100,0	3,97	,870
CF2	7	20	29	36	8	100,0	3,18	1,067
CF3	1	10	27	46	16	100,0	3,66	,901
CF4	1	5	32	46	16	100,0	3,71	,832
CF5	2	8	29	45	16	100,0	3,65	,914
Cultura								
CL1	1	8	18	56	17	100,0	3,80	,853
CL2	10	18	26	37	9	100,0	3,17	1,138
CL3	3	8	24	50	15	100,0	3,66	,934
CL4	2	7	11	57	23	100,0	3,92	,895
CL5	6	13	9	57	15	100,0	3,62	1,080
Control percibido								
CP1	1	4	25	56	14	100,0	3,78	,773
CP2	1	4	27	52	16	100,0	3,78	,799
CP3	3	9	26	44	18	100,0	3,65	,978
CP4	8	18	38	25	11	100,0	3,13	1,089
CP5	1	4	18	50	27	100,0	3,98	,841
Intención de compra								
IC1	1	3	36	51	9	100,0	3,64	,732
IC2	1	-	17	54	28	100,0	3,94	,633
IC3	3	2	10	49	36	100,0	4,08	,734

Fuente: elaboración propia

Resultados modelo de medida

La fiabilidad de los ítems se evalúa mediante la examinación de las cargas o las correlaciones entre cada indicador y su respectivo

constructo, todos los valores están por encima de 0.7 lo cual permite asumir que el modelo de medida posee una fiabilidad aceptable (Tabla 3)

Tabla 3. Cargas factoriales por variable e indicador

	Confianza	Control Percibido	Cultura	Intención de compra	Valor de uso
CF1	0,868				
CF5	0,903				
CL1			0,779		
CL2			0,731		
CL3			0,727		
CL4			0,781		
CP1		0,832			
CP2		0,840			
CP3		0,795			
CP5		0,789			
IC1				0,893	
IC3				0,885	
VU2					0,830

Fuentes: Elaboración propia

Consistencia interna

La consistencia interna o fiabilidad de la escala evalúa la extensión en que las variables observables están midiendo a la variable latente. Para ello se ha calculado el criterio de Fornell & Larcker mediante el cual se proponen la fiabilidad compuesta como una medida superior de la consistencia interna. La fiabilidad compuesta se interpreta de la misma forma que Alfa de Cronbach, toma valores entre 0 y 1, donde los valores más próximos a uno indican mayores niveles de fiabilidad. Los resultados indican que la fiabilidad compuesta de todos los constructos es mayor que 0.8 confirmándose la consistencia interna del modelo de medida (Tabla 4).

Tabla 4. Fiabilidad y validez de constructo

	Alfa de Cronbach	rho_A	Fiabilidad compuesta	Varianza extraída media (AVE)
CONFIANZA	0,727	0,737	0,879	0,785
CONTROL PERCIBIDO	0,831	0,835	0,887	0,663

CULTURA INTENCION DE COMPRA VALOR DE USO	0,750	0,756	0,841	0,570
	0,735	0,735	0,883	0,790
	0,748	0,750	0,855	0,664

Fuentes: Elaboración propia

Validez convergente

La validez convergente es el análisis de la varianza promedio extraída (AVE) que expresa la cantidad de varianza de los indicadores que es explicada por su correspondiente constructo. Como regla general, se recomienda que ésta sea mayor que 0.5, lo que significa que el constructo explica el 50% o más de la varianza de sus indicadores.

Tabla 5. Varianza extraída media (AVE)

	Alfa de Cronbach	rho_A	Fiabilidad compuesta	Varianza extraída me- dia (AVE)
CONFIANZA CONTROL	0,727	0,737	0,879	0,785
PERCIBIDO	0,831	0,835	0,887	0,663
CULTURA INTENCION	0,750	0,756	0,841	0,570
DE COMPRA VALOR DE	0,735	0,735	0,883	0,790
USO	0,748	0,750	0,855	0,664

Fuentes: Elaboración propia

Validez discriminante

Para evaluar la validez discriminante, el criterio de Fornell-Larcker sugiere calcular la raíz cuadrada del AVE y compararlas con las correlaciones entre constructos. En este caso concreto se puede concluir que todos los constructos en el modelo cumplen con la validez discriminante (Tabla 6).

Tabla 6. Criterio de Fornell-Larcker

	CONFIAN- ZA	CONTROL PERCIBI- DO	CULTURA	INTEN- CION DE COMPRA	VALOR DE USO
CONFIAN- ZA	0,886				
CON- TROL PER-	0,801	0,814			
CIBIDO CULTU-	0,750	0,788	0,755		
RA INTEN-	0,666	0,876	0,694	0,889	
CION DE COMPRA VALOR DE USO	0,668	0,620	0,585	0,535	0,815

Fuentes: Elaboración propia

Constatación de hipótesis

Una vez evaluada la fiabilidad del modelo se analiza la ausencia de colinealidad entre las variables del modelo, el valor R2 que evalúa la precisión predictiva del modelo y el criterio Stone-Geisser Q2 de relevancia predictiva.

En cuanto a la colinealidad entre las variables exógenas del modelo estructural se aplican el Factor de Inflación de la Varianza (FIV), este debe tomar un valor inferior 3 para poder declarar ausencia de colinealidad. La tabla 7 muestra estos los valores.

Tabla 7. Estadísticos de colinealidad (VIF)

	VIF
CF1	1,484
CF5	1,484
CL1	1,497
CL2	1,453
CL3	1,527

CL4	1,598
CP1	2,023
CP2	2,014
CP3	1,805
CP5	1,746
IC1	1,508
IC3	1,508
VU2	1,677
VU3	1,730
VU5	1,315

Fuentes: Elaboración propia

Los resultados de R² (varianza explicada) debe ser mayor a 0.1 y la relevancia predictiva (Tabla 8)

Tabla 8. R² y Q²

	R cua- drado	SRMR	NFI	Q²_pre- dict
Intención de compra	0,771	0.087	0.67	0.917

Fuentes: Elaboración propia

Por otro lado, los valores que comprueban el ajuste del modelo son: la prueba de Residuos Medios Estandarizados RME (Standardized Root Mean Square Residual, SRMSR) que mide la diferencia entre la matriz de correlación observada y la matriz de correlaciones implícita del modelo (Orlandini González, 2021).

Finalmente, los coeficientes path y su correspondiente significancia permiten evaluar las hipótesis propuestas. Los resultados muestran que los coeficientes de las hipótesis propuestas muestran el signo esperado (positivo) y niveles de significancia de 0.001 y 0.01. (Tabla 9).

Tabla 9 Contrastación de hipótesis

	Media de la muestra (M)	Estadís- ticos t (O/ STDEV)	P Valo- res
CONFIANZA -> INTENCION DE COMPRA	0,196	2,579	0,000

CONTROL PERCIBIDO -> INTENCION DE COMPRA	0,413	6,013	0,000
CULTURA -> INTENCION DE COMPRA	0,477	10,124	0,000
VALOR DE USO -> INTENCION DE COMPRA	0,275	5,452	0,000

Fuente: elaboración propia

Ninguna de las hipótesis presentadas fue rechazada, ya que sus P valores se encuentran dentro los parámetros pertinentes. Todos los P valores son menores a 0,05, señalando que todas las hipótesis son ciertas.

Conclusiones y discusión

En la presente investigación se estimó un modelo de la intención de compra (IC) basado en cuatro predictores en la confianza (CF), control percibido (CP), cultura (CL) y valor de uso (VU), con la finalidad de lograr una mejor comprensión de sus determinantes. Los resultados proveen sustento a todas las hipótesis planteadas, teniendo todas las variables una relación positiva con la intención de compra.

Las investigaciones demuestran que el eucalipto ejerce un efecto en la percepción general del producto, la evaluación de la calidad y la intención de compra de productos. Además, se puede evidenciar que el entorno en el que se desarrolla el estudio juega un papel importante que influye en la magnitud del impacto en la intención de compra de productos con eucalipto. (Arancibia R., 2018). Demostrando así que la influencia cultural que es transmitida de generación en generación es muy importante al momento de comprar plantas que serán utilizadas como medicina natural, por mas que no existan pruebas científicas que las avalan.

Desde el punto de vista de la teoría del valor se puede rescatar la idea del valor de uso y el de cambio para las familias con el eucalipto, pero no medida desde los estándares de la contabilidad o del mercado sino desde los precios, pero saben cuánto cobran por su producto y se puede recoger información de cuánto cobra para establecer un valor, no hay una historia como tal, pero si es posible averiguarlo a través de su capacidad de ingresos que esto genera. (Castaño Córdoba & Moreno Bohórquez, 2020). Las familias valoran mucho la accesibilidad y precio del eucalipto en la ciudad de Sucre, mostrando así que son factores importantes al momento de comprarlo.

En este sentido, los resultados del presente estudio muestran que la confianza de los ofertantes en el sistema de comercio tiene una influencia directa y positiva sobre el resultado de las relaciones que se establecen entre ellos, lo que coincide con la obtención de resultados relacionales satisfactorios para las partes sería difícil si los intercambios no implican una creencia en la buena intención y saber hacer de la otra parte no tiene el sentimiento de continuidad de la relación". En consecuencia, la confianza entre los demandantes en términos de sinceridad, honestidad, comprensión, fiabilidad, así como su nivel de compromiso relacionado con sentimientos de lealtad y expectativas de los demandantes. (Martin Santana & Fernandez Monroy, 2018). Los resultados demuestran que las familias no tienen una confianza plena en los beneficios del eucalipto, pero que aun así lo siguen consumiendo, una de las razones puede ser que les basta con saber que sus antepasados lo consumieron y que estos les hayan transmitido sus conocimientos.

Como fue posible ver la cultura es la base que marca la organización social, el proceso de entendimiento salud-enfermedad el consumo de los recursos. Los procesos de desculturización, evidenciados en los resultados, muestran como desaparecen comunidades al no tener un conocimiento sobre el uso de lo natural "La diversidad cultural, más allá del mero hecho de su existencia, tiene un valor estético, moral e instrumental como la expresión de la creatividad humana, la encarnación de los esfuerzos humanos y la suma de la experiencia colectiva de la humanidad"

En la ciudad de Sucre y según la encuesta realizada se pudo llegar a la conclusión de que gran parte de las familias conocieron los beneficios medicinales del eucalipto gracias a la pandemia, lo utilizaron con mucha frecuencia, pero una vez que esta rebajo su intensidad, muchas de estas familias dejaron de consumir, solo lo hacen por costumbre o lo utilizan ya no con el fin de producto de prevención contra el Covid-19, pero que aun así valoran el precio y accesibilidad que brindan los vendedores de eucalipto.

El estudio muestra la reacción positiva hacia la intención de compra que tuvo la población sobre el producto del eucalipto de como

la cultura influyó en la preparación de remedios caseros que paso a una generación como son los jóvenes entre 18-23 años siendo ellos que aprendieron sobre la utilidad de esta medicina la confianza que se tuvo a la preparación de estos productos.

En definitiva, los resultados expuestos son contundentes al demostrar que la intención de compra del eucalipto es positiva para la ciudad de Sucre evidenciando que es una ciudad que promueve la compra del eucalipto.

Referencias Bibliográficas

- Andres, P., & Bellotti, M. (2018). Cultura de seguridad del paciente en prácticas médicas con radiaciones ionizantes: una revisión conceptual. *Revista Argentina de Salud Pública*, 9.
- Arancibia R., I. G. (2018). El país de origen y su impacto en la intención de compra de vehículos: una revisión teórica. *Investigacion y Negocios*, 8.
- Ávila-Nájera, D. M., Mendoza, G. D., Villarreal, O., & Serna-Lagunes, R. (2018). Uso y valor cultural de la herpetofauna en México: una revisión de las últimas dos décadas. *Acta Zoologica Mexicana*, 10.
- Caceres Fernandez, S. L., & Giussani, I. (2022). Determinantes de la intención de compra por internet en consumidores bolivianos. *Universidad de Lima*, 53.
- Castaño Córdoba, V., & Moreno Bohórquez, C. (2020). Prioridades de los modelos de empresas: Una revisión desde la teoría del valor y las necesidades de las micro y pequeñas empresas. *Tecnologico de Antioquia*, 5.
- Ena, J., & Wenzel, R. (2020). Un nuevo coronavirus emerge. *Rev. Clin Esp*, 1.
- Espinosa, F. (2019). Valor de uso natural y productivo del Ejido Cuatla en el Estado de Morelos. *Facultad de Estudios Superiores de Cuatla*, 11.
- Giedelman, P. (2020). Estado de la investigación de la medicina tradicional en Colombia: una “scoping review” de la literatura publicada en bases de datos. *Universidad de Sabana*, 8.
- Hernández, D. A. (2019). Emprendimiento y cultura en instituciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 4-10.
- Lozada Cantorán, C., Ortíz Nicolás, J., & Cortés López, E. (2018). Control percibido, emociones y experiencias satisfactorias. *Economía creativa*, 7.
- Lujá, M. G. (2021). Del valor de uso al valor simbólico de los objetos: las mascarillas, en tiempos de pandemia. *Revista internacional de cultura visual*, 8.

- Martin Santana, J., & Fernandez Monroy, M. (2018). La confianza y el compromiso como factores clave del éxito de las relaciones comerciales: una aplicación empírica en el sistema de franquicia. *Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 5.
- Molina, F. (2020). Cuando se debe enfrentar la epidemia “Sin Estado”: Bolivia ante el Coronavirus. *Análisis Carolina*, 1.
- Moreira Lopez, P. (2020). Eucalipto (*Eucalyptus globulus*). Sin especificar: Publicación independiente.
- Muñoz Cotrina, J. J. (2020). El Impacto del social media marketing en la intención de compra de los consumidores: Revisión sistemática de la literatura. Universidad Cesar Vallejo, 8.
- Orlandini González, I. E. (2021). Relación entre el perfil directivo femenino, la orientación al mercado y el rendimiento de la organización. Validación de un instrumento de medición. *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 337.
- Ribeiro dos Santos Silva, T., & Polanco Ruíz, A. Y. (2022). . La confianza con proveedores: los supuestos y factores que actúan sobre la confianza y la relación con proveedores: una revisión sistemática de la literatura. Universidad del Rosario, 9.
- Saborit Rodriguez, A. (2020). Presencia de la Medicina Natural y Tradicional en la batalla contra la COVID-19. La Habana: 16 de abril.
- Zeithaml, Berry, & Parasuraman. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación administrativa*, 5.

RELACIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DE TELEVISIÓN POR CABLE

RELATIONSHIP OF ORGANIZATIONAL CLIMATE AND CUSTOMER SATISFACTION IN A CABLE TELEVISION COMPANY

Gabriel Ernesto Borrero Carrasco
gborrero@ucv.edu.pe
Orcid: 0000-0001-5485-9927
Universidad Cesar Vallejo
Piura Perú

Ingrid Estefani Sanchez Garcia
ingridesanchezg@gmail.com
Orcid: 0000 0001 7112 3823
Universidad Cesar Vallejo
Piura Perú

Vanessa del Carmen Agurto Cano
vagurtoc@ucvvirtual.edu.pe
Orcid: 0000-0002-1410-2046
Universidad César Vallejo
Piura Perú

Edcel Antonio Córdova Acosta
correodelautor@investigación.com
ORCID 0000 -0002-4862-1397
Universidad César Vallejo, Trujillo-Perú

Omar Rivera Calle
orivera@ucv.edu.pe
Orcid: 0000-0002-1199-7526
Universidad César Vallejo
Piura Perú

Recibido: Marzo 21, 2023

Aceptado: Abril 13, 2023

Resumen

El clima organizacional es el entorno humano y físico en el cual se desarrolla el trabajo cotidiano, generando una relación social que influye en la productividad del trabajador y en la satisfacción del cliente. El objetivo de este estudio fue determinar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa que provee servicio de televisión por cable, en Perú. Se utilizó un diseño correlacional para probar la hipótesis principal que predecía la relación entre ambas variables. Con este propósito se aplicó la Escala de Clima Organizacional (EDCO) a 20 trabajadores, que representaban la totalidad de la población; asimismo, se administró vía telefónica, un guion de entrevista estructurado, a una muestra de 99 clientes, de un total de 6532, para describir su satisfacción por el servicio recibido. Los resultados indicaron que el nivel de clima organizacional de la empresa se clasificó en un nivel promedio y la satisfacción del cliente en un nivel indiferente, según los baremos de los instrumentos utilizados. Se concluyó que no existe relación directa entre los niveles de clima organizacional y la satisfacción del cliente por el servicio prestado por la empresa.

Palabras clave: Atención al cliente; Calidad de servicio; Clima Organizacional; Satisfacción del cliente.

Abstract

The organizational climate is the human and physical environment in which daily work is carried out, generating a social relationship that influences worker productivity and customer satisfaction. The objective of this study was to determine the relationship between the organizational climate and customer satisfaction in a company that provides cable television service in Peru. A correlational design was used to test the main hypothesis that predicted the relationship between both variables. For this purpose, the Organizational Climate Scale (EDCO) was applied to 20 workers, who represented the entire population; likewise, a structured interview script was administered by telephone to a sample of 99 clients, out of 6532, to describe their satisfaction with the service received. The results indicated that the level of organizational climate of the company was classified at an average level and customer satisfaction at an indifferent level, according to the scales of the instruments used. It was concluded that there is no direct relationship between the levels of organizational climate and customer satisfaction for the service provided by the company.

Keywords: Customer service; Quality of service; Organizational climate; Customer satisfaction.

Introducción

El concepto de clima organizacional ha evolucionado desde las primeras reseñas de ambiente laboral hasta la concepción de calidad de vida laboral, integrando todos los aspectos que comprenden las relaciones en el trabajo. Arbaiza (2014) y Chiavenato (2019) lo definen como el entorno psicológico, físico y social presente en la organización, que determina el comportamiento de sus miembros y en el cual se desarrolla el trabajo como actividad diaria. Está asociado a otras variables como satisfacción, motivación y desempeño laboral; entonces, el clima de una organización se construye con las percepciones de sus miembros y estas le dan sentido a las prácticas y políticas de la empresa.

En este mismo orden de ideas, Lewis (2003) agrega que el clima organizacional es un constructo personalista, constituido por una serie de percepciones globales que tiene el trabajador relacionadas con su organización. Estas percepciones reflejan la interacción entre las características personales del colaborador y las de la organización. Las dimensiones que permiten caracterizar el clima organizacional, están constituidas por los factores que explican este constructo, para esta investigación se consideraron: las relaciones interpersonales, el estilo de dirección, sentido de pertenencia, retribución, disponibilidad de recursos, estabilidad, Dirección Claridad - Coherencia y valores colectivos (Castillo, 2019).

Las relaciones interpersonales son la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados. Otro elemento del clima organizacional es la disponibilidad de recursos, una buena disponibilidad de recursos, genera las condiciones que permite a los trabajadores desarrollar todas sus potencialidades y mostrar sus capacidades; en la actualidad los recursos apoyados en la tecnología son de suma importancia (Kotler y Armstrong, 2012). En la empresa Supercable Televisión, la plataforma de servicio se fundamenta en los equipos de tecnología para la atención y comunicación con sus clientes.

El estilo de dirección genera un conjunto de rasgos complejos que conforman la cultura y razón de ser de la empresa; implica los tipos de liderazgo y los grados de participación de todos los miembros de la organización. Está en relación con la claridad y coherencia de la misión, visión, objetivos y procedimientos para alcanzarlos. El sentido de pertenencia es el grado de vinculación que el trabajador tiene con la empresa y esto se traduce en conductas de compromiso y responsabilidad en relación con los objetivos y procesos que se deben ejecutar (Rodríguez, 2006).

En síntesis, el clima organizacional sería la suma de caracte-

rísticas que los trabajadores perciben o experimentan dentro de su entorno laboral y que influyen en su comportamiento dentro de la organización, por lo cual las empresas centran sus estrategias para mantener contentos y cómodos a sus trabajadores, teniendo en cuenta que de ello dependerá la rentabilidad de la empresa.

En consecuencia, el clima organizacional es una variable de gran interés para los investigadores especialistas en el área de la gerencia y la administración, con evidencia empírica sustentada estadísticamente. Al respecto cabe citar autores como Pellaes (2010), Delgado, et al (2006), Evia (2011), Munayco Reátegui (2017), Novoa y Regalado (2018) Phowell y Yactayo (2021) y Méndez y Sigüeñas (2022), entre otros, quienes coinciden en reportar como resultado de sus investigaciones, en diferentes contextos, que existe una relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente, ya que al optimizar el clima organizacional se incrementaba la satisfacción de los clientes.

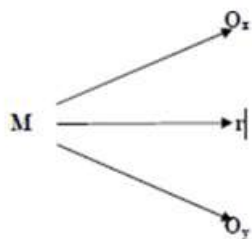
La variable satisfacción al cliente, se entiende como la percepción que tienen las personas que consumen un bien o servicio, la cual está relacionada con el cumplimiento de las propias expectativas. Las expectativas, salvo que se trate de un producto nuevo o desconocido, para el consumidor, serán el reflejo de otras experiencias anteriores en relación a productos o servicios semejante (Kotler y Armstrong 2012).

Sin embargo, esta comparación entre percepciones y expectativas no es sencilla de determinar, ya que se ven influenciadas por la interacción de las percepciones acerca de: (a) Atención al Cliente o Call Center, es la respuesta que obtiene el cliente cuando solicita información de forma presencial o vía telefónica o por los medios digitales; (b) las políticas comerciales son las cláusulas que se convienen, entre la empresa y el usuario, en el contrato de servicio; (c) funcionamiento del servicio, es la calidad del servicio que recibe el usuario; (d) Soporte técnico es la respuesta a la solicitud de instalación, reparación o reposición del servicio, por parte del personal especializado; (e) la facturación (Miranda, et al, 2007)

Con base a este fundamento teórico el estudio se planteó como objetivo: determinar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de una empresa que presta el servicio de televisión por cable en la ciudad de Piura, en Perú.

Método

La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, correlacional, con un diseño de campo, transeccional contemporáneo, bi-variable, el cual se diagrama como:



M: muestra, Ox: medición del clima organizacional, Oy: medición de la satisfacción del cliente, r: posible relación entre ambas variables.

Se aplicó un diseño correlacional utilizando el producto - momento de Pearson con un nivel de significancia de 0.05. Por lo tanto, una $p < 0.05$ significa que la hipótesis nula es falsa y una $p > 0.05$ que la hipótesis nula es verdadera.

La población estuvo conformada por los empleados de la oficina Piura de la empresa Supercable Televisión y los clientes de esta sucursal, 20 trabajadores y un total de 6783 clientes respectivamente. Se consideró la totalidad de los empleados a los cuales se les aplicó la Escala de Clima Organizacional. Para determinar la muestra de clientes se utilizó la fórmula de poblaciones finitas y se obtuvo como resultado 99 clientes. Los clientes fueron asignados a los trabajadores por un lapso de cinco días, después de transcurridos se les aplicó un guion de entrevista estructurado, por vía telefónica, para medir la satisfacción por el servicio recibido.

Las técnicas utilizadas fueron la encuesta y la entrevista y los instrumentos una escala y un guion de entrevista. La Escala de Clima Organizacional (EDCO), consta de 40 ítems, con las dimensiones: Relaciones interpersonales, Estilo de dirección, Sentido de pertenencia, Retribución, Disponibilidad de recursos, Estabilidad, Dirección Claridad - Coherencia y Valores colectivos. Su puntaje mínimo es de 40 y un máximo de 200. La calificación se otorga por niveles de acuerdo al siguiente baremo: Bajo de 40 a 93 puntos; Promedio de 94 a 147 puntos; Alto entre 148 y 200 (Acero et al., 2006).

Para la variable satisfacción al cliente el instrumento fue un guion de entrevista, el cual se diseñó para medir las dimensiones: atención al cliente, calidad de servicio, políticas comerciales, soporte técnico y facturación. El puntaje máximo es de 30 puntos y el mínimo de 6. El baremo para la interpretación de los resultados es: Insatisfecho de 6 a 14 puntos; Indiferente de 15 a 22 y Satisfecho de 23 a 30 puntos. La validez de este instrumento se realizó por juicio de expertos y la confiabilidad se obtuvo aplicando el alfa de Cronbach fue de 0,92.

La hipótesis general de la investigación es: Existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Supercable, de manera tal que al aumentar el nivel de clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los clientes.

Resultados

Clima Organizacional

Los resultados descriptivos de las dimensiones que componen el clima organizacional se resumen en el gráfico 1.

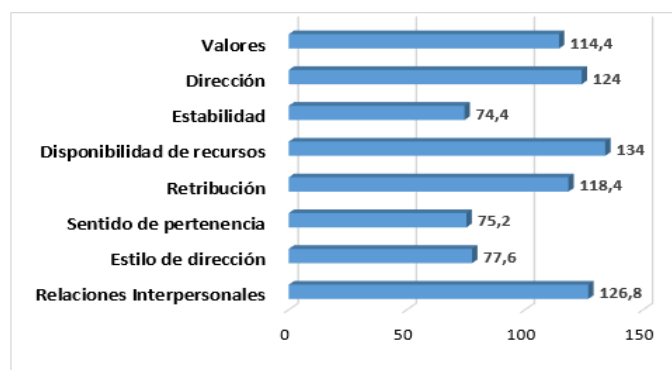


Gráfico 1. Clima Organizacional

En el gráfico 1, se observa que las dimensiones del clima organizacional, en la empresa Supercable Televisión, que presentaron un nivel bajo fueron el estilo de dirección con 77,6; sentido de pertenencia con 75,2 y estabilidad con 74,4. En el nivel promedio se ubicaron las relaciones interpersonales con 126,8; retribución con 118,4; disponibilidad de recursos con 134, claridad y coherencia en la dirección con 124 y valores colectivos con 114,4. No se observa ninguna dimensión en el nivel alto de clima organizacional. Dentro de los valores encontrados la dimensión con el menor valor es estabilidad con 74,4 mientras que el valor más alto lo tiene la dimensión de disponibilidad de recursos con 134.

La media fue de 105,6; ubicando el clima organizacional de la empresa en el nivel promedio.

Satisfacción del cliente

Los resultados descriptivos de la satisfacción del cliente de la empresa Supercable Televisión se presentan en el gráfico 2.

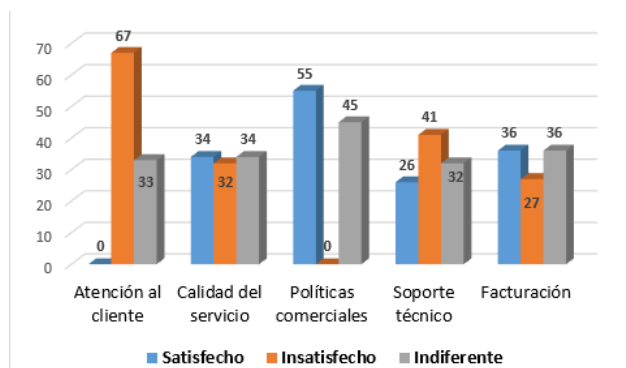


Gráfico 2. Satisfacción del cliente – dimensiones

El gráfico 2 muestra que la atención al cliente registró un 67% de insatisfacción y 33% de indiferencia; para la calidad de servicio un 34% tanto para satisfacción como para indiferencia y el 32% declaran insatisfacción. En la dimensión que hay mayor satisfacción es en políticas comerciales de la empresa, con un 55% y para el 45 es indiferente. El soporte técnico contabilizó 41% de clientes insatisfechos, 26% satisfechos y 32% indiferentes. La facturación emparejó sus valores en satisfacción e indiferencia con un 36% cada uno y 26% de insatisfacción. Cabe resaltar que las dimensiones con mayor cantidad de insatisfacción y por ende de problemas son la atención al cliente y el soporte técnico, seguido por calidad de servicio y la facturación.

El resultado general muestra que la satisfacción del cliente se ubica en el nivel Indiferente.

Resultados de la Correlación

La correlación entre las dimensiones se resume en la tabla 1.

Tabla 1. Correlación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente - Dimensiones

*	Satisfacción atención al cliente o Call Center	Satisfacción políticas Comerciales en contrato	Satisfacción soporte técnico
Relaciones Interpersonales	Correlación de Pearson	.020	.109
	Sig. (bilateral)	.932	.646
	N	20	20
Disponibilidad de Recursos	Correlación de Pearson	-.532	-.470
	Sig. (bilateral)	.016	.037
	N	20	20

*Se omitieron las dimensiones que no correlacionan

Se puede determinar que la dimensión de Relaciones Interpersonales se encuentra correlacionada con la Satisfacción del Cliente en cuanto a soporte técnico con un coeficiente de 0.513 que lo hace significativo a un nivel de confianza de 0.05. También existe correlación entre la dimensión de Disponibilidad de Recursos y la satisfacción del cliente en cuanto al servicio recibido en atención personal o call center con un coeficiente de 0.532, lo que es significativo al 0.05. También se reporta la correlación entre la dimensión

Disponibilidad de Recursos y la satisfacción del cliente en cuanto a las políticas comerciales que se encuentran establecidas en el contrato de servicio con un coeficiente de 0.470 que es significativo a un nivel de confianza de 0.05.

Correlación entre las variables

Para la hipótesis general: existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Supercable Televisión. De tal manera que al aumentar el nivel de clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los clientes. Los resultados no muestran evidencia de relación significativa ($|r| < 0.3$ y Sig > 0.05); por lo que se rechaza la hipótesis. Como se muestra en los resultados en la tabla 2.

Tabla 2. Correlación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente- Global

	Satisfacción del Cliente	
Clima Organizacional	Correlación de Pearson	.037
	Sig. (bilateral)	.876
	N	20

Discusión

En esta investigación se encontró que no existe relación entre el clima organizacional en la empresa Supercable Televisión y la satisfacción de sus clientes. Estos resultados son contrarios a los reportados por Trujillo (2019) quien reporta la relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente externo de un centro de salud. También Peláez (2010) encontró relación significativa entre clima organizacional y la satisfacción del cliente de una empresa de servicios telefónicos, aun cuando reporta que la dimensión distribución de recursos no correlaciona con la satisfacción del cliente.

En la empresa Supercable Televisión clima organizacional está en un nivel promedio lo que indica que es necesario mejorar esta variable, para generar mejores condiciones laborales para sus trabajadores. Las dimensiones que deben ser atendidas con prioridad según la percepción de los trabajadores son: la estabilidad, la dirección y el sentido de pertenencia. Es conveniente que todas las dimensiones del clima organizacional estén en el nivel adecuado y que haya la motivación suficiente para que los trabajadores desarrollen todo su potencial profesional para que la empresa logre sus objetivos (Rodríguez, 2006).

Al considerar los resultados de la satisfacción del cliente Harris (2001) considera que la satisfacción al cliente es una variable indicadora de la aceptación y el éxito de una empresa, lo cual es fundamental en la competencia en el mercado.

Los resultados obtenidos en la presente investigación determinaron que la satisfacción del cliente se clasifica como indiferente, lo que indica que esta ligeramente por encima del 50%. sin embargo, está en los límites entre la satisfacción y la insatisfacción. Lo más recomendable es que los clientes tengan un nivel satisfacción medio o alto, por consiguiente, se debe atender la modificación de estos resultados. El mayor grado de insatisfacción se ubicó en la atención telefónica y el soporte técnico. La empresa debe solucionar estas deficiencias con mayor capacitación del personal, ya que esto afecta a la satisfacción del cliente por el servicio recibido.

Conclusiones

El clima organizacional en la empresa Supercable Televisión se califica en un nivel promedio, y la satisfacción de sus clientes se ubica en el nivel indiferente.

No existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Supercable Televisión.

Referencias Bibliográficas

- Acero Y., Echeverri, L., Lizarazo S., Quevedo A., Sanabria B. (2006). Escala de Clima Organizacional, Santafé de Bogotá, D.C. Fundación Universitaria Konrad Lorenz.
- Arbaiza, L. (2014). Administración y organización: un enfoque contemporáneo. México: Cengage Learning Editores.
- Castillo, M. (2019). Evaluación De La Satisfacción Al Cliente Interno y El Clima Organizacional. En La Unidad Gestión De Servicios Generales Del Área De Salud Paraíso Cervantes. ICAP.
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración. (10ª.ed.) México: Mcgraw-Hill - Interamericana Editores.
- Delgado, A., Bellón, J., Martínez, M., Luna, J., López, L. y Lardelli, P. (2006). Las dimensiones del clima organizacional percibidas por los médicos de familia. Atención Primaria, 37(9), 489–497.
- Evia, I. (2011). Influencia del clima organizacional en el servicio al cliente. Caso: empresa Pasticel de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca Oaxaca: Universidad Tecnológica de la Mixteca.
- Harris, J. (2001), Buscar la satisfacción del cliente es buen negocio. Buenos Aires: Sur.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). Marketing. (14a. ed.). México: Pearson Educación.
- Lewis, A. (2003). Test Psicológicos y Evaluación. (11ª ed.). México: Pearson Educación.
- Méndez, B. W. y Sigüeñas, B. E. (2022). Clima organizacional y satisfacción del cliente en el Hotel Aurora, Huaraz, Trabajo de grado. Repositorio Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Miranda, F., Chamorro, A. y Rubio, S. (2007). Introducción a la gestión de la calidad.
- Munayco Reátegui, I.M. (2017). El clima organizacional y su relación con la satisfacción de clientes de una empresa de servicios de comunicación. Trabajo de grado de maestría, en repositorio. Universidad San Martín de Porres, Lima Perú. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2803/munayco_rim.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Novoa, M., y Regalado, T. de J. (2018). Análisis de la relación entre clima laboral y satisfacción del cliente en la empresa Oltursa-Piura y Chiclayo.
- Pelaes, O. (2010) Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónico. Repositorio Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Phowell, D. y Yactayo, A. (2021). Clima organizacional y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa ozonomedica. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6(1), 101–123. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7941176>
- Rodríguez, D. (2006), Gestión Organizacional: Elementos para su Estudio. Alfa omega - Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Trujillo, W. (2019). Relación del clima organizacional y la satisfacción del cliente externo en el servicio de emergencia del Hospital Tingo María. Repositorio de la Universidad de Huánuco, Perú.



EL EMPRENDIMIENTO Y SU APORTE A LA ECONOMÍA ECUATORIANA

ENTREPRENEURSHIP AND ITS CONTRIBUTION TO
THE ECUADORIAN ECONOMY

Pierre Gilles Fernand Desfrancois
Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
pdesfrancois@uisrael.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-2841-3272>

Recibido: Febrero 14, 2022

Aceptado: Abril 13, 2023

DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.155>

Resumen

El presente trabajo científico aborda la temática relacionada con el emprendimiento y su aporte a la economía ecuatoriana. El Ecuador se ubica como uno de los países con los mayores niveles de emprendimiento; sin embargo, se evidencia que el ecosistema emprendedor no es adecuado y no contribuye a facilitar e impulsar los nuevos negocios en el país. Para esta investigación, se ha tomado en cuenta como referencia los principales indicadores macroeconómicos que miden el ecosistema empresarial nacional y el nivel de emprendimiento e innovación en el país.

Los principales resultados evidencian la existencia de brechas que impiden que el emprendimiento pueda generar un círculo virtuoso, para el crecimiento económico, en especial, el marco normativo, el acceso al financiamiento, el grado de innovación y la cultura y talento humano, que constituyen los principales obstáculos para impulsar el emprendimiento y lograr una economía competitiva.

Palabras clave: emprendimiento, innovación, economía, Ecuador.

Abstract

This scientific work addresses the theme related to entrepreneurship and its contribution to the Ecuadorian economy. Ecuador ranks as one of the countries with the highest levels of entrepreneurship, however, it is evident that the entrepreneurial ecosystem is not adequate and does not contribute to facilitating and promoting new businesses in the country. For this research, the main macroeconomic indicators that measure the national business ecosystem and the level of entrepreneurship and innovation in the country have been taken into account as a reference. The main results show the existence of gaps that prevent entrepreneurship from generating a virtuous circle for economic growth, especially the regulatory framework, access to financing, the degree of innovation and culture and human talent are the main obstacles to promote entrepreneurship and achieve a competitive economy.

Keywords: entrepreneurship, innovation, economy, Ecuador.

Introducción

La idea de que el espíritu empresarial y el crecimiento económico están estrecha y positivamente vinculados entre sí, se ha iniciado desde los aportes de Schumpeter (1950). Un aumento en el número de emprendedores conduce a un aumento del crecimiento económico. Este efecto es el resultado de la expresión concreta de sus habilidades y, más precisamente, de su propensión a innovar. En las últimas décadas existe un interés creciente por parte de la investigación económica, acerca de las consecuencias del emprendimiento sobre el rendimiento económico de los países, encontrando apoyo para el ecosistema empresarial en el crecimiento económico (Acs et al., 2018). Este renovado interés de los políticos y economistas coincide con un incremento de las tasas de emprendimiento en la mayoría de los países (Doran et al., 2018). En especial, las investigaciones científicas han enfocado sus trabajos sobre la variación de la actividad emprendedora entre países, los factores explicativos que impulsan el espíritu empresarial, y los posibles efectos positivos sobre la economía (Baumol & Strom, 2007). Al considerar que el emprendimiento juega un papel decisivo en el círculo virtuoso que promueve el crecimiento económico, se ha estudiado el emprendimiento utilizando diferentes enfoques, desde el aspecto psicológico, sociológico, antropológico, y por supuesto, económico.

El debate sobre los determinantes del crecimiento económico aún permanece. Las diferencias en las tasas de crecimiento per cápita entre países son grandes, y se relacionan sistemáticamente con un conjunto de variables explicativas cuantificable (Barro, 2003). El estudio de los determinantes del crecimiento económico se ha restringido en su mayoría al ámbito macroeconómico, en especial, que el crecimiento depende positivamente del estado de derecho y la apertura internacional y negativamente de la relación entre el consumo del Gobierno y el Producto Interno Bruto (PIB) y la tasa de inflación (Krugman, 1991). Sin embargo, una rama de las ciencias económicas, a partir de los trabajos de Schumpeter (1950), vincula el crecimiento económico con la organización, es decir, que el desempeño económico de una industria está determinado por el uso eficiente de los recursos escasos. En este sentido, entre las posibles fuentes de crecimiento y desarrollo económico, la innovación ha recibido una atención especial en la literatura económica.

El concepto de emprendimiento no es algo nuevo. El término emprendimiento fue utilizado por primera vez en el contexto económico en 1755, y se atribuye a Richard Cantillon (Murphy, 1986), quien define el emprendedor como una persona dispuesta a comprar a un precio determinado y vender a un precio incierto. En el siglo XX, Schumpeter (1950), considerado como una figura principal en el campo de la investigación acerca del emprendimiento, realizó aportes al concepto, señalando que el emprende-

dor representa el agente de cambio dentro de una economía y que mediante sus acciones se puede lograr el crecimiento económico, y define que existe emprendimiento cuando hay innovación en la introducción de un nuevo producto, organización o proceso:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria (Schumpeter, 1950).

Por otra parte, Hayek (1945) explica que el déficit de conocimiento representa la premisa fundamental para la existencia del emprendimiento, y que ser emprendedor implica un proceso de descubrimiento. Por su parte, Drucker (2014), a partir de las teorías anteriores, agrega que el emprendedor no es necesariamente el agente que provoca el cambio, sino el agente que aprovecha las oportunidades que trae el cambio, y centra, por ende, su definición del emprendedor desde la perspectiva de oportunidad, afirmando que este es la persona que ve las oportunidades en lugar de los obstáculos desarrollados por el cambio.

De esta manera, se reconoce ampliamente que el emprendimiento desempeña un papel crucial en el crecimiento económico. Los emprendedores, en su rol de explotar oportunidades desapercibidas, son claves en el funcionamiento del mecanismo de mercado, la creación de empleos y el crecimiento económico de las naciones. Como individuos que permiten la implementación de innovaciones en la sociedad y transferencias de conocimiento, los emprendedores contribuyen inmensamente al crecimiento económico, la productividad y el aumento de bienestar social (Baumol & Strom, 2007). En la literatura económica, se pueden identificar al menos trece roles distintos para el emprendedor (Tabla 1), y la taxonomía de las teorías empresariales se puede condensar en tres tradiciones intelectuales principales.

Tabla 1.
Roles del emprendedor

Descripción
La persona que asume el riesgo asociado a la incertidumbre
El proveedor de capital financiero
Un innovador
Un tomador de decisión
Un líder industrial
Un gerente o superintendente

Uno organizado y coordinador de recursos económicos
El propietario de una empresa
Un empleador de factores de producción
Un contratista
Un arbitrajista
Un repartidor de recursos entre usos alternativos
La persona que realiza la puesta en marcha de una empresa

Fuente: elaboración propia basada en Hébert y Link (2009).

La primera es la tradición alemana de Schumpeter (1950), la segunda la tradición neoclásica de Marshall (1930) y la tercera la tradición austriaca de Menger (1950).

Las tres tradiciones empresariales, si bien comparten aspectos en común, difieren en cuanto a las funciones del empresario. Los neoclásicos enfatizan el papel del empresario en llevar a los mercados al equilibrio a través de sus actividades empresariales. Los austriacos se concentran en la capacidad del empresario para percibir oportunidades de lucro, generalmente después de algún impacto exógeno. Mientras que en la tradición alemana o schumpeteriana, los economistas se concentran en el empresario como creador de inestabilidad y destrucción creativa.

El emprendimiento identifica y explota nuevos bienes, servicios, procesos o mercados, de tal forma que contribuye al incremento de la productividad y la generación de fuentes de empleo. Los países de todo el mundo aspiran a hacer sus economías más competitivas, impulsando el espíritu empresarial. Sin embargo, en la mayoría de los países los emprendedores todavía luchan con los conceptos básicos para operar y hacer crecer sus negocios. Por ende, existe un interés creciente en los ecosistemas como un enfoque para comprender el contexto del emprendimiento a nivel macro. Los académicos se refieren al ecosistema empresarial como la interacción de condiciones sistémicas y condiciones marco.

Stam (2015) define el ecosistema emprendedor como un conjunto de actores y factores interdependientes, coordinados de tal manera que posibilitan el emprendimiento productivo dentro de un territorio en particular. En tal sentido, el ecosistema emprendedor incluye el conjunto de instituciones que tienen relación y actúan en diferentes etapas del emprendimiento empresarial, asumiendo funciones y responsabilidades como la motivación, la formación emprendedora, la capacitación, la financiación, el acompañamiento. Las condiciones para fomentar el emprendimiento, la innovación, y generar un círculo virtuoso, radican en

la educación básica para todos y el acceso a la educación superior, una infraestructura física y legal aceptable, y una cultura que fomente las actividades empresariales (Cordova, 2013).

El emprendimiento es una característica estructural de las economías latinoamericanas, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos (Zamora Boza, 2018). En especial, según los datos del Global Entrepreneurship Monitor (Lassio et., al. 2020), que mide la actividad emprendedora en distintos países del mundo, el Ecuador es uno de los países con la mayor tasa de emprendimiento en el mundo. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2020) las microempresas constituyen el segmento con mayor participación en la economía, al representar el 90.89% de las empresas existentes en el año 2019.

En consecuencia, se observa en los últimos años estudios a nivel del Ecuador sobre el tema del emprendimiento. Camino y Aguilar (2017) concluyen que para que el emprendimiento sea realmente una fuente de prosperidad económica, se requiere la implementación de un conjunto de políticas, reglamentaciones, programas y proyectos en ejecución que lleven al Ecuador hacia un ecosistema que favorezca el emprendimiento, y subrayan las debilidades de los emprendimientos nacionales en cuanto a bajo enfoque de internacionalización, acceso a fuentes de financiamiento, innovación de procesos y absorción tecnológica. Martínez et al. (2018) evidencian que mientras la construcción de las pequeñas y medianas empresas crece, también se observa un incremento en la salida de los negocios, debido a las dificultades de adaptación de los nuevos entrantes y a los niveles de competitividad que exige el mercado.

Uno de los impedimentos para el crecimiento de las pymes ecuatorianas es la dificultad para acceder a un financiamiento a crédito, por parte de las entidades financieras del país (Delgado & Chávez, 2018).

No obstante, existen todavía muchas interrogantes en torno al espíritu empresarial en el Ecuador: ¿Cómo medir el nivel de emprendimiento? ¿Qué factores ayudan a determinarlo? ¿En qué magnitud el emprendimiento influye sobre el crecimiento económico? De tal forma que el presente trabajo de investigación tiene como objetivo medir el nivel de emprendimiento en el Ecuador, identificar los factores que contribuyen a fomentar el emprendimiento en el país y cuantificar el impacto de este sobre el desarrollo económico del país. Los resultados incluyen un conjunto importante de datos para evaluar el impacto económico del emprendimiento en el país, evaluar la situación del ecosistema para emprendimiento en el país, y determinar los desafíos y retos para que tenga mayor importancia en el desarrollo económico del país.

Metodología

El presente trabajo de investigación se realiza mediante un análisis exploratorio descriptivo de las variables e indicadores que evidencian la dinámica del emprendimiento en el Ecuador, en los últimos años. Con el fin de evaluar el ecosistema para emprendimientos, se revisan y analizan las principales bases de datos e informes que aproximan el grado de emprendimiento y el conjunto de factores que impulsan y estimulan la innovación y emprendimiento. En la Tabla 2 se presentan los informes y bases de datos que se utilizan en el presente trabajo, con su fuente y descripción metodológica.

Tabla 2.
Indicadores internacionales que aproximan el emprendimiento

Base de datos	Fuente	Descripción
Índice de Competitividad	Foro Económico Mundial	El índice de competitividad global se basa en una metodología que integra estadísticas de organismos internacionales y encuestas a expertos acerca de 12 pilares que miden la competitividad.
Global Entrepreneurship Monitor	GEM	El GEM evalúa el nivel nacional de actividad empresarial, mediante una encuesta nacional de expertos para evaluar el ecosistema empresarial y una encuesta de población adulta para medir el nivel de emprendimiento en los países.
Informe Doing Business	Banco Mundial	Los indicadores miden las regulaciones que afectan directamente a las empresas, la calidad y solidez del marco legal, y la protección de los derechos de propiedad. Se centra en análisis de normativas y leyes nacionales, mediante encuestas a expertos.
Global Innovation Index	Banco Mundial	El índice de Innovación clasifica las economías mundiales de acuerdo con sus capacidades de innovación a partir de un conjunto de aproximadamente 80 indicadores, agrupados en entradas y salidas de innovación.
Indicadores de Gobernanza Mundial	Banco Mundial	Los Indicadores de gobernanza mundial (WGI) son un conjunto de datos de investigación que resumen las opiniones sobre la calidad de la gobernanza proporcionadas por un gran número de encuestados de empresas, ciudadanos y expertos en países industrializados y en desarrollo.

Fuente: Foro Económico Mundial, Global Entrepreneurship Monitor, Banco Mundial

Por otra parte, se utilizan variables cuantitativas y cualitativas a partir de datos nacionales e internacionales que complementan el análisis de indicadores, sobre el nivel de emprendimiento y ecosistemas empresariales. Los datos se sintetizan en la siguiente tabla.

Tabla 3.
Indicadores nacionales e internacionales que aproximan el emprendimiento

Base de datos	Fuente	Descripción
Número de patentes y marcas registradas	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual	Los datos se basan en datos recopilados de las oficinas de propiedad intelectual o extraídos de las bases de datos operativas de la OMPI.
Número de empresas por tamaño, distribución de ventas y plazas de empleo	INEC – Directorio de Empresas y Establecimientos	Se incluyen a todas las empresas formalmente constituidas en el país, es decir, que se encuentran registradas en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
Indicadores de desempeño logístico	Banco Mundial – Escuela de Economía Turku	Los datos provienen de encuestas del Índice de Desempeño Logístico realizadas por el Banco Mundial en asociación con instituciones académicas e internacionales y empresas privadas e individuos que se dedican a la logística internacional.

Fuente: INEC (2019), WIPO (2020)

A partir del estudio de los informes e indicadores, sobre el nivel de actividad emprendedora en el Ecuador, se realizará un análisis estadístico para medir el grado de correlación entre las principales variables que se incluyen en el presente trabajo de investigación. En especial se medirá la correlación entre los principales factores que caracterizan el emprendimiento y el crecimiento económico del país, para determinar las variables relevantes al momento de medir el entorno empresarial. Los datos cuantitativos cubren el periodo 2010-2019, de forma anual.

Resultados

Dentro de los indicadores estadísticos para medir el nivel de emprendimiento a nivel nacional, el informe Global Entrepreneurship Monitor brinda información acerca de las condiciones del ecosistema de emprendimiento nacional, del total de emprendedores en el país y del tipo de negocios y su impacto potencial. Los factores determinantes de la actividad emprendedora, de acuerdo a la metodología, son: financiamiento para emprendedores, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación en emprendimiento, transferencia de I + D, infraestructura comercial y legal, mercado interno, infraestructura física, normas sociales y culturales.

Los resultados del estudio indican que el Ecuador se ubica en el puesto 39 de 54 países en cuanto a la facilidad para crear y gestionar negocios. La Figura 1 indica la situación de las condiciones para el emprendimiento en el Ecuador, en los diferentes criterios que evalúa el GEM (2020). Cada elemento se evalúa con una nota que va desde 0 (puntuación más baja) hasta 10 (puntuación más alta).

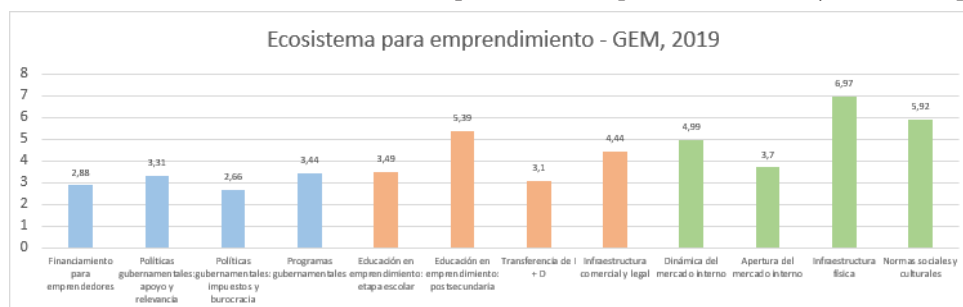


Figura 1. Global entrepreneurship Monitor - Ecuador
Fuente: Global entrepreneurship Monitor (2020)

El análisis de los resultados de las condiciones macro para el emprendimiento en el Ecuador muestra fortalezas, debilidades y retos importantes. Los factores positivos para el país radican en las infraestructuras físicas, que contempla el acceso a servicios básicos y de telecomunicaciones, y la educación empresarial postsecundaria, que enfatiza la formación en administración de empresas y los sistemas de formación profesional y educación continua. Se investigan datos complementarios para comprobar los resultados del GEM. En cuanto a la calidad de las infraestructuras físicas, se analiza la evolución de indicadores de desempeño logístico, indicadores recopilados por el Banco Mundial. Los datos se reportan en la Tabla 4, y concluyen que durante el periodo 2007-2018 se observa una mejora significativa en la mayoría de los indicadores. Los datos confirman los resultados del GEM. Los indicadores de desempeño logístico se obtienen a partir de encuestas a expertos y profesionales del área, cada indicador tiene una puntuación que va desde 0 (puntuación más baja) hasta 10 (puntuación más alta). El promedio de puntuación de calidad de infraestructuras para el Ecuador es superior al promedio de América Latina y el Caribe (2.40), y también para la frecuencia de arribo dentro del plazo previsto (3.03 promedio de América Latina y el Caribe) y la facilidad para hacer seguimiento a los envíos (2.64 promedio de América Latina).

Tabla 4.
Indicadores complementarios sobre la calidad de infraestructuras

Indicador	2007	2010	2012	2014	2016	2018
Calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte.	2.36	2.38	2.62	2.50	2.47	2.72
Frecuencia de arribo de embarques al destinatario dentro del plazo previsto.	3.27	3.55	3.42	3.18	3.23	3.19
Facilidad para localizar y hacer seguimiento a los envíos	2.45	2.84	2.58	2.67	2.65	3.07

Fuente: Banco Mundial (2020). Los indicadores se calculan dentro de un rango de 1 (puntuación baja) hasta 5 (puntuación alta), a partir de encuestas a expertos.

En torno a las debilidades en el ecosistema empresarial para el Ecuador, las políticas de gobierno, impuestos y burocracia, marcadas por numerosos trámites administrativos y altos niveles de impuestos perjudican la creación de empresas. El apoyo financiero evidencia la baja disponibilidad de capital propio de los emprendedores, y la insuficiencia de financiamiento privado y público. Además, la transferencia de investigación y desarrollo constituye un obstáculo para el emprendimiento nacional, al tener altos costos de acceso a la tecnología e insuficiente apoyo por parte del sector público. Con el fin de evaluar los aspectos políticos, normativos y financieros, el informe Doing Business, realizado anualmente por el Banco Mundial, proporciona una medición objetiva de las regulaciones para hacer negocios y su aplicación en 190 países. Los indicadores medidos se muestran en la Tabla 5.

Tabla 5.
Metodología del índice Doing Business

Categoría	Indicadores
Apertura de un negocio	Apertura de un negocio
Obtener una ubicación	Manejo de permisos de construcción
	Obtención de electricidad
	Registro de propiedades
Acceso a financiamiento	Obtención de crédito
	Protección de los inversionistas minoritarios
Gestión de las operaciones cotidianas	Pago de impuestos

	Comercio transfronterizado
Operar en un entorno empresarial seguro	Cumplimiento de los contratos
	Resolución de la insolvencia

Fuente: Doing Business – Banco Mundial

Actualmente el Ecuador se ubica en la posición 129 sobre 190 países evaluados. El país, en el contexto actual, presenta algunas ventajas competitivas, pero también se evidencian desafíos importantes. La resolución de insolvencia evalúa el tiempo, costo y resultado de los procedimientos de insolvencia que afectan a las empresas locales y se observa que la tasa de recuperación (18.3) es inferior a los promedios regionales y mundiales, y se ubica el Ecuador en el puesto 160 en cuanto a este indicador. Otro desafío radica en el pago de impuestos, que mide los impuestos y contribuciones obligatorias que una empresa de tamaño medio debe pagar en un determinado año, y la carga administrativa asociada con el pago de impuestos y contribuciones (Doing Business, 2019). En este indicador el tiempo promedio (horas por año) para preparar, presentar y pagar impuestos es de 664 horas, en comparación, el promedio de América Latina y el Caribe es de 317.1 horas y el promedio de los países con ingresos altos es de 158.8 horas.

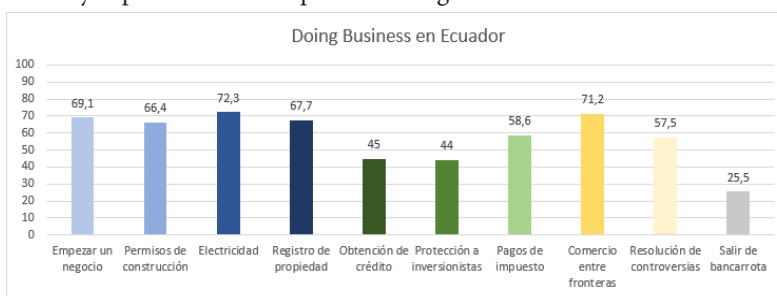


Figura 2. Doing Business en Ecuador
Fuente: Banco Mundial – Doing Business

Pero la principal debilidad en el entorno para la realización de negocios es la dimensión de apertura de negocio, que ubica al Ecuador en el puesto 177, evidenciando problemáticas importantes en cuanto al número de procedimientos, costos y tiempo para iniciar actividades económicas. Se evidencia que los datos del Doing Business corroboran los resultados del GEM. En cuanto a la parte normativa, la siguiente Tabla 6 sintetiza las problemáticas que perjudican el desarrollo de la actividad emprendedora en el país. Los tiempos, números de trámites y costos para iniciar una actividad empresarial son superiores a los promedios regionales.

Tabla 6.
Indicadores de creación de empresas en el Ecuador

Indicador	Ecuador	América Latina	OCDE- Ingresos altos
Número de trámites	11	8.1	4.9
Tiempo (en días)	48.5	28.8	9.2
Costo (% del ingreso per cápita)	33.0%	31.4%	3.0%

Fuente: Doing Business – Banco Mundial

Después de valorar el ecosistema empresarial en el Ecuador, se procede a medir el nivel de emprendimiento en el país. Uno de los indicadores pertinentes que proporciona el GEM, acerca de la actividad emprendedora en el país, es la tasa de Actividad Emprendedora Temprana, que incluye los emprendimientos nacientes. La tasa de Actividad Emprendedora Temprana en el Ecuador es de 36.2%, la tasa más alta de los países de América Latina y el Caribe, y muy superior al promedio de los países de ingresos medios (14.9%). Sin embargo, cabe señalar que Ecuador no solamente tiene la tasa de Actividad Emprendedora Temprana más alta, sino también la tasa de salida más alta de la región, que es actualmente de 9.3%, e incluye la población que cerró definitivamente el negocio, y la población que salió de un negocio cuyas actividades no han concluido. Las principales razones de salida fueron los problemas

familiares (32.7%), la falta de rentabilidad (25.2%) y la falta de financiamiento (16.6%). A nivel macroeconómico, el Directorio de Empresas y Establecimientos (INEC, 2019) permite obtener datos cuantificativos sobre el número de empresas por tamaño e indicadores de ventas y plazas de empleo por tamaño de empresas.

La clasificación de las empresas ecuatorianas, según su tamaño, evidencia que la microempresa es el segmento con mayor participación, representando el 90,89% de las empresas en el Ecuador; pese a esto, al momento de analizar la estructura de ventas, según el tamaño de empresas, se observa que la empresa grande es la más relevante, concentrando el 72,31% de las ventas en 2019, mientras que las pequeñas y microempresas representan solamente el 11.86% de las ventas totales. Por otra parte, al analizar la distribución de las plazas de empleo registrado, según el tamaño de empresas, se observa que las microempresas y pequeñas empresas representan el 43.25% de las plazas de trabajo. Los resultados se presentan en la Tabla 7. Es decir, si bien el Ecuador tiene una alta tasa de emprendimiento, aún las micro y pequeñas empresas representan un porcentaje marginal en cuanto al volumen de ventas en el país.

Tabla 7.
Representatividad de las pequeñas y microempresas en el Ecuador

Indicador	Representatividad
Número de empresas según tamaño	Las microempresas y pequeñas empresas representan el 97.89% de las empresas en el Ecuador.
Distribución de ventas según tamaño de empresas	Las microempresas y pequeñas empresas representan el 11.86% de las empresas en el Ecuador.
Distribución de plazas de empleo según tamaño de empresas	Las microempresas y pequeñas empresas representan el 43.21% de las plazas de empleo en el Ecuador.

Fuente: INEC (2019)

El perfil de los emprendedores es un aspecto interesante al momento de medir el grado de emprendimiento en el país, y las características de los nuevos negocios. La siguiente Tabla 8 sintetiza el perfil del emprendedor en el Ecuador, a partir de criterios sociodemográficos. Se destaca que en el país la mayoría de los emprendedores son jóvenes, se concentran en el sector urbano, y no poseen educación universitaria. También se refleja una brecha de género, al tener un porcentaje mayor de emprendedores hombres en el Ecuador.

Tabla 8.
Perfil del emprendedor en el Ecuador

Criterio	Perfil
Género	El total de emprendedores estuvo compuesto en un 53.5% por hombres y 46.5% por mujeres, variación que ha venido creciendo en los últimos años.
Edad	Predominan las personas más jóvenes dentro de la TEA, el 51.3% tienen menos de 35 años, solamente el 24.1% tiene más de 45 años.
Educación	El 32.7% de los emprendedores muestra una educación universitaria, mientras que el 63.4% sólo alcanza un nivel de educación básico y ha completado la secundaria.
Área	El sector urbano concentra el 64.5% de los emprendimientos, y el sector rural el 35.5%.

Ingresos	El 22% de los emprendedores tienen ingresos inferiores a un SBU, el 38.4% entre 1 y 2 SBU, y el 39.6% más de 2 SBU.
----------	---

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2020)

Dentro de los factores que motivan a los emprendedores para iniciar un negocio, se destaca la escasez de empleo como la principal motivación (82.71%), al igual que en la mayoría de los países de América Latina. Se evidencia que la escasez de empleo, como principal motivación, es más alta dentro de la población con educación primaria o secundaria, población mayor a 35 años y personas desempleadas, lo que concluye que el emprendimiento en el Ecuador se caracteriza más como una solución al desempleo, y no como propuesta para generar una oportunidad de negocio o generar un producto o servicio innovador. En tal sentido, se procede a evaluar la competitividad nacional y analizar la relación entre emprendimiento y competitividad del país.

El reporte de Competitividad Global, define la competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de una economía. Se evalúan 12 pilares para calcular el nivel de competitividad nacional. El Ecuador se ubica actualmente en el puesto 90 de entre 140 países. La Figura 3 presenta los resultados por pilares de competitividad. Una de las principales debilidades en el caso del Ecuador radica en el dinamismo de negocio, ubicando al país en el lugar 130, y a nivel regional, en el puesto 17 de 18 países.

Para el cálculo del dinamismo de negocios se toman en cuenta los requisitos administrativos y la cultura empresarial. En el primer aspecto se evidencian los altos costos para iniciar un negocio, calculado en porcentaje del PNB per cápita (21.2%), el tiempo para iniciar un negocio (48.5 días) y el marco regulatorio para resolver situaciones de insolvencia. Los datos coinciden con los resultados del informe Doing Business que se presentan en la Tabla 6. En cuanto a la cultura empresarial, se evalúa la actitud hacia el riesgo empresarial, el crecimiento de empresas innovadoras, y las empresas que adoptan ideas disruptivas. En ambos aspectos, el Ecuador presenta resultados inferiores a los promedios mundiales y regionales. Otro factor que perjudica la competitividad nacional es la eficiencia de los mercados de productos y mercado laboral. En torno a los mercados de productos, las altas tasas arancelarias y la prevalencia de barreras no arancelarias afectan la apertura comercial del país.

Dentro de los aspectos positivos, se destaca el componente de infraestructuras, que ubica al Ecuador en el puesto 4 a nivel regional, donde evalúa las infraestructuras de transporte y las infraestructuras de servicios públicos, resultados que coinciden con los evidenciados en la Tabla 4 que evalúa las infraestructuras a nivel nacional.

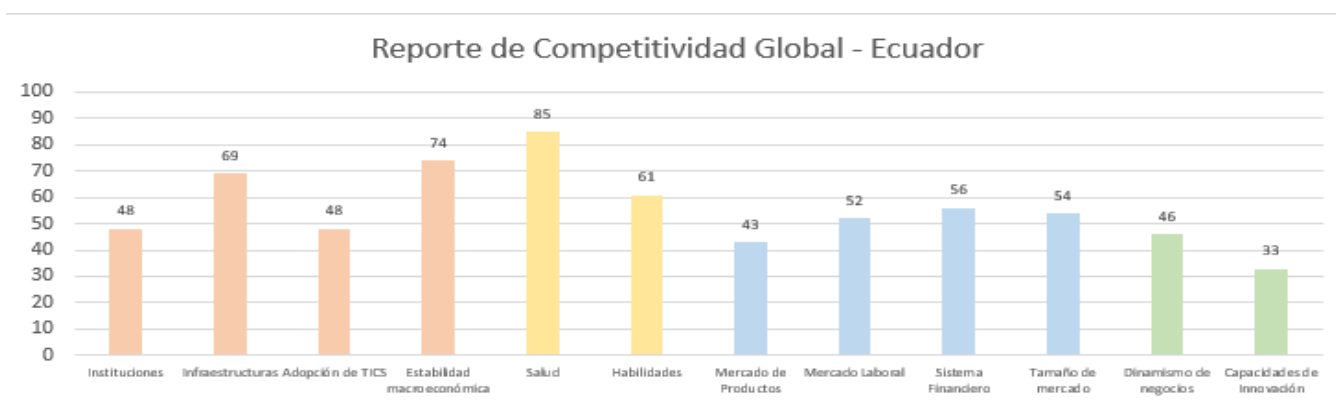


Figura 3. Reporte de Competitividad Global para el Ecuador

Fuente: Foro Económico Mundial (2020)

La capacidad de innovación es otro factor limitante para la competitividad nacional. Para medir con más profundidad la capacidad de innovación en el Ecuador, se analiza la evolución de las presentaciones de solicitudes de propiedad intelectual en el país. Los datos subrayan que desde el año 2015 no existe una tendencia creciente en cuanto a solicitudes de propiedad intelectual en el país, y los resultados son inferiores a las metas planteadas en los procesos de planificación nacional. En efecto, el Plan Nacional de Desarrollo (SENPLADES, 2017) establece como meta para el año 2021 incrementar 153 el número de solicitudes de patentes nacionales.

Tabla 9.
Evolución de las patentes en el Ecuador

Año	Número de patentes	Número de marcas registradas	Número de diseños industriales
2010	15	9743	54
2011			
2012			
2013	27	13318	171
2014	50	16382	82
2015	30	11902	67
2016	51	10444	71
2017	29	9682	265
2018	51	13621	247
2019	46	13895	81

Fuente: WIPO – Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2020)

Los datos evidencian que, en los últimos años, en cuanto número de patentes, marcas y diseños industriales, el Ecuador se ubica por debajo de los países de la región. Acerca de las patentes registradas, países como Chile (966), Argentina (815), Colombia (638) y Perú (182) presentan mejores avances. Dentro de los factores que explican la deficiencia de avances entorno a la innovación en el país, se evidencia la falta de recursos, en especial, el gasto público en Investigación y Desarrollo (I+D) en el Ecuador representa solamente 0.44% del PIB, en comparación, el promedio de América Latina se ubica a 0.71% del PIB, y las naciones que más invierten en ID destinan más del 2% en I+D.

Estudios empíricos confirman que los gastos en I+D generan efectos positivos sobre la calidad de vida de la población, la competitividad de las empresas, y reduce la dependencia del país a tecnologías externas. Olaya (2017) evidencia una relación positiva entre gastos en I+D e ingresos por ventas en las empresas públicas y privadas en el Ecuador. Subraya la baja tendencia de las empresas a realizar procesos de investigación constantes, debido a la mala administración del presupuesto destinado a investigación e innovación, y la carencia de una consciencia social científica. El bajo nivel de innovación en el Ecuador se ve reflejado en el índice de innovación global, que tiene como objetivo captar las facetas multidimensionales de la innovación.

El índice mide la innovación con base en criterios que incluyen instituciones, capital humano e investigación, infraestructura, crédito, inversión, encadenamientos; la creación, absorción y difusión del conocimiento; y salidas creativas. En este índice el Ecuador ocupa el puesto 99 de entre 131 economía, y tomando como referencia los países de América Latina y el Caribe, ocupa el puesto 15 de las 18 economías que conforma la región. La siguiente Tabla 10 sintetiza los resultados para el Ecuador en los principales indicadores que mide el índice de Innovación Global:

Tabla 10.
Fortalezas y debilidades del Ecuador en torno a la innovación

Fortalezas	Debilidades
Gasto en Educación (% del PIB)	Instituciones
Promedio de años de escolaridad	Calidad regulatoria
Clasificación de universidades (QS)	Costos de despidos
Formación Bruta de Capital (% del PIB)	Entorno Empresarial

Sostenibilidad ecológica	Facilidad para iniciar un negocio
Desempeño ambiental	Facilidad para resolver la insolvencia

Fuente: Índice de Innovación Global (2020)

Se evidencia que el Ecuador tiene fortalezas en diferentes pilares que determinan la innovación. En el aspecto de capital humano e investigación se destaca el gasto público en educación. Según los datos oficiales, el Ecuador dedicó al sector de la educación el 12.6% del PIB, valor superior al promedio de los países de la región. La calidad de la educación superior es un aspecto positivo para la dinámica de innovación en el país, y se observa en la Figura 4 un incremento significativo en la generación de conocimientos en el país.



Figura 4. Evolución del número de publicaciones en el Ecuador

Fuente: Banco Mundial (2020)

En torno a las debilidades, la calidad de las instituciones constituye una debilidad importante para el país. El pilar institucional incluye el entorno político, de negocios y regulatorio. De esta manera, los datos confirman los resultados anteriores. En el indicador de entorno de negocio la principal debilidad radica en la dificultad para iniciar un nuevo negocio, que coincide con los resultados anteriores. Los Indicadores de Gobernanza Mundial, elaborados por el Banco Mundial, informan indicadores de gobernanza agregados por más de 200 países para seis dimensiones de gobernanza.

Esto constituyen una herramienta de análisis importante al momento de evaluar el entorno político y regulatorio. En el político la efectividad del Gobierno, según el Banco Mundial, refleja las percepciones de la calidad de los servicios públicos, la calidad del servicio civil y el grado de su independencia de las presiones políticas, la calidad de la formulación e implementación de políticas y la credibilidad del compromiso del Gobierno con tales políticas. En el entorno regulatorio, la calidad del estado de derecho captura las percepciones del grado en que los agentes tienen confianza en las reglas de la sociedad y las acatan, y en particular, la calidad de la ejecución de los contratos y los derechos de propiedad. Los indicadores para el Ecuador se reflejan en la siguiente Tabla 11. Los datos de la primera columna miden el resultado del indicador, resultado que oscila entre -2.5 (débil) a 2.5 (sólido) desempeño de gobernanza. La efectividad del Gobierno, calidad regulatoria, estado de derecho y control de la corrupción tienen un desempeño muy bajo, que se evidencia en la última columna que mide el rango percentil entre todos los países, desde el percentil 0 (más bajo) hasta 100 (más alto).

Tabla 11.

Indicadores de Gobernanza Mundial - Ecuador

Dimensiones	Resultados	Percentil
Voz y Responsabilidad	0.06	48.77
Estabilidad política y ausencia de violencia	-0.19	40.95
Efectividad del Gobierno	-0.40	37.02
Calidad regulatoria	-0.82	19.71
Estado de Derecho	-0.58	29.81
Control de la Corrupción	-0.50	34.62

Fuente: Indicadores de Gobernanza Mundial (2020)

Discusión de los principales resultados

El análisis de los principales informes e indicadores estadísticos, para medir el nivel de emprendimiento y grado de innovación en el país, permiten identificar una serie de brechas que obstaculizan el desarrollo del emprendimiento en el Ecuador, y dificultan la posibilidad de que el emprendimiento e innovación se convierta en un pilar para la prosperidad socioeconómica del país. En primer lugar, se resaltan altos niveles de actividad emprendedora en el país. El Ecuador presenta una tasa de actividad emprendedora de 36.2%; sin embargo, este indicador no refleja el nivel de calidad, innovación, continuidad y generación de empleo, que son aspectos claves para medir el impacto económico del emprendimiento en el país.

Coronel y Ortega (2019) analizan el emprendimiento y la tasa de informalidad en los negocios, y concluyen que los principales factores que causan la informalidad de los negocios en el Ecuador radican en la dificultad de hacer negocios en el país, y el emprendimiento por necesidad causado por la falta de empleo. Para responder a estas interrogantes, se analizó en detalles diferentes indicadores e informes periódicos para evaluar el impacto del emprendimiento en la economía ecuatoriana, identificando las principales debilidades en el ecosistema empresarial nacional, y en las características de los emprendimientos nacionales.

La primera brecha que se evidencia radica en la política y marco normativo. El indicador Doing Business y el Reporte de Competitividad Global demuestran las dificultades de iniciar un negocio en el Ecuador. El número de procedimientos, el tiempo, y costo en porcentaje del ingreso per cápita son sintomáticos de la dificultad que tienen los emprendedores para iniciar sus actividades. En el Ecuador se requiere en promedio 11 trámites y 48.5 días para iniciar un negocio contra 8.1 trámites y 28.8 días en promedio, en comparación con América Latina y el Caribe. En este sentido, la Ley de Emprendimiento e Innovación, promulgada en el país en el año 2020, constituye un primer paso para generar un ecosistema de emprendimiento favorable, simplificar los trámites y fomentar el espíritu emprendedor en el país.

El aspecto político y marco normativo recalca también el bajo nivel de eficacia del Gobierno, del estado de derecho y de la calidad regulatoria. Los distintos informes y datos analizados en el presente trabajo de investigación evidencian la debilidad institucional en el país, y su impacto sobre el emprendimiento y la innovación. Para corroborar el impacto de la normativa sobre la actividad económica, se realizó un análisis de correlación entre la puntuación del país acerca de la variable iniciar un negocio, medido en el informe Doing Business, y el crecimiento económico del PIB anual, la correlación es de 0.40, correlación positiva y significativa que concluye que, al mejorar los aspectos relacionados con los procedimientos, tiempo y costo de iniciar un negocio, impacta de forma positiva la economía nacional. En la siguiente Tabla 12 se muestran los resultados de las correlaciones entre variables, a partir de un análisis histórico desde el año 2003 hasta el 2020. Se evidencia que la variable más correlacionada con el crecimiento económico es el costo promedio para iniciar un negocio, que tiene una correlación negativa muy alta, en este sentido, es necesario diseñar políticas que reduzcan el costo de iniciar un negocio.

Tabla 12.
Análisis de correlación – Crecimiento económico

Variable	Coefficiente de correlación
Puntaje total – Iniciar un negocio	0.40
Número de procedimientos	-0.17
Tiempo (días) para iniciar un negocio	-0.38
Costo (% del ingreso per cápita) para iniciar un negocio	-0.60

Fuente: Indicadores de Gobernanza Mundial (2020)

La segunda brecha que se identifica es el financiamiento para emprendimientos en el país. La obtención de financiamiento para poder operar y funcionar es uno de los obstáculos de las empresas ecuatorianas. El informe Doing Business confirma la dificultad en torno al acceso al crédito por parte de las empresas, en especial, el índice de derechos legales, que mide el grado en que las leyes sobre garantías y quiebras protegen los derechos de prestatarios y prestamistas y, por lo tanto, facilitan los préstamos, este tiene una puntua-

ción muy baja, al cumplir solamente 1 de los 12 criterios. De forma similar, el GEM establece que los ahorros personales constituyen la principal fuente de financiamiento para los negocios nuevos, más del 95% de los emprendedores usan sus propios ahorros para cubrir los requerimientos de su inversión inicial, mientras que los préstamos a instituciones financieras son opciones para el 62.3% de los emprendedores.

Dentro de los determinantes del acceso al financiamiento de las pymes ecuatorianas, Franco Gómez et al. (2019) determinan que el tamaño y la capacidad tecnológica son las variables que más influyen para que una empresa pueda acceder a financiamientos, lo que explica que un porcentaje importante de las pymes no logran acceder al financiamiento formal. A nivel macroeconómico, se observa que el crédito interno al sector privado en el Ecuador es del 42.8% del PIB, nivel inferior al promedio de América Latina, de 55.6% del PIB. Es decir, que el bajo desarrollo del sistema financiero nacional impide el acceso al financiamiento para un porcentaje alto de los emprendimientos nacientes y nuevos.

Se realizó un análisis estadístico para determinar la correlación entre el crecimiento económico y la variable del GEM que mide el acceso al financiamiento para las pymes, se evidencia una correlación positiva de 0.38, lo que concluye que facilitar la disponibilidad de recursos financieros para las pequeñas y medianas empresas, influye sobre el crecimiento económico. De forma similar, se analiza la correlación entre acceso a financiamiento y transferencia en I+D medida por el GEM. La correlación es de 0.41, que evidencia que el acceso a financiamiento mejora el nivel de investigación y desarrollo en el país, generando un aporte positivo a la economía del país. La siguiente Figura 5 muestra la relación entre financiamiento e I+D.

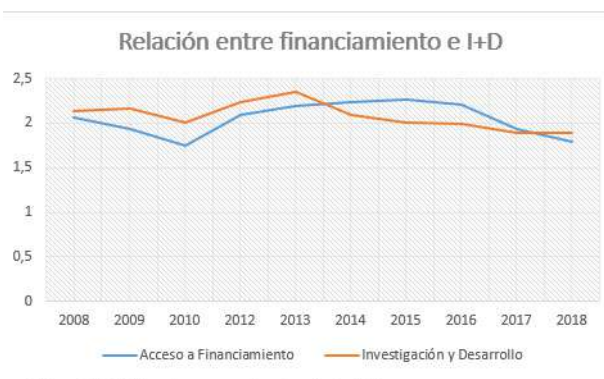


Figura 5. Relación entre acceso a financiamiento e I+D
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2020)

Dentro de los hallazgos del presente estudio se enfatiza la escasa tendencia a la innovación en el país, lo que constituye una brecha adicional para el Ecuador. Los principales indicadores para medir el nivel de innovación son bajos, el número de patentes y de marcas registradas son inferiores a los promedios regionales, y el gasto público en I+D se mantiene a niveles estables, de 0.4% del PIB. El Reporte de Competitividad Global subraya que la capacidad de innovación es uno de los elementos con menor calificación para el país. Si bien se observan una tendencia positiva en el aspecto académico, con un incremento significativo en el número de publicaciones, es importante articular los esfuerzos y la cooperación entre el sector público, privado y las universidades, para impulsar y estimular la innovación.

Olmedo (2017) concluye que en un sistema competitivo como el actual, la investigación, el desarrollo y la innovación son factores que inciden en una forma directamente proporcional en el crecimiento de las pymes, e influyen positivamente en la creación de valor, y que, en tal sentido, la universidad juega un papel fundamental mediante la investigación. Se evidencia, a su vez, que los registros de propiedad intelectual tuvieron un incremento significativo durante el periodo de auge económico (2010-2015) y después la tendencia se estabiliza, lo que implica que el incremento de los registros de propiedad intelectual está impulsado por el gasto en investigación y desarrollo. Al analizar la tendencia en la evolución del número de patentes se evidencia una tendencia logarítmica que implica un crecimiento menor en los últimos años de las solicitudes registradas, como se observa en la Figura 6. Además, la correlación entre crecimiento económico y número de patentes registradas es ligeramente positiva, de 0.14.

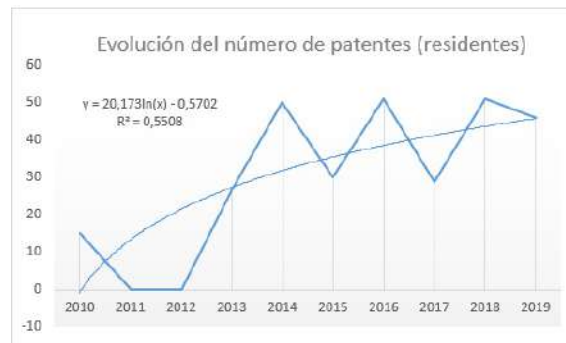


Figura 6. Evolución del número de patentes y tendencia

Fuente: WIPO – Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2020)

La última brecha que se evidencia es la cultura y talento humano. Si bien la tasa de emprendimiento es más alta que el promedio regional, la principal motivación de iniciar un emprendimiento es la falta de empleo y oportunidades, y los datos resaltan que más del 60% de los emprendimientos en el país no cuenta con una educación universitaria.

En consecuencia, los emprendimientos reflejan un bajo nivel de innovación y de generación de empleos. Los datos obtenidos del INEC indican que, si bien las micro y pequeñas empresas representan más del 90% de las empresas en el país, estas concentran un bajo porcentaje de ventas y empleos formales. Adicionalmente, se observa que la tasa de salida de negocios es una de las más altas de la región.

Conclusiones

El presente trabajo de investigación analiza el grado de emprendimiento e innovación en el Ecuador, y el ecosistema que permite generar condiciones adecuadas. Para lograr el objetivo planteado se procedió a un análisis exhaustivo de los informes e indicadores que evalúan el emprendimiento y el ecosistema emprendedor en el Ecuador.

El emprendimiento es primordial para el crecimiento económico de los países. Sin embargo, se evidencian una serie de obstáculos en el Ecuador que limitan el impacto de la actividad emprendedora en el país. Indudablemente, en el país existen niveles de emprendimientos altos; pese a esto, se observa que el principal motivo para iniciar un nuevo negocio es la falta de empleo, y la mayoría de los emprendedores no cuentan con un nivel de educación secundaria. En tal sentido, los emprendimientos generan bajos niveles de innovación y sofisticación, lo que provoca que la tasa de salida sea superior a los otros países de la región.

Por otra parte, los resultados subrayan la presencia de brechas que dificultan la realización de nuevos emprendimientos en el país. La política y marco normativo, marcados por altos costos de inicio de actividades empresariales y baja calidad de las instituciones, constituyen el primer obstáculo a la actividad emprendedora en el país. El desarrollo del sistema financiero nacional no es adecuado para las micro y pequeñas empresas, que tienen un acceso al financiamiento limitado y tasas de interés altas. Se recalca que las dificultades para cumplir con los requisitos solicitados, por las institucionales financieras, contribuye a que un gran porcentaje de los nuevos emprendimientos se financien por fondos propios. El grado de sofisticación e innovación de los negocios es muy limitado, caracterizado por la baja inversión en I+D por parte del sector público, bajos niveles de solicitudes de propiedad intelectual y falta de incorporación de innovaciones en los emprendimientos.

En este aspecto, es primordial generar esfuerzos conjuntos entre el Gobierno, el sector privado y las universidades, para impulsar la innovación. La cultura y talento humano constituyen la última brecha que impide que el emprendimiento constituya un pilar del crecimiento económico, debido a que los datos concluyen que la principal motivación para emprender es la falta de empleo.

Referencias Bibliográficas

- Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2018). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: an ecosystem perspective. *Small Business Economics*, 51(2), 501-514. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0013-9>
- Barro, R. J. (2003). Determinants of economic growth in a panel of countries. *Annals of economics and finance*, 4, 231-274. <http://down.aefweb.net/AefArticles/aef040202.pdf>
- Baumol, W. J., & Strom, R. J. (2007). Entrepreneurship and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 233-237. <https://doi.org/10.1002/sej.26>
- Camino, R. C., & Aguilar, A. E. (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. <https://doi.org/10.33890/inno-va.v2.n9.1.2017.504>
- Coronel, A., & Ortega, M. (2019). Perspectivas del emprendimiento en el Ecuador, sus dificultades y la informalidad. *YACHANA, Revista Científica*, 8(3), 34-40. <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/download/606/374?inline=1>
- Cordova, D. (2013). Creating the environment for entrepreneurial success. Center for International Private Enterprise.
- Cornell University, INSEAD, and WIPO (2020). *The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation?* Ithaca, Fontainebleau, and Geneva.
- Delgado, D., & Chávez, G. (2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 18.
- Doran, J., McCarthy, N., & O'Connor, M. (2018). The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries. *Cogent Economics & Finance*, 6(1), 1442093. <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1442093>
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315747453>
- Franco Gómez, M. D. C., Gómez Gutiérrez, F., & Serrano Orellana, K. (2019). Determinantes del acceso al crédito para la PYME del Ecuador. *Conrado*, 15(67), 295-303.
- Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *The American economic review*, 35(4), 519-530. <https://www.jstor.org/stable/1809376>
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (2009). *A history of entrepreneurship*. Routledge.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2020). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2019*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Boletin_Tecnico_DIEE_2019.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2019). *Directorio de Empresas 2019*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Lasso, V., Amaya, A., & Zambrano, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: Ecuador 2019-2020*.
- Olmedo, W. H. N. (2017). Investigación e innovación, factores de crecimiento en las PYMES. *Revista Publicando*, 4(12 (2)), 254-268. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/637>
- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge, MA: MIT Press
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación* [archivo PDF]. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIEN-TOINNOVACION.pdf
- Marshall, A. (1930). *Principles of Economics*. Macmillan and Co., London (First edition 1890).
- Martínez, M. P. P., Pérez, L. F. L., & Silva, W. R. J. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. *Revista Publicando*, 5(15 (2)), 308-325. <https://core.ac.uk/download/pdf/236643847.pdf>
- Menger, C. (1950), *Principles of Economics*, translated by J. Dingwall and B. F. Hoselitz, Glencoe, Ill.: Free Press
- Murphy, A. E., & Murphy, F. E. A. E. (1986). *Richard Cantillon: entrepreneur and economist*. Oxford University Press.
- Olaya, E. (2017). Efecto del gasto en investigación y desarrollo en el ingreso de los establecimientos de Ecuador. *Revista Vista Económica*, 3(1), 7-18. <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/economica/article/view/390>
- Senplades, S. N. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades: Quito, Ecuador.
- Schumpeter, J.A. (1950). *Capitalism, Socialism and democracy*. 3rd. ed. New York. Harper y Brothers.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>

- World Bank. (2020). Doing Business 202 : Comparing Business Regulation in 190 Economies. Washington, DC: World Bank.
- World Bank. (2020). Worldwide Governance Indicators (WGI) Project. Washington, DC: World Bank.
- World Bank. (2020). World development indicators. Washington, D.C: World Bank.
- World Bank. (2020). Logistics Performance Index. Washington, D.C: World Bank.
- World Economic Forum. (2020). The global competitiveness report: 2020. Geneva: World Economic Forum.
- World Intellectual Property Organization. (2020). WIPO Statistical Country Profiles. Geneva, Switzerland: WIPO.
- Zamora Boza, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. Espacios, 39(7) 15.

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y MOROSIDAD EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PERTENECIENTES A UNA ORGANIZACIÓN CONFESIONAL DE LA ZONA SUR DEL PERÚ

ADMINISTRATIVE MANAGEMENT AND DELINQUENCY IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS BELONGING TO A CONFESIONAL ORGANIZATION IN SOUTHERN PERU

Mamani Ttito Edgar
edgar.mamani@upeu.edu.pe
Universidad Peruana Unión
<http://orcid.org/0000-0002-1607-0471>

Recibido: Marzo 17, 2023

Aceptado: Abril 13, 2023

DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.197>

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo el determinar en qué medida la gestión administrativa predice la morosidad en las instituciones pertenecientes a una organización confesional de la zona sur del Perú, el presente estudio tiene un enfoque cuantitativo de tipo básica no experimental, con un diseño descriptivo predictivo y transversal, la población está constituida por un total 180 profesionales de 50 instituciones educativas, para determinar el cálculo de la muestra se hizo uso de un muestreo censal incluyendo al total de la población, quienes fueron evaluados con una escala de tipo Likert para la medición de la gestión administrativa y para la recopilación de la información de la morosidad en los años 2021 y 2022 se recurrió al análisis documental. Dentro de los principales resultados se determinó que el 58.33% tiene niveles elevados de la gestión administrativa, mientras que un 41.67% tiene niveles medios, con respecto a la morosidad en el año 2021 un 55% tiene niveles medios, el 31.67% tiene niveles altos y 13.33% tiene niveles bajos, en el año 2022 un 46.11% tiene niveles medios, el 41.11% tiene niveles bajos y 12.78% tiene niveles altos. La principal conclusión a la que se llegó en el estudio, evidencia que la gestión administrativa predice la morosidad en las instituciones pertenecientes a una organización confesional de la zona sur del Perú.

Palabras Claves: gestión administrativa; enfoque administrativo, nivel de gestión, usos de educación, toma de decisión, morosidad.

Abstract

The objective of this study is to determine to what extent administrative management predicts delinquency in institutions belonging to a confessional organization in the southern zone of Peru, the population is made up of a total of 180 professionals from 50 educational institutions. To determine the sample calculation, a census sampling was used to include the entire population, who were evaluated with a Likert-type scale to measure administrative management, and for the collection of information on delinquency in 2021 and 2022, documentary analysis was used. Among the main results it was determined that 58.33% have high levels of administrative management, while 41.67% have medium levels, with respect to delinquency in the year 2021 55% have medium levels, 31.67% have high levels and 13.33% have low levels, in the year 2022 46.11% have medium levels, 41.11% have low levels and 12.78% have high levels. The main conclusion reached in the study is that administrative management predicts delinquency in institutions belonging to a confessional organization in the southern zone of Peru.

Key Words: administrative management; administrative approach, management level, uses of education, decision making, delinquency.

Introducción

La gestión administrativa es un aspecto importante para el desarrollo de toda organización en vista que permite un desarrollo sistematizado, ordenando y dirige los procesos en función de los objetivos de cada organización con la finalidad de tener un adecuado desempeño (Ezaquias, 2022; Covas et al., 2022; Zamora et al., 2018).

Dentro de estos procesos hay un factor relevante, sobre todo en las instituciones privadas del área académica, que es la morosidad, la cual afecta de manera negativa sobre la economía de estas organizaciones, teniendo repercusión en su rendimiento y correcto funcionar (Altuve & Briceño, 2018). Dentro del contexto donde se lleva a cabo el presente estudio, se aprecia la existencia de niveles de morosidad el cual afecta en gran medida el desarrollo de estas instituciones, esta situación se ha visto notablemente perjudicada por la presencia de la pandemia por el COVID 19, el cual ha generado diversas problemáticas económicas a nivel mundial (Álvarez et al., 2022; Zuñiga et al., 2020), actualmente se viene dando la reactivación económica en el Perú, el cual es un proceso lento por gran impacto que tuvo, es por ello que es necesario tener un amplio panorama con respecto a los modos de mejorar esta condición y uno de los medios eficaces para lograr ello es la gestión administrativa.

Existen estudios que muestran que la mejora de la gestión administrativa permite mejores resultados con respecto a la disminución de los índices de morosidad, así tenemos a Bastra (2018) quien desarrolló un modelo de gestión administrativa para la mejora de los índices de la morosidad en un colegio privado, mostrando que la mejora de los procesos administrativos tiene un impacto favorable con respecto a la morosidad, por lo que es importante mejorar los procesos de gestión, capacitando al personal que corresponda. Requejo (2020) considera una serie de estrategias administrativas, vinculadas con los procesos de gestión, las cuales logran disminuir el índice de morosidad, estas estrategias son efectivas en tanto se contextualicen y se vinculen a las necesidades de la empresa, es por ello que es preciso tener en cuenta la naturaleza de cada organización. Del mismo modo Bautista (2019) genera un modelo de gestión administrativa, el cual se centra en los procesos de cobranza el cual se logra mostrar su efectividad sobre los niveles de morosidad, este modelo brinda mayor importancia a los procesos de cobranza los cuales son efectivos en tanto se logre vincular con el desempeño adecuado de la administración, es por ello que es importante poder capacitar al personal en función de una mejor gestión de los recursos y procesos.

Es por ello que el objetivo principal de este estudio es el determinar en qué medida la gestión administrativa predice la morosidad en las instituciones pertenecientes a una organización

confesional de la zona sur del Perú, de esta manera se pretende promover la mejora de los niveles de la gestión administrativa ya a través de esta generar estrategias que permitan disminuir los niveles presentados de morosidad, obteniendo mejores resultados que beneficien el desarrollo de las instituciones educativas implicadas.

El presente estudio aporta a un nivel teórico ya que se presenta información sobre aspectos teóricos relevantes de la gestión administrativa y la morosidad, información sistematizada que puede ser referente para el desarrollo de otras investigaciones; además, el presente estudio expone y fortalece los aspectos teóricos como las bases del conocimiento, mediante el cual se fomenta la calidad de la gestión administrativa (Tóala & Briones, 2019). Del mismo modo, a un nivel práctico, permite que los colegios privados del sur, tengan una apropiada administración, en base a la realidad mostrada se incentiva la mejora de la gestión administrativa como también la relación apropiada con el personal y considerar la buena cobranza para reducir la morosidad generando así mayor rentabilidad (López, 2018).

Actualmente la gestión de cuentas por cobrar, dentro de las instituciones que forman parte del estudio, es deficiente y no permite cumplir con sus objetivos, es por ello que los resultados expuestos permiten tener una visión actual de la gestión administrativa, en tanto se apliquen estrategias que permitan mejorar los niveles de la mencionada variable, permitirá lograr la efectividad y eficacia en los procesos y mediante esto lograr mayor liquidez, la cual requiere para alcanzar sus objetivos.

Por otra parte, estas instituciones educativas cumplen una labor de responsabilidad social por muchos años en el sur del país y muchas veces el personal de trabajo ha sido afectado aún a pesar del compromiso que demuestran. Sumado a esto, si la economía sigue siendo afectada, corre el riesgo de ser cerrada y por ende terminaría su representación como instituciones en esta zona; por ende, la labor de educación es pilar importante para la formación de las personas además de fortalecer el sentido de pertenencia social, mediante la cual se generan compromisos con sectores sociales que requieren mayor atención en base a su vulnerabilidad, de esta manera se contribuye con la mejora de la sociedad, fomentando su desarrollo, el de la comunidad y el de la nación (Tocora & García, 2017).

Formulación del problema y revisión bibliográfica

En el año 2020 tras el inicio del estado emergencia, la morosidad fue uno de los periodos muy duros para muchas empresas entre ellas los Colegios, el porcentaje de la cartera de crédito vencida se aumentó el 3.38 % en febrero y pasó a 3.62 % en abril, este

nivel es moderadamente superior a la morosidad registrada durante el 2019 que es el 3.48 %, pero se conserva con un nivel bajo; es más, en mayo dicha tasa bajó a 3.34 %, monto parecido a junio que es el 3.38 % (Instituto Peruano de Economía [IPE], 2020).

Hoy en día encontramos muchas instituciones educativas al borde del desfinanciamiento, así lo manifiestan diversos estudios sobre el tema (Chávez & Copertari, 2022) y existe una gran cantidad de colegios que se han visto afectados con niveles altos de morosidad debido a las reglas ordenadas por el Ministerio de Educación [MINEDU] (Sinche, 2021). También la pérdida de desempleo provocado por la pandemia de COVID 19 ha afectado a muchas familias y no cumplen con su responsabilidad financiera a falta de ingresos (Álvarez et al., 2022). La morosidad en los colegios superó el 50 %, así lo mencionan Tomaylla et al. (2020) indicando que muchas de las escuelas sufrieron fuertes cambios en la educación virtual y esto contrajo una inversión adicional en costos de sitios web y plataformas educativas. Frente a esta problemática, un estudio realizado por Acuña (2020) afirma que el incremento de la morosidad es un factor muy importante que enfrentan las instituciones que brindan servicio para sostener un nivel de solvencia pertinente al contexto económico actual. Es por ello que las políticas de crédito y cobranza son aspectos que se deberían de considerar con mayor importancia porque en su mayoría las instituciones educativas tienen un alto índice de morosidad perjudicando tanto su estabilidad económica (Santiago, 2019).

Muchas instituciones nacen, crecen y desaparecen por falta de procedimientos o alternativas administrativas y financieras, mediante una buena gestión administrativa y procedimientos claros, se puede lograr el cumplimiento de objetivos organizacionales a través del trabajo integrado (Rea, 2021). Por tal motivo, es necesario considerar todo aquello que puede estar generando pérdidas económicas en las escuelas, así lo indica Alvarado y Zarate (2018), una de ellas es que la morosidad repercute de manera negativa en la condición financiera de las instituciones educativas. Por tal motivo, Hurtado (2019) corrobora que hace falta solucionar la liquidez de la institución para poder cumplir con el logro de los objetivos trazados debido a que viene causando una alta tasa de cuentas por cobrar. Guevara (2018) menciona que, la gestión de cobranza es frágil, representando con el 25 %, es por ello que, al no aplicar una apropiada gestión de cobranza de acuerdo a las pensiones y mensualidades, la institución educativa muestra dificultades con respecto a lo económico, esto genera problemas como el cumplir con pagos a terceros y como consecuencia se hace uso de dinero obtenido de otras fuentes. Es por ello que existe la necesidad de implementar un sistema de cobranza que permita reducir la morosidad y mejorar la recuperación de los préstamos otorgados, con la finalidad de mejorar la gestión.

En lo que respecta a la gestión administrativa y la financiera, es de mucha importancia ya que en base a esos se puede alcanzar el éxito dentro de las organizaciones, es por ello que es imprescindible sostener un esquema efectivo de organización, dirección, planificación y control de estas áreas (Mosquera et al., 2019).

Por todo lo expuesto, se observa que las instituciones educativas privadas tienen como propósito crecer y progresar; pero en el transcurso del tiempo se encuentran con distintos obstáculos. El problema fundamental es la morosidad, que es resultado del incumplimiento del pago de pensiones, y esto hace que las instituciones no puedan cumplir sus obligaciones con el personal docente y no docente. Asimismo, esto estaría perjudicando a la administración de manera continua. Las instituciones educativas ubicadas en la zona sur del Perú no son ajenas a esto ya que, del mismo modo, presentan dificultades en su gestión, las cuales perjudican los procesos organizacionales afectando de manera negativa a la organización en la parte financiera, pues se observa un incremento de 38.40 % de índice de morosidad en comparación al año 2019.

Por ello, el presente estudio tiene como finalidad determinar en qué medida la gestión administrativa predice la morosidad que está afectando a los colegios pertenecientes a una organización confesional de la zona sur del Perú y de esta manera mejorar la gestión administrativa en el futuro, permitiendo reducir los índices de morosidad dentro de las organizaciones incluidas en el estudio.

En lo que refiere a la gestión administrativa tiene una base sistémica ya que es el medio mediante la ejecución de acciones específicas y coherentes buscan el alcanzar los objetivos establecidos mediante la ejecución de procesos como el controlar, planear, organizar y dirigir, siendo un aspecto altamente vinculado con la producción y la calidad de servicios que tiene una organización (San Martín, 2019; Mendoza, 2017). Al respecto, Riffo (2019) enfatiza que es el personal directivo los responsables del desarrollo de una adecuada gestión administrativa en los centros educativos, los cuales pueden ser mejorados por medio de su desempeño y aplicación de estrategias que permitan conseguir de manera más eficiente los objetivos planteados. En base a su función de gerentes, estos directivos se encuentran en la obligación de poder establecer políticas que permitan mejorar el proceso educativo, beneficiando a cada persona del centro educativo, velando por su bienestar y generando climas adecuados donde se promueva su desarrollo. Finalmente, tenemos a Gonzales et al. (2020) quien afirma que la gestión administrativa consiste en una serie de procesos que tienen como fin el dirigir una organización a través del manejo de recursos, esfuerzos, organizar tareas, dirigir acciones y actividades en un contexto específico que permite lograr los objetivos y fines planificados.

Con respecto a las dimensiones consideradas dentro del desarrollo de esta investigación se consideran: enfoque administrativo, nivel de gestión, usos de educación y toma de decisión. En lo que respecta al enfoque administrativo se basa tres indicadores los cuales son el clásico, estratégico y el humanista, estos permiten explicar y determinar el enfoque de preferencia que se ejecuta en una organización permitiendo enmarcar en un contexto específico la gestión administrativa. El nivel de gestión administrativa se basa en la existencia de los procesos de administración, la pertinencia que tienen las actividades en función de la finalidad y objetivos que tiene la institución, la apropiación que tiene la gestión con respecto a los procesos que se lleven a cabo y el mejoramiento continuo de la organización en función a los procesos de la gestión administrativa. Los usos en educación se basan en cómo se encuentran estas actividades planificadas en función de los objetivos que tenga una institución, la asignación de los recursos en base a las necesidades, la medición que se realice del rendimiento el cual permitirá mostrar la eficacia de los procesos desarrollados y el orden que se tenga en función de los horarios. Finalmente, tenemos la toma de decisión, esta se basa en las políticas establecidas en la organización, los medios que permiten ser el soporte de las actividades, la persona a cargo de la responsabilidad de la toma de decisiones, el perfil que este debe de cumplir en base a las necesidades de la empresa y tener los objetivos establecidos de manera clara (Pacheco et al., 2018).

Metodología

Enfoque, tipo y diseño del estudio

El enfoque de la presente investigación es el cuantitativo, en vista que se hizo uso del análisis estadístico para el logro del objetivo planteado, es de tipo básica no experimental en vista que no se hace manipulación alguna de las variables estudiadas, el diseño es el descriptivo predictivo en vista que encuentra el vínculo que existe entre las variables y el efecto que tiene una sobre la otra, del mismo modo es un estudio transversal ya que la información que se recopila en el análisis documental y la aplicación del instrumento se realiza en un solo momento del tiempo (Hernández & Mendoza, 2019; Hernández et al., 2017).

Población y muestra

Esta investigación se realizó en la zona sur del país que corresponde a las instituciones educativas pertenecientes a una organización confesional ubicadas en las regiones de Lima, Ica, Arequipa, Cuzco, Puerto Maldonado, Pucallpa, Iquitos, Puno, Apurímac, Moquegua y Tacna (Colegios Pertenecientes a una organización confesional de la Unión Peruana del Sur [UPS] y colegios pertenecientes a una organización confesional en Juliaca). La población está constituida por 180 profesionales de 50 instituciones educativas que laboran como personal administrativo entre directores, subdirectores, financistas y secretarías de ambos sexos, entre las edades de 20 a 60 años. La muestra fue seleccionada a través de muestreo censal, en vista que se consideraron al total de personas que conforman la población, el tamaño de la muestra fue de tipo no probabilístico por conveniencia.

Es preciso señalar, que los evaluados dieron su consentimiento para acceder a la encuesta e indicaron ser personal de los colegios, destacando también su edad, sexo, grado alcanzado y lugar de procedencia. Se tomó en cuenta los siguientes criterios para la elección de la muestra: Criterios de inclusión: aquí se considerará a todo el personal administrativo de ambos sexos misioneros, empleados y contratados, a los antiguos de dos años en la institución educativa y a los que aceptan el consentimiento informado. Criterios de exclusión: todo el personal administrativo de las instituciones educativas que laboran en dos colegios, al personal no administrativo y al personal administrativo que no desean participar del estudio.

En la tabla 1 se aprecia la frecuencia de los sujetos evaluados de acuerdo a la edad, sexo, grado académico y lugar de procedencia, de esta manera se tiene que, del total de evaluados, con respecto a la edad, el 44.44% de los evaluados tienen de 40 a 49 años, el 36.67% tienen de 30 a 39 años, el 10.56% tiene de 20 a 29 años y el 8.33% tiene de 50 a 59 años. Según el sexo, el 55.56% son varones mientras que el 44.44% son mujeres, en lo que respecta al grado académico se tiene que el 68.33% son sin titulados, un 24.44% tienen un grado de maestría y un 7.22% son bachiller; según el lugar de procedencia se tiene que el 52.78% son de la sierra, el 27.22% son de la selva y un 20% son de la costa.

Tabla 1
Frecuencia de los evaluados según variables sociodemográficas

Variables	f	%	
Edad	de 20 a 29 años	19	10.56%
	de 30 a 39 años	66	36.67%
	de 40 a 49 años	80	44.44%
	de 50 a 60 años	15	8.33%
Sexo	Mujeres	80	44.44%
	Varones	100	55.56%
Grado académico	Bachiller	13	7.22%
	Titulado	123	68.33%
	Maestría	44	24.44%
Lugar de procedencia	Costa	36	20.00%
	Sierra	95	52.78%
	Selva	49	27.22%
Total	180	100.00%	

Instrumentos

Para la medición de la gestión administrativa se hizo uso de una escala de tipo Likert creada por Pacheco et al (2018), la cual está constituida por un total de 48 ítems la cual se distribuyen en 4 dimensiones: enfoque administrativo, nivel de gestión, usos de educación y toma de decisión. Para la variable Morosidad se hizo uso de una guía de análisis documental, el cual es un instrumento que se centra en la búsqueda, interpretación y análisis de una serie de datos (Flores & de Francisco, 2019), para el desarrollo de su aplicación se solicitó la autorización de los colegios pertenecientes a una organización confesional de la zona sur del Perú, para después llevar a cabo el análisis de sus documentos financieros, los cuales son presentados en los resultados de investigación.

Confiabilidad y validez de la escala de gestión administrativa

La escala desarrollada por Pacheco et al. (2018) fue validada mediante el juicio de expertos manifestando que la escala era viable

para su aplicación, en lo que respecta a la confiabilidad fue estimada mediante el coeficiente de consistencia interna del Alfa de Cronbach el cual obtuvo un valor de 0.87 aplicada a 10 directores. En el desarrollo de la presente investigación se realizó el cálculo de la confiabilidad y la validez, la cual se expone en la tabla 2, en la cual se aprecia un coeficiente del alfa de Cronbach iguala 0.97, lo cual nos indica que el instrumento en mención es altamente confiable (Rodríguez & Reguant, 2020), del mismo modo podemos identificar que las dimensiones de la gestión administrativa poseen niveles adecuados de confiabilidad donde el enfoque administrativo obtuvo un alfa de 0.86, el nivel de gestión un 0.89, los usos de educación un 0.91 y la toma de decisión obtuvo un alfa de 0.91. En lo que respecta a la validez del instrumento se realizó el análisis factorial donde se obtuvo un valor del coeficiente de Kayser Meyer Olkin de 0.77, el cual es proximo a la unidad, además se cuenta con valores significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) de la prueba de esfericidad de Bartlett con una varianza total que explica el 58.48% de la construcción de las dimensiones de la escala, por lo que se concluye que la escala utilizada cuenta con valores adecuados de confiabilidad y validez.

Tabla 2
Análisis de confiabilidad y validez de la escala de gestión administrativa

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos	Prueba de KMO	Prueba de esfericidad de Bartlett	Varianza total
Gestión administrativa	0.97	48	0.77	0.00	58.48
Enfoque administrativo	0.86	9			
Nivel de gestión	0.89	12			
Usos de educación	0.91	11			
Toma de decisión	0.91	16			

Resultados y discusión

En la tabla 3 se aprecia que la gestión administrativa tiene una media de 170.52 con una desviación de 29.72, en el caso de la dimensión enfoque administrativo se tiene una media de 31.81 con una desviación de 6.12, la dimensión nivel de la gestión tiene una media de 43.36 con una desviación de 7.83, la dimensión de usos de educación tiene una media de 39.24 con una desviación de 7.85 y la dimensión de toma de decisión tiene una media de 56.12 con una desviación de 10.90; del mismo modo se muestran los niveles logrados de la gestión administrativa y los niveles de morosidad en el año 2021 y del año 2022, para el caso de la gestión administrativa se consideraron puntos de corte a partir de los cuartiles, en los que se logró determinar las categorías correspondientes a los resultados, en lo que respecta a la morosidad se tiene que en el año 2021 un 55% tiene niveles medios, un 31.67% tiene niveles altos y un 13.33% tiene niveles bajos de morosidad, en el año 2022 un 46.11% tiene niveles medios de morosidad mientras que un 41.11% tiene niveles bajos y un 12.78% tiene niveles elevados de morosidad. En el caso la puntuación general de la gestión administrativa se tiene que del total de los evaluados un 58.33% tiene niveles elevados de la gestión administrativa mientras que un 41.67% tiene niveles medios, en lo que respecta al enfoque administrativo se tiene que un 57.78% tiene niveles altos mientras que un 42.22% tiene niveles medios, en la dimensión de nivel de gestión se tiene un 63.33% tiene niveles altos mientras que un 36.67% tiene niveles medios, en la dimensión de usos de educación se tiene un 62.22% tiene niveles altos mientras que un 37.78% tiene niveles medios, en la dimensión de toma de decisión se tiene un 54.44% tiene niveles altos mientras que un 45.56% tiene niveles medios. Dentro de los sujetos que tienen niveles medios de gestión administrativa se aprecia que, en el año 2021, el 49.33% tiene una morosidad media, un 46.67% tiene niveles elevados y un 4% tiene niveles bajos de morosidad, en el año 2022, un 34.67% tiene niveles medios de morosidad y el mismo porcentaje de sujetos tiene niveles bajos mientras que un 30.67% tiene niveles elevados de morosidad. Dentro del grupo de evaluados que tiene niveles altos de gestión administrativa se aprecia que, en el año 2021, un 59.05% tiene niveles medios de morosidad, un 20.95% tiene niveles elevados de morosidad y un 20% tiene niveles bajos de morosidad, en el año 2022, se tiene que un 54.29% tiene niveles medios de morosidad y un 45.71% de los evaluados tiene niveles bajos de morosidad, no se evidencia niveles elevados

de morosidad. Del mismo modo se exponen los resultados obtenidos de cada una de las dimensiones que corresponden a la gestión administrativa (enfoque administrativo, nivel de gestión, usos de educación y toma de decisión), resultados de acuerdo a los niveles expuestos y según los resultados de la morosidad tanto para el año 2021 como para el año 2022, cabe mencionar que los resultados por dimensiones son similares a los expuestos en función del puntaje global.

Tabla 3
Niveles de la gestión administrativa y morosidad 2021, 2022

			Nivel de morosidad 2021			Nivel de morosidad 2022			Media	DE
			Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto		
Enfoque administrativo	Medio	f	5	35	36	23	30	23	31.81	6.12
		%	6.58%	46.05%	47.37%	30.26%	39.47%	30.26%		
	Alto	f	19	64	21	51	53	0		
		%	18.27%	61.54%	20.19%	49.04%	50.96%	0.00%		
Nivel de gestión	Medio	f	1	33	32	20	25	21	43.36	7.83
		%	1.52%	50.00%	48.48%	30.30%	37.88%	31.82%		
	Alto	f	23	66	25	54	58	2		
		%	20.18%	57.89%	21.93%	47.37%	50.88%	1.75%		
Usos de educación	Medio	f	6	32	30	25	22	21	39.24	7.85
		%	8.82%	47.06%	44.12%	36.76%	32.35%	30.88%		
	Alto	f	18	67	27	49	61	2		
		%	16.07%	59.82%	24.11%	43.75%	54.46%	1.79%		
Toma de decisión	Medio	f	4	41	37	31	28	23	56.12	10.90
		%	4.88%	50.00%	45.12%	37.80%	34.15%	28.05%		
	Alto	f	20	58	20	43	55	0		
		%	20.41%	59.18%	20.41%	43.88%	56.12%	0.00%		
Gestión administrativa	Medio	f	3	37	35	26	26	23	170.52	29.72
		%	4.00%	49.33%	46.67%	34.67%	34.67%	30.67%		
	Alto	f	21	62	22	48	57	0		
		%	20.00%	59.05%	20.95%	45.71%	54.29%	0.00%		
Total	f	24	99	57	74	83	23			
	%	13.33%	55.00%	31.67%	41.11%	46.11%	12.78%			

En la tabla 4 se tiene el análisis del modelo donde se propone a la gestión administrativa y sus respectivas dimensiones como predictores de la morosidad en el 2021 y en el 2022, en el caso de la morosidad 2021 se aprecian que tanto la gestión administrativa como sus dimensiones tienen valores significativos a un nivel de confianza del 99% ($p=0.00$; $p<0.01$), cabe mencionar que se obtuvieron valores negativos del estadístico por lo que se entiende que en tanto mayores sean los niveles de la gestión administrativa se lograría menores niveles de morosidad. En el caso de la morosidad en el año 2022 se aprecian los mismos resultados a excepción de la dimensión de toma de decisión donde también se encuentran valores significativos, pero a un nivel de confianza del 95% ($p=0.01$; $p<0.05$), del mismo modo se concluye que tanto la gestión administrativa como sus dimensiones permiten predecir los niveles de morosidad.

En base a estos resultados se logra determinar que la gestión administrativa puede predecir los índices de morosidad, en tanto mejores sean las condiciones de la gestión educativa existe mayor probabilidad de tener menores índices de morosidad, estos resultados

son semejantes a los expuestos por Requejo (2020); Bautista (2019); Bastra (2018); entre otros, quienes exponen que la gestión administrativa y los procesos administrativos que estos implican, tienen efecto sobre la morosidad en las instituciones, esto es importante, tal y como lo expone Hurtado (2019), ya que índices elevados de morosidad tiene efectos negativos en la economía de toda organización, poniendo en riesgo incluso su funcionamiento adecuado, por lo que es preciso tener un plan estratégico correcto que implique estrategias para disminuir la morosidad que estén vinculadas a la gestión administrativa y financiera (Mosquera et al., 2019). Es por ello, que es importante mejorar la gestión administrativa en las Instituciones Educativas Pertenecientes a una organización confesional de la Zona Sur del Perú.

Tabla 4

Análisis del modelo gestión administrativa y sus dimensiones con la morosidad 2021 y 2022

Modelo	B	R	F	t	p	
Morosidad 2021	Gestión administrativa	-0.10	0.41	36.62	-6.05	0.00
	Enfoque administrativo	-0.52	0.46	48.87	-6.99	0.00
	Nivel de gestión	-0.37	0.43	39.51	-6.29	0.00
	Usos de educación	-0.35	0.40	34.14	-5.84	0.00
	Toma de decisión	-0.17	0.27	14.04	-3.75	0.00
Morosidad 2022	Gestión administrativa	-0.03	0.30	14.14	-4.14	0.00
	Enfoque administrativo	-0.19	0.36	26.09	-5.11	0.00
	Nivel de gestión	-0.14	0.34	23.21	-4.82	0.00
	Usos de educación	-0.10	0.25	11.33	-3.37	0.00
	Toma de decisión	-0.05	0.19	6.45	-2.54	0.01

Conclusión

Tras el desarrollo del análisis se concluye que la gestión administrativa predice la morosidad en las instituciones pertenecientes a una organización confesional de la zona sur del Perú, además se logró determinar que la morosidad disminuyó considerablemente en el 2022 a diferencia del 2021. Se recomienda a las instituciones educativas donde se desarrolló el proceso de evaluación que mejoren las condiciones de la gestión administrativa, lo cual les permitirá generar diversas estrategias que logren disminuir los índices de morosidad. Cabe mencionar que se presentó como limitación del estudio poder abordar más años en referencia de la morosidad y realizar el proceso de evaluación de la gestión en todos los años implicados con la finalidad de identificar las brechas que se puedan generar, por lo que es recomendable desarrollar futuras investigaciones sobre estas variables de manera longitudinal, del mismo modo es importante realizar más investigaciones en función de la gestión administrativa y ver las implicancias sobre otras variables y estudios que permitan ampliar la visión de las estrategias que permitan disminuir los índices de morosidad.

Referencias Bibliográficas

- Acuña, V. (2020). Estrategia de gestión en cobranza para reducir el índice de morosidad de los padres de familia de la Institución Educativa Privada Algarrobos de Chiclayo 2019 [Tesis de Maestría, Universidad Señor de Sipán. Lima]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7445>
- Altuve, J., & Briceño, A. (2018). Análisis de los factores que influyen en la morosidad del sistema bancario venezolano (2005-2015). *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 24(1), 59-83. <https://www.redalyc.org/journal/364/36457129005/36457129005.pdf>
- Álvarez, J., Bouchard, M., & Marcuello, C. (2022). Economía Social y covid-19: Una mirada internacional. *CIRIEC-España*, (104), 203-231. http://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC_104_08_Alvarez_Marcuello.pdf
- Alvarado, N., & Zarate, A. (2018). La Morosidad y su incidencia en la situación económica financiera de la Institución Educativa Privada Amigos de Jesús en la provincia de Trujillo-2017 [Tesis de Titulación, Universidad César Vallejo. Lima]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26602>
- Bastra, J. (2018). Propuesta para disminuir el índice de morosidad según el modelo de gestión amistosa de cobranzas en el Colegio Adventista "El Porvenir"-Chepén, 2018 [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Unión. Lima]. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/1485>
- Bautista, C. (2019). Fortalecimiento de la gestión administrativa y financiera para la Institución Educativa Privada Colegio Sagrado Corazón de Villavicencio [Tesis de Maestría, Universidad Católica de Manizales. Colombia]. <https://repositorio.ucm.edu.co/handle/10839/2783>
- Chávez, E., & Copertari, S. (2022). Dos experiencias educativas, una pandemia y un modo de entender la gestión. *Revista Científica Educación*, 7(11), 1382-1390. <https://doi.org/10.46616/rce.v7i11.198>
- Covas, D., Martínez, G., & González, G. (2022). Perfeccionamiento de la Gestión de las Cadenas de Suministro del Programa Local de Producción y Venta de Materiales de Construcción. *Ciencias administrativas*, 10(20), 1-12. <https://doi.org/10.24215/23143738e102>
- Ezaquias, J. (2022). La Gestión del Ecoturismo como Vía de Contribución al Desarrollo Local de Cuando Cubango, Angola. *Ciencias administrativas*, 10(20), 1-8. <https://doi.org/10.24215/23143738e107>
- Flores, Y., & de Francisco, J. (2019). La certificación de armas de la familia Fernández de Jáuregui en México. Un análisis documental y ligatorio. *Estudios de historia novohispana*, (61), 75-110. <https://doi.org/10.22201/iih.24486922e.2019.61.67689>
- González, S., Viteri, D., Izquierdo, A., & Verdezoto, G. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 32-37. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400032&script=sci_arttext&tlng=en
- Guevara, H. (2018). Propuesta de estrategias de gestión de cobranza para la Institución Educativa Deportivo ADEU, Chiclayo [Tesis de Titulación, Universidad de Lambayeque. Chiclayo]. <https://repositorio.udl.edu.pe/handle/UDL/190>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2019). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (7ma Edición ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. https://www.academia.edu/download/65000949/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). Alcance de la Investigación. http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2792/510_06_color.pdf
- Hurtado, J. (2019). Gestión de riesgos y su influencia en la morosidad en la institución educativa Alexander Fleming de la Ciudad de Tacna periodo 2014-2017 [Tesis de Maestría, Universidad Privada de Tacna. Perú]. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/883>
- Instituto Peruano de Economía [IPE] (2020). Liquidez para la recuperación. Lima - Perú. <https://www.ipe.org.pe/portal/liquidez-para-la-recuperacion-creditos/>
- López, N. (2018). Gestión de la calidad crediticia y la morosidad: alternativa de solución en los resultados económicos financieros de la CMAC del Santa. In *Crescendo*, 9(2), 335-348. <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2013>
- Mendoza, B. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresa comerciales en la ciudad de Manta. *Dominio de Las Ciencias*, 3(2), 947-964. <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.2.may.947-964>
- Mosquera, E., Erazo, J., & Narváez, I. (2019). Estrategias Administrativas y Financieras: herramientas clave para una gestión eficiente. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(1), 32-67. <https://doi.org/10.35381/r.k.v4i1.371>
- Pacheco, R., Robles, C., & Ospino, A. (2018). Análisis de la gestión administrativa en las instituciones educativas de los niveles de básica y media en las zonas rurales de Santa Marta, Colombia. *Información tecnológica*, 29(5), 259-266. <http://dx.doi.org/10.24215/23143738e102>

- org/10.4067/S0718-07642018000500259
- Rea, N. (2021). La Gestión por procesos y su impacto en los rendimientos financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de mayo Ltda. En la ciudad de Ambato [Tesis de bachiller, Universidad Técnica de Ambato. Ecuador]. <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32785>
 - Requejo, H. (2020). Estrategias administrativas para disminuir el índice de morosidad en la Coopac Nuestra Señora del Rosario-agencia Chota-2018 [Tesis de Licenciado, Universidad Señor de Sipán. Lima]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7243>
 - Riffó, R. (2019). Gestión administrativa y de calidad en los centros escolares de los Chorrillos. *Revista Cientific*, 4(1), 153-172. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.E.9.153-172>
 - Rodríguez, J., & Reguant, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 13(2), 1-13. <https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
 - San Martín, R. (2019). Gestión administrativa y de calidad en los centros escolares de los Chorrillos. *Revista Cientific*, 4, 153-172. <https://www.redalyc.org/journal/5636/563662173010/563662173010.pdf>
 - Santiago, J. (2019). Políticas de crédito y cobranza para reducir la morosidad en las Instituciones Educativas Privadas del Distrito de Comas-2018 [Tesis de Titulación, Universidad César Vallejo. Lima]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62224>
 - Sinche, D. (2021). El derecho a la educación básica de calidad como derecho fundamental en tiempos de pandemia, Perú-2020 [Tesis de Titulación, Universidad César Vallejo. Lima]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/77893>
 - Tóala, G., & Briones, A. (2019). Importancia de la enseñanza de la metodología de la investigación científica en las ciencias administrativas. *Dominio de las Ciencias*, 5(2), 56-70. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6989278>
 - Tocora, S., & García, I. (2018). La importancia de la escuela, el profesor y el trabajo educativo en la atención a la deserción escolar. Varona. *Revista Científico Metodológica*, (66). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1992-82382018000300024&script=sci_arttext&tlng=en
 - Tomaylla, K., Ipanaque, V., & Ancco, Y. (2020). La Morosidad en tiempos de Pandemia del Covid-19: Un problema financiero en colegios privados [Tesis de Bachiller, Universidad Peruana Unión. Lima]. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4017>
 - Zamora, W., Ponce, T., Chávez, M., & Cedeño, I. (2018). El control interno y su influencia en la gestión administrativa del sector público. *Dominio de las Ciencias*, 4(4), 206-240. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6656251>
 - Zuñiga, L., Restrepo, L., Osorio, R., Buendía, J., & Muñoz, H. (2020). La Economía Global en tiempo de crisis del covid-19. *Revista Espacios*, 41(42), 381-387. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p33>



LÓGICA MULTIVALUADA EN EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

MULTIVALUED LOGIC IN THE EVALUATION OF INVESTMENT PROJECTS

Carmen Inés Barrientos Seborga
Consultora y Docente de Posgrado
bscarmen@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6061-5283>

Recibido: Marzo 15, 2023

Aceptado: Abril 13, 2023

DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.194>

Resumen

La lógica clásica parte del postulado de que un elemento solo puede estar en uno u otro de dos estados mutuamente excluyentes (“X” o “no X”) de manera que la asignación del elemento a un estado es total, por ejemplo: 0 o 1; Si o No; Verdadero o Falso. Esta limitación queda superada en la lógica multivaluada, admitiendo no solo el “X” y el “no X” como alternativas, sino las infinitas posibilidades que en el medio se encuentran.

En situaciones donde la información con la que se trabaja es incierta, la lógica multivaluada permite interpretar los hechos con mayor precisión. En ese contexto, considerando que los resultados de un proyecto de inversión en el futuro son inciertos, con el presente trabajo se pretende emplear la lógica multivaluada en la evaluación ex ante de los proyectos de inversión, de tal manera que se llegue a considerar la incertidumbre que todo proyecto tiene asociado. Para ello, se elaborará un modelo matemático que considere a los Números Borrosos Triangulares (NBT’s) en el cálculo del Valor Actual Neto, por tanto, el tratamiento corresponde al enfoque cuantitativo- experimental.

Palabras clave: Modelos matemáticos, lógica clásica bivaluada, lógica multivaluada, evaluación de proyectos.

Abstract

Classical logic starts from the postulate that an element can only be in one or the other of two mutually exclusive states (“X” or “not X”), so that the assignment of the element to a state is total, for example: 0 or 1; Yes or no; True or false. This limitation is overcome in multi-valued logic, admitting not only “X” and “not X” as alternatives, but also the infinite possibilities found in between.

In situations where the information with which you work is uncertain, multivalued logic allows you to interpret the facts with greater precision. In this context, considering that the results of an investment project in the future are uncertain, this paper intends to use multivalued logic in the before evaluation of investment projects, in such a way that uncertainty is considered. that every project is associated with. For this, a mathematical model will be elaborated that considers the Fuzzy Triangular Numbers (NBT’s) in the calculation of the Net Present Value, therefore, the treatment corresponds to the quantitative-experimental approach.

KEYWORDS: Mathematical models, bivalued classical logic, multivalued logic, project evaluation.

Introducción.

La evaluación ex ante de un proyecto de inversión, tiene como objetivo, conocer la rentabilidad económica del proyecto de manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. (Baca, 2006)

El método tradicional que se emplea en la evaluación de proyectos de inversión es el del Valor Actual Neto (VAN), que se constituye en una medida de los beneficios que rinde un proyecto de inversión a lo largo de su vida útil. El criterio de decisión sencillo, si el $VAN > 0$ indica que los beneficios generados son superiores a los costos incurridos, por lo tanto, se recomienda que el proyecto sea ejecutado. Este indicador considera un escenario de certeza, bajo la aplicación de la matemática tradicional y los postulados de la lógica clásica o bivaluada, donde un elemento solo puede estar en uno u otro de dos estados mutuamente excluyentes, como 0 o 1; Si o No; Verdadero o Falso, bajo el principio aristotélico denominado “el tercero excluido” que se fundamenta como X o no X, es decir que solo existen dos alternativas que sea X o que no sea X. Sin embargo, al momento de evaluar un proyecto de inversión es necesario incluir en el análisis alguna variable o medida que considere el riesgo inherente de la propuesta. En palabras de Blank y Tarquin (2000), el hecho de permitir que un parámetro del proyecto en estudio varíe, implica que se introduce riesgo y posiblemente incertidumbre, como es el caso de las variables que determinan los flujos de efectivo netos futuros del proyecto de inversión. En ese escenario, surge como una alternativa el emplear la lógica multivaluada que a diferencia de la lógica clásica un elemento puede encontrarse en dos o más estados simultáneamente (Kosko, 1995). Superando de esta manera la dualidad planteada por la lógica clásica y los resultados en escenarios de certeza que brinda el VAN.

Al respecto, Ramos y Aguilera (2014), sostienen que en el campo de la administración financiera los

Números Borrosos Triangulares (NBT's) pueden tener su aplicación derivado del comportamiento incierto de las variables como son los flujos de efectivo, las tasas de interés o el monto de inversión. Es así que el cálculo del Valor Actual Neto Borroso (VANB) puede expresarse dentro de los intervalos de pertenencia de 0 a 1, mediante un valor mínimo (pesimista), un valor máximo (optimista) y la media de ambos valores (más probable).

Por lo anterior, el presente trabajo tiene como finalidad emplear NBT's en la evaluación de proyectos de inversión, de modo que permita incluir la incertidumbre que todo proyecto de inversión tiene asociado.

Metodología

El trabajo se desarrollará bajo una mirada cuantitativa-experimental y considera la siguiente secuencia de actividades: inicialmente se procederá a realizar una profunda revisión teórica- documental relacionada con el objeto de estudio, aplicación de la lógica multivaluada en la evaluación de proyectos de inversión, con el propósito de identificar las principales diferencias entre la lógica bivaluada y la multivaluada y la conexión existente entre los Números Borrosos Triangulares con la lógica multivaluada. A continuación, se desarrollará el modelo matemático que permita obtener el Valor Actual Neto Borroso (VANB), posteriormente, se analizarán los resultados obtenidos contrastándolos con aquellos obtenidos mediante el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) tradicional o en condiciones de certeza. Finalmente, se expondrán las principales conclusiones del trabajo efectuado.

Resultados

Diferencia entre la lógica bivaluada y la multivaluada

En la Figura 1 se presenta la diferencia entre la lógica clásica conocida también como la lógica bivaluada y la lógica multivaluada, denominada también lógica difusa o lógica borrosa. Para ello, se utiliza como parámetro la estatura de una persona, pudiendo ser: personas bajas o altas, al momento de clasificar a las personas por su altura; la lógica clásica empleará 2 estados, por ejemplo: X (personas que miden 1.70 m. o MAS, son de estatura ALTA) y No X (personas que miden MENOS de 1.70 m. son de estatura BAJA). Sin embargo, la lógica difusa difiere de ese criterio y expresa que una persona puede pertenecer a varios conjuntos según su altura, ese grado de pertenencia no está discriminado por una altura promedio; para el ejemplo se tiene: X (personas que miden 1.80 m. o MAS, son de estatura ALTA), No X (personas que miden MENOS de 1.60 m. son de estatura BAJA) y el tercero excluido, que en este escenario es incluido (personas que miden 1.60 m. o MAS y MENOS de 1.80 m. son de talla MEDIA).

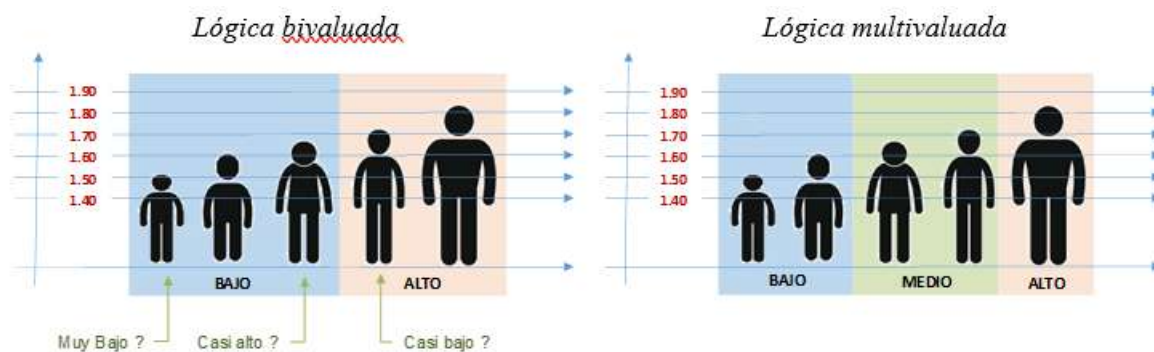


Figura 1: Diferencia lógica Bivaluada y multivaluada (Fuente: Adaptado de Morello, 2015)

Adicionalmente, tanto la lógica bivaluada como la lógica multivaluada pueden ser expresadas según su representación funcional, siguiendo la primera una función discreta con valores de 0 o 1 (valores excluyentes) y la segunda una función continua en el intervalo [0 y 1], tal como se presenta en la Figura 2.

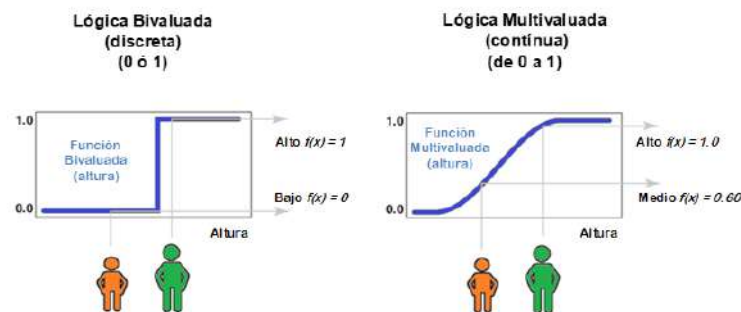


Figura 2: Representación funcional (Fuente: Adaptado de Morello, 2015)

Números Borrosos Triangulares

Un Número Borroso Triangular (NBT) puede ser expresado como un número impreciso definido como aquel subconjunto borroso que se halla formado por una secuencia finita o infinita de intervalos de confianza, que surgen de asignar un nivel de confianza α a los valores de un conjunto referencial dado, el que define su grado de pertenencia; medido a través de sus funciones características de pertenencia lineales, expresadas como $\mu(x)$, cuando $\alpha=1$, dichas funciones se intersectan. (Rico y Tinto, 2008)

Tuesta y Ceballos (2014) señalan que todo NBT posee tres valores críticos:

Un valor central (a_2) cuyo nivel de confianza α es igual a 1.

Dos valores extremos cuyos niveles de confianza α son iguales a cero. Donde la variable no tomará valores más allá de dichos extremos.

El siguiente gráfico representa lo indicado.

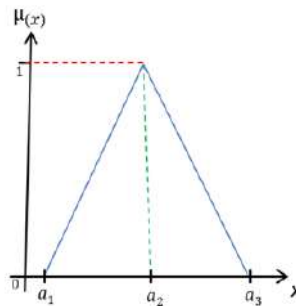


Gráfico 1: Función Característica de Pertenencia (Fuente: Adaptado de Tuesta y Ceballos, 2014)
A modo de ejemplo, el NBT definido como $A = (-4;1;4)$ se expresa como sigue:

$$\begin{aligned} \mu_A(x) &= 0 && \text{si } x \leq -4 \\ \mu_A(x) &= (x+4)/5 && \text{si } -4 \leq x \leq 1 \\ \mu_A(x) &= (-x+4)/3 && \text{si } 1 \leq x \leq 4 \\ \mu_A(x) &= 0 && \text{si } 4 \leq x \end{aligned}$$

Modelo matemático para el cálculo del Valor Actual Neto Borroso (VANB)

Partiendo de la ecuación del Valor Actual Neto tradicional, que se obtiene de sumar los distintos flujos de fondos futuros (FF_j), actualizados por una tasa de interés fija o de descuento (i), como se expresa a continuación:

$$(1.1) \quad VAN = \sum_{j=0}^n \frac{FF_j}{(1+i)^j}$$

Al ser el flujo de efectivo neto (F_n) y la tasa de interés (i) valores futuros e inciertos que generan cierto grado de incertidumbre en el proyecto, es necesario modelar esta información por medio de NBT's. Por tanto, la representación del VAN Borroso es como sigue:

$$(1.2) \quad VANB = -I + \sum_{n=1}^t F_n \frac{1}{(1+i_n)^t}$$

Donde:

$$F_n = \begin{cases} X_n: \text{Pesimista} \\ Y_n: \text{Igualmente Probable} \\ Z_n: \text{Optimista} \end{cases} \quad \Leftrightarrow X_n \leq Y_n \leq Z_n$$

$$i_n = \begin{cases} a_n: \text{Pesimista} \\ b_n: \text{Igualmente Probable} \\ c_n: \text{Optimista} \end{cases} \quad \Leftrightarrow a_n \leq b_n \leq c_n$$

I = número real (en condiciones de certeza).

A continuación, con el apoyo de un caso de estudio, se procederá a obtener el Valor Actual Neto Borroso. Para ello, se considera el Flujo de Fondos Netos de un proyecto de desarrollo empresarial productivo presentado en la Tabla 1 y se asume una tasa de interés equivalente al 11%:

Tabla 1: Flujo de Fondos Netos (en miles de bolivianos)

Periodo (j)	0	1	2	3	4	5
Flujo de Fondos Netos (FF)	-441.579,50	181.268,56	197.372,96	171.235,93	191.362,95	303.706,53

(Fuente: Durán, 2016)

Utilizando intervalos α -corte en las funciones F_n ; i_n :

$$(1.3) \quad F_{(\alpha)} = [x_{n(\alpha)}; z_{n(\alpha)}] = \begin{cases} [\alpha(y_n - x_n) + x_n] \\ [\alpha(y_n - z_n) + z_n] \end{cases}$$

$$(1.4) \quad i_{(\alpha)} = [a_{n(\alpha)}; c_{n(\alpha)}] = \begin{cases} [\alpha(b_n - a_n) + a_n] \\ [\alpha(b_n - c_n) + c_n] \end{cases}$$

La ecuación general del VAN Borroso definida por intervalos α -corte, viene dada por:

$$(1.5) \quad VANB_{(\alpha)} = [v_{1(\alpha)}; v_{2(\alpha)}] = \begin{cases} [-I_0] + \sum_{j=1}^n \min \left[\frac{x_{n(\alpha)}}{\prod_{i=1}^n (1+c)_{i(\alpha)}}, \frac{x_{n(\alpha)}}{\prod_{i=1}^n (1+a)_{i(\alpha)}}, \frac{z_{n(\alpha)}}{\prod_{i=1}^n (1+c)_{i(\alpha)}}, \frac{z_{n(\alpha)}}{\prod_{i=1}^n (1+a)_{i(\alpha)}} \right] \\ [-I_0] + \sum_{j=1}^n \max \left[\frac{x_{n(\alpha)}}{\prod_{i=1}^n (1+c)_{i(\alpha)}}, \frac{x_{n(\alpha)}}{\prod_{i=1}^n (1+a)_{i(\alpha)}}, \frac{z_{n(\alpha)}}{\prod_{i=1}^n (1+c)_{i(\alpha)}}, \frac{z_{n(\alpha)}}{\prod_{i=1}^n (1+a)_{i(\alpha)}} \right] \end{cases}$$

En congruencia, la información del proyecto de desarrollo empresarial productivo, expresado en Números Borrosos Triangulares corresponde a:

Tabla 2: Flujo de Fondos Netos y tasa de interés (expresado en NBT's)

NBT's	0	1	2	3	4	5	
Flujo de Fondos Netos (FF)	(-10%)		163.141,70	177.635,66	154.112,34	172.226,66	273.335,88
		- 441.579,50	181.268,56	197.372,96	171.235,93	191.362,95	303.706,53
	(+10%)		199.395,42	217.110,26	188.359,52	210.499,25	334.077,18
Tasa de interés			0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
			0,11	0,11	0,11	0,11	0,11
			0,12	0,12	0,12	0,12	0,12

Fuente: Elaboración propia

Los intervalos α -corte de 0 a 1 de los Flujos de Fondos Netos (Ecuación 1.3) y de la tasa de interés (Ecuación 1.4) correspondientes a los 5 años (vida útil del proyecto), se presentan en las siguientes Tablas:

Tabla 3: Intervalos α -corte (0 a 1) de los Flujos de Fondos

α	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	$F_1(\alpha)$		$F_2(\alpha)$		$F_3(\alpha)$		$F_4(\alpha)$		$F_5(\alpha)$	
	$\alpha(y_1-x_1)+x_1$	$\alpha(y_1-z_1)+z_1$	$\alpha(y_2-x_2)+x_2$	$\alpha(y_2-z_2)+z_2$	$\alpha(y_3-x_3)+x_3$	$\alpha(y_3-z_3)+z_3$	$\alpha(y_4-x_4)+x_4$	$\alpha(y_4-z_4)+z_4$	$\alpha(y_5-x_5)+x_5$	$\alpha(y_5-z_5)+z_5$
1	181.269	181.269	197.373	197.373	171.236	171.236	191.363	191.363	303.707	303.707
0,9	179.456	183.081	195.399	199.347	169.524	172.948	189.449	193.277	300.669	306.744
0,8	177.643	184.894	193.426	201.320	167.811	174.661	187.536	195.190	297.632	309.781
0,7	175.831	186.707	191.452	203.294	166.099	176.373	185.622	197.104	294.595	312.818
0,6	174.018	188.519	189.478	205.268	164.386	178.085	183.708	199.017	291.558	315.855
0,5	172.205	190.332	187.504	207.242	162.674	179.798	181.795	200.931	288.521	318.892
0,4	170.392	192.145	185.531	209.215	160.962	181.510	179.881	202.845	285.484	321.929
0,3	168.580	193.957	183.557	211.189	159.249	183.222	177.968	204.758	282.447	324.966
0,2	166.767	195.770	181.583	213.163	157.537	184.935	176.054	206.672	279.410	328.003
0,1	164.954	197.583	179.609	215.137	155.825	186.647	174.140	208.586	276.373	331.040
0	163.142	199.395	177.636	217.110	154.112	188.360	172.227	210.499	273.336	334.077

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Intervalos α -corte (0 a 1) de la tasa de interés

α	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	$i_1(\alpha)$		$i_2(\alpha)$		$i_3(\alpha)$		$i_4(\alpha)$		$i_5(\alpha)$	
	$\frac{[1+(a b - a)+a]}{[1+(a b - c)+c]}$	$\frac{[1+(a b - c)+c]}{[1+(a b - a)+a]}$	$\frac{[1+(a b - a)+a]}{[1+(a b - c)+c]}$	$\frac{[1+(a b - c)+c]}{[1+(a b - a)+a]}$	$\frac{[1+(a b - a)+a]}{[1+(a b - c)+c]}$	$\frac{[1+(a b - c)+c]}{[1+(a b - a)+a]}$	$\frac{[1+(a b - a)+a]}{[1+(a b - c)+c]}$	$\frac{[1+(a b - c)+c]}{[1+(a b - a)+a]}$	$\frac{[1+(a b - a)+a]}{[1+(a b - c)+c]}$	$\frac{[1+(a b - c)+c]}{[1+(a b - a)+a]}$
1	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11
0,9	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11
0,8	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11
0,7	1,1	1,11	1,1	1,11	1,1	1,11	1,1	1,11	1,1	1,11
0,6	1,1	1,11	1,1	1,11	1,1	1,11	1,1	1,11	1,1	1,11
0,5	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12
0,4	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12
0,3	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12	1,1	1,12
0,2	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12
0,1	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12
0	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12	1,09	1,12

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, los elementos de la Ecuación 1.5, expresado en intervalos α -corte son presentados en la Tabla 5 y vienen dado por:

$$\left[\frac{x_n(\alpha)}{\prod_{i=1}^n (1+c)_{i(\alpha)}} ; \frac{x_n(\alpha)}{\prod_{i=1}^n (1+a)_{i(\alpha)}} ; \frac{z_n(\alpha)}{\prod_{i=1}^n (1+c)_{i(\alpha)}} ; \frac{z_n(\alpha)}{\prod_{i=1}^n (1+a)_{i(\alpha)}} \right]$$

Tabla 5: Elementos del VAN Borroso

α	$\frac{x_n(\alpha)}{\prod_{i=1}^n (1+c)_{i(\alpha)}}$					$\frac{x_n(\alpha)}{\prod_{i=1}^n (1+a)_{i(\alpha)}}$					$\frac{z_n(\alpha)}{\prod_{i=1}^n (1+c)_{i(\alpha)}}$					$\frac{z_n(\alpha)}{\prod_{i=1}^n (1+a)_{i(\alpha)}}$				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	163305	160192	125206	126057	180235	163305	160192	125206	126057	180235	163305	160192	125206	126057	180235	163305	160192	125206	126057	180235
0,9	161526	158305	123620	124347	177631	161964	159163	124627	125700	180049	164790	161503	126117	126860	181220	165236	162379	127144	128239	183686
0,8	159751	156424	122041	122649	175048	160618	158126	124038	125332	179848	166272	162809	127023	127655	182192	167174	164580	129101	130448	187188
0,7	157979	154550	120471	120962	172484	159267	157080	123441	124955	179631	167751	164110	127922	128444	183154	169118	166796	131077	132684	190742
0,6	156210	152682	118908	119286	169941	157911	156026	122835	124567	179398	169227	165406	128817	129226	184103	171070	169028	133071	134947	194348
0,5	154444	150821	117353	117620	167418	156550	154962	122219	124168	179149	170701	166697	129706	130001	185041	173029	171274	135085	137239	198007
0,4	152681	148966	115806	115966	164915	155184	153890	121595	123759	178884	172173	167983	130589	130770	185968	174995	173536	137118	139558	201720
0,3	150922	147117	114266	114322	162432	153814	152809	120961	123338	178601	173641	169264	131468	131531	186884	176968	175813	139170	141906	205487
0,2	149166	145275	112735	112688	159968	152438	151719	120318	122907	178302	175107	170541	132341	132286	187788	178949	178105	141243	144282	209311
0,1	147412	143440	111211	111065	157523	151057	150620	119665	122464	177985	176571	171812	133208	133034	188682	180937	180413	143335	146688	213190
0	145662	141610	109694	109453	155098	149671	149512	119003	122010	177650	178032	173079	134071	133776	189564	182932	182737	145448	149123	217127

Fuente: Elaboración propia

Los valores máximos y mínimos de cada intervalo α -corte correspondientes a los 5 años, se presentan a continuación:

$$VAN = \sum_{j=0}^n \frac{FF_j}{(1+i)^j}$$

$$VAN = -441.579,50 + \frac{(4181.268,56)}{1,11} + \frac{(197.372,96)}{1,11^2} + \frac{(171.235,93)}{1,11^3} + \frac{(191.362,95)}{1,11^4} + \frac{(303.706,53)}{1,11^5}$$

$$VAN = 313.415,81$$

El criterio del Valor Actual Neto tradicional o en condiciones de certidumbre indica que al ser el valor 313.415,81 > 0, el proyecto es rentable, por tanto, se recomienda la ejecución del proyecto. Por otro lado, los resultados obtenidos empleando el Valor Actual Neto Borroso (VANB) señalan que el proyecto presenta un VAN que se encuentra entre una ganancia de Bs. 219.938,2 (valor en un escenario pesimista) y de Bs. 435.787,8 (valor en un escenario optimista), sin embargo, lo más posible es una rentabilidad de Bs. 313.415,8 (valor más probable).

Adicionalmente, se puede señalar que con la aplicación del VANB se pasó de un escenario único (VAN de 313.415,81 Bs.) a un escenario dentro de un intervalo de posibilidades que va desde un VAN de 219.938,2 Bs. hasta un VAN de 435.787,8 Bs.; que expresado en términos borrosos corresponde a: VAN=(219.938,2;313.415,81;435.787,8).

Finalmente, se observa que el valor del VAN en condiciones de certeza es el mismo que en el escenario más probable del VANB, no obstante, este último proporciona 21 posibles valores.

En el siguiente Gráfico se presenta una síntesis del análisis efectuado:

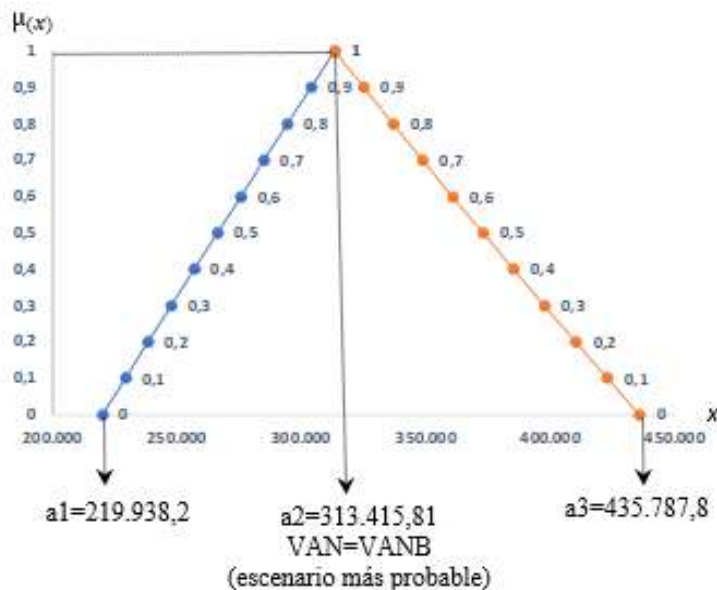


Gráfico 2: Valores del VAN y del VANB (Fuente: Elaboración propia)

Conclusiones

En congruencia con el propósito planteado en el presente trabajo, las principales conclusiones observadas, se enmarcan en los siguientes aspectos:

En situaciones donde la información con la que se trabaja es cierta, la matemática tradicional es de correcta aplicación, sin embargo, en un marco de incertidumbre, la matemática borrosa permite tomar mejores decisiones. Es así que, incorporando Números Borrosos Triangulares en la evaluación de proyectos de inversión se logró incluir la incertidumbre que es propia a todo proyecto de inversión.

Adicionalmente, al comparar los resultados obtenidos a través del cálculo tradicional del VAN, que no incluye el análisis del riesgo del proyecto, con el VAN Borroso que si lo incorpora, se pudo identificar para el primer caso que, se pasó de un escenario único que dio como resultado una rentabilidad del proyecto de Bs. 313.415,81 a otro escenario que exterioriza un intervalo de posibilidades en el que la rentabilidad va desde Bs. 219.938,2 hasta Bs. 435.787,8. Lo que, expresado en términos borrosos, corresponde a:

Finalmente, es necesario mencionar que, si bien es más sencillo calcular el VAN tradicional con números precisos, en el tiempo de ejecución de un proyecto ocurren situaciones imprevistas que requieren levantar el principio del tercer excluido planteado por la matemática tradicional, siendo una alternativa la lógica multivaluada, empleando para ello, la matemática borrosa.

Referencias Bibliográficas

- Baca, G. (2006). Evaluación de proyectos. 3° edición.
- Blank, L. y Tarquin, A. (2000). Ingeniería Económica. McGraw Hill. Santafé de Bogotá. Cuarta edición.
- Coss-Bu, R. (1979). Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. ITESM. México.
- Durán, R. (2016). Plan de Negocios para la producción de Malteadas a base de Quinoa en la ciudad de Tupiza. Proyecto de Grado. Universidad Mayor de San Andrés.
- Kauffman, A. (1993). Introducción de la teoría de los subconjuntos borrosos a la gestión de las empresas.
- Kosko, A. (1995). Pensamiento borroso. Editorial Crítica.
- Lazzari, L. Machado, E. y Pérez, R (1999). Los conjuntos borrosos: una introducción. en CIMBAGE.
- Morello, J. (2015). Lógica Borrosa aplicada a las finanzas. Valuación de Proyectos. Buenos Aires - Argentina: Universidad CAECE.
- Ramos, M. y Aguilera, V. (2014). Ciencias Administrativas y Sociales Handbook T-IV. Guanajuato: ECORFAN.
- Rico, A. y Tinto, J. (2008). Matemática borrosa: algunas aplicaciones en las ciencias económicas. administrativas y contables. Contaduría Universidad de Antioquia. 52. 199-214.
- Salazar Morales, O. y Soriano, J. (2011). Las leyes de tercero excluido y contradicción como valores límite en lógica difusa. Ingeniería, 20-52.
- Tuesta, C. (2014). Impacto de la gestión de la imagen institucional sobre la financiación privada de ONG. Aplicación de la metodología borrosa a un caso real. Universidad de Barcelona.



INCIDENCIA DE LA DEUDA EXTERNA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE BOLIVIA 1985-2019

INCIDENCE OF EXTERNAL DEBT ON THE ECONOMIC GROWTH OF BOLIVIA 1985-2019

Susana Siony Mancilla Moreira
Universidad Mayor Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca
Unidad de Investigación, Carrera de Economía
<https://orcid.org/0009-0007-2493-4851>
smancilla.moreira@gmail.com

Recibido: Marzo 14, 2023

Aceptado: Abril 13, 2023

DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.190>

Resumen

La deuda externa es un medio de financiamiento utilizado por Bolivia para solventar parte de su inversión pública, constituyéndose en uno de los factores que influye en el crecimiento económico, buscando un aumento en la capacidad de producción de bienes y servicios.

Esta investigación presenta las características más representativas del crecimiento económico en relación con el endeudamiento externo de Bolivia en el periodo 1985-2019. Se utilizó el método bibliográfico para identificar datos de registros certificados, y el método estadístico para su análisis; posteriormente se estimó un modelo econométrico con las variables Producto interno bruto (PIB), Saldo de deuda externa (SDE) e Inversión bruta fija (IBF).

Se determinó en conclusión que existe una relación significativa entre el crecimiento económico y la deuda externa; positiva a corto plazo y positiva decreciente a largo plazo.

PALABRAS CLAVE: Deuda externa, crecimiento económico, economía neoliberal, economía plural.

Abstract

The external debt is a means of financing used by Bolivia to solve part of its public investment, constituting one of the factors that influences economic growth, seeking an increase in the production capacity of goods and services.

This research presents the most representative characteristics of economic growth in relation to Bolivia's external indebtedness in the period 1985-2019. The bibliographic method was used to identify data from certified records, and the statistical method for its analysis; Subsequently, an econometric model was estimated with the variables Gross Domestic Product (GDP), External Debt Balance (SDE) and Fixed Gross Investment (IBF).

In conclusion, it was determined that there is a significant relationship between economic growth and external debt; positive in the short run and positive decreasing in the long run.

KEYWORDS: External debt, economic growth, neoliberal economy, plural economy.

Introducción

La deuda externa se ha convertido en un indicador macroeconómico, que permite desarrollar diferentes análisis de la situación económica en Bolivia. Siendo destinada a financiar el incremento constante del gasto, creció notablemente en los últimos años, mostrándose como un problema para las finanzas públicas y la economía en general. (Fundación Jubileo, 2020)

Un nivel “razonable” de deuda facilita probablemente el crecimiento económico de un país en desarrollo. (Bhaduri, 2004), (Patillo et al., 2002) Para otros autores es negativa ya que disminuye la productividad del gasto público. (Munevar, 2012) Esta relación y sus contradicciones muestran al endeudamiento como un recurso que solo debe ser utilizado, si el financiamiento interno es insuficiente. (Centeno, 2000)

En Bolivia durante 1985-2019 como en otros países latinoamericanos su economía pasó por cambios y distorsiones macroeconómicas. Los estudios existentes muestran variación en la información y resultados, considerando periodos cortos de tiempo que no son representativos para el análisis. De esta manera se plantea la interrogante ¿el endeudamiento externo de Bolivia en el período 1985-2019 coadyuvó en el crecimiento económico?

Dada esta interrogante, este artículo tiene por objetivo analizar la relación de la deuda externa y el crecimiento económico en un periodo de 35 años, donde se aplicaron dos modelos económicos: el neoliberal (1985-2006) y el plural (2006-2019). Siendo el 2019 el fin del ciclo de gobierno de enfoque socialista, tras problemas políticos que llevaron a un nuevo gobierno.

En este sentido, se hizo una revisión documental, un análisis de la información y la aplicación de un modelo econométrico, estableciendo que la deuda externa produjo un efecto valorable en el crecimiento económico.

Fundamento Teórico

La deuda externa en el crecimiento económico

El enfoque de Inversión keynesiano respalda la relación entre la deuda externa como factor contribuyente al crecimiento económico. Si el Estado incrementa su gasto público sin aumentar impuestos, se impulsa una producción no sostenible, que se equilibra con recursos de deuda externa o interna, reduciendo la demanda de dinero ocasionada y generando una variación en la inversión pública. (Delgado, 2012), (Velázquez, 2015)

Figura 1: Dimensiones de la deuda externa



Fuente: Elaboración propia/Banco Central de Bolivia (BCB)

Estas dimensiones resultan del análisis de la deuda externa y permiten medir otras variables; es de relevancia el saldo de la deuda externa que permite el cálculo acumulado de deuda.

El crecimiento económico, según el Diccionario Enciclopédico Económico (Martínez, 1980), es una condición importante para el desarrollo humano al generar oportunidades iguales para todos. La ONU establece que el crecimiento se genera cuando los bienes y servicios producidos por un país en un año, son mayores a los del año anterior.

Figura 2: Dimensiones del crecimiento económico



Fuente: Elaboración propia/BCB

Existen varias dimensiones que explican al crecimiento económico, consideraremos las mencionadas por ser afectadas por el endeudamiento externo.

La curva de Laffer

Niveles acumulados de deuda externa provocan a largo plazo que el crecimiento económico se reduzca, aun cuando los recursos sean bien invertidos, mostrando que esta relación no es lineal, sino explicada por una curva. (Patillo et al., 2002)

La teoría de la curva de Laffer, describe la relación entre la deuda externa y crecimiento económico (Laffer, 1981), argumentando que adquirir deuda externa tiene efectos positivos sobre el crecimiento hasta cierto nivel, más allá del cual pueden volverse adversos. Fue utilizada por Germán-Soto (2020), Granados (2016) y Moscoso (2021).

Gasto público y la inversión en el crecimiento económico

Los gastos del sector público son: gasto público y la inversión pública. (Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, 2020) Los ingresos para el gasto público no provienen de la deuda externa, tienen el respaldo financiero de la inversión pública, cuyos ingresos si provienen en parte de la deuda externa. El gasto público es usado en el pago de amortizaciones e intereses de la deuda externa. (Fundación Jubileo, 2008)

Esta investigación utiliza la IBF para desarrollar en términos generales la inversión pública generada por recursos externos y el gasto público para el pago de amortizaciones e intereses de la deuda externa.

Modelo Teórico

Tras analizar la información, se eligió el modelo econométrico de Vectores Autoregresivos (VAR), que utiliza datos anuales para determinar la respuesta de las variables, estableciendo la respuesta del crecimiento económico ante la deuda externa en un determinado periodo.

Swamy (2019), Sanusi (2019) y Pegkas (2020) sugieren que ciertas variables macroeconómicas pueden explicar el comportamiento del crecimiento económico. La base de este modelo teórico aplicado a la deuda externa fue desarrollada por autores como Pattillo, Poirson y Ricci (2002). La ecuación queda expresada de la siguiente manera:

$$PIB = \beta_{11}PIB_{t-1} + \beta_{12}SDE_{t-1} + \beta_{13}IBF_{t-1} + U_t$$

$$SDE = \beta_{21}PIB_{t-1} + \beta_{22}SDE_{t-1} + \beta_{23}IBF_{t-1} + U_t$$

$$IBF = \beta_{31}PIB_{t-1} + \beta_{32}SDE_{t-1} + \beta_{33}IBF_{t-1} + U_t$$

Tabla 1: Variables utilizadas

VARIABLES	Detalle	Contexto	Institución
PIB	Producto interno bruto (real)	Crecimiento económico	Banco Central de Bolivia
PIBt-1	Producto interno bruto (real) del periodo anterior	-	-
SDE	Saldo de la deuda externa	Deuda externa	Fundación Jubileo
SDEt-1	Saldo de la deuda externa del periodo anterior	-	-
IBF	Inversión bruta fija	Inversión	Banco Central de Bolivia
IBFt-1	Inversión bruta fija del periodo anterior	-	-
Ut	Perturbación aleatoria del modelo	Error	-

Fuente: Elaboración propia.

Hechos Estilizados

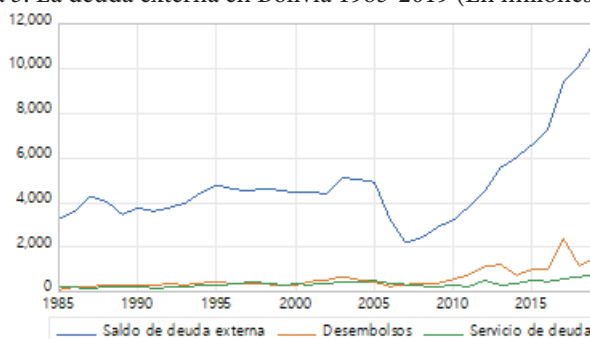
Desde los años 80', América Latina se sumergió en crisis por el endeudamiento, provocando la aplicación de políticas recesivas, para cumplir con el pago de la deuda, al mismo tiempo, contrajo más deuda con el Fondo Monetario Internacional (FMI) para lidiar con la crisis económica. (Fundación Jubileo, 2018)

En Bolivia entre 1985-2019, se aplicaron dos modelos económicos: el neoliberal que prohibió contratación de deuda sin autorización para detener el excesivo endeudamiento, buscando crecimiento económico con la inversión privada. Y la economía plural que intentó generar recursos internos recurriendo a la nacionalización, pero terminó contratando mayor deuda.

Bolivia y su endeudamiento externo 1985-2019

El saldo total de deuda externa en el periodo neoliberal fue de 90.145,7 millones de \$us en 22 años. En la economía plural, fue de 78.787,8 millones de \$us en 13 años, menor en aproximadamente un 13,4% en relación al saldo acumulado anterior. El saldo de deuda externa más alto se encuentra en el año 2019, con carácter creciente desde el 2008 y una mayor captación de recursos externos en la economía plural.

Figura 3: La deuda externa en Bolivia 1985-2019 (En millones de \$us.)



Fuente: Elaboración propia/Fundación Jubileo

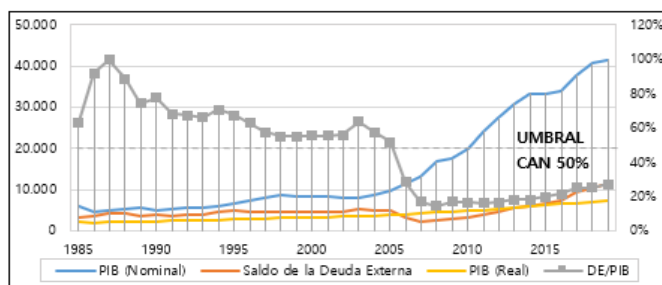
En cuanto a los desembolsos provenientes de deuda externa, entre 1985-2005 se tuvo una menor cantidad de desembolsos; siendo los mayores posteriores al 2017. El 2018 se da una caída del 51,3% de los desembolsos disminuyendo los ingresos al sector público.

En la economía neoliberal, el servicio de deuda total fue de 6.606,4 millones \$us. En la economía plural, fue de 6.093,6 millones de \$us.

Crecimiento económico en Bolivia 1985-2019

En 1987 el porcentaje de la participación de la deuda externa en el PIB fue de 99,4%, mientras que en 2019 fue de 27,1%, por debajo de los límites fijados por el criterio de la Comunidad Andina (CAN) del 50,0%.

Figura 4: Deuda externa con respecto al PIB 1985-2019 (En millones de \$us. Y %)



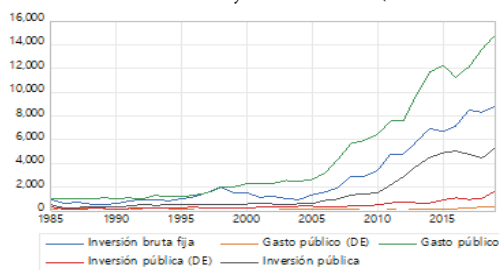
Fuente: Elaboración propia/Fundación Jubileo/BCB

Se muestra una relación inversa entre el saldo de la deuda externa y el PIB en el periodo 1985-2006 cuando existe un incremento en la deuda externa se da un descenso en el PIB nominal y real, aunque no en la misma proporción. Entre 2007-2019 la relación inversa es distinta, a mayor crecimiento del PIB nominal y real, la participación del saldo de la deuda externa tiende a bajar.

Inversión bruta fija

Los montos monetarios de la IBF, en ambos modelos eran distintos a pesar de ser porcentualmente similares. En 1998 se contó con 2.002,4 millones de \$us de IBF, representando un 23,6% del PIB, siendo el nivel porcentual más alto de este periodo y de la economía plural; desde el 2017 se tuvo una tendencia creciente y relativamente estable, la IBF era de 8.505,4 millones de \$us, superada en el 2019 con 8.847,4 millones de \$us.

Figura 5: La inversión bruta fija 1985-2019 (En millones de \$us.)



Fuente: Elaboración propia/BCB

En el periodo neoliberal el gasto público general fue de 33.393,7 millones de \$us, siendo las amortizaciones e intereses por la deuda externa 2.674,0 millones de \$us. En la economía plural, el gasto público general fue de 126.637,0 millones de \$us, con un pago de amortizaciones e intereses de escasamente 2.225,7 millones de \$us.

La principal fuente de inversión desde 1985 fueron los créditos externos, antes que los recursos internos. En la economía plural pese a contar con mayores créditos externos, su principal fuente fueron los recursos internos.

Metodología

En este artículo se utilizó el tipo de investigación cuantitativa, con un alcance descriptivo y correlacional porque se recopiló información que permitió medir y evaluar aspectos o dimensiones de la deuda externa y el crecimiento económico de Bolivia en 1985-2019; lo que permitió determinar el grado de relación que existía entre éstas. (Hernández, 2014)

Los datos se obtuvieron de la Fundación Jubileo y el BCB, su procesamiento y la aplicación del modelo econométrico VAR se realizó en el sistema EViews 12.

Resultados del Modelo Econométrico

Análisis de raíz unitaria de las series

Se observa en la Tabla 2 que el modelo es estacionario a largo plazo en las tendencias de las variables, el valor del estadístico al nivel de significancia 0,05 pertenece al área de rechazo de la hipótesis de presencia de raíz unitaria. Debido a esto se aplicó primeras diferencias (D) con base 100 a todas las variables para eliminar esta tendencia.

Tabla 2: Prueba de raíz unitaria de Dicker-Fuller en Primeras Diferencias

Variable	Estadístico df	Probabilidad	Valor crítico en tablas			Conclusión
			1%	5%	10%	
PIB	-2,5684	0,0195	-3,646	-2,954	-2,615	Estacionaria
SDE	-3,0404	0,0414	-3,646	-2,954	-2,615	Estacionaria
IBF	-7,6214	0,0000	-3,646	-2,954	-2,615	Estacionaria

Fuente: Elaboración propia/Base de datos

Contrastes de especificación

En la Tabla 3 se muestra que los rezagos adecuados para el modelo son de 1 para minimizar el error de cada uno de ellos, por tanto se usó 1 rezago para tener un pronóstico confiable.

Tabla 3: Criterios de contrastes de especificación óptimos

LAG	LOGL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1144,284	NA	2,78E+27	71,70525	71,84266	71,75080
1	-1118,183	45,67710*	9,58E+26*	70,63642*	71,18607*	70,81862*
2	-1111,901	9,815794	1,16E+27	70,80629	71,76818	71,12513

Fuente: Elaboración propia/Base de datos

Estabilidad y normalidad

En la Tabla 4, ninguna de las raíces se encuentra fuera del círculo de normalidad, el modelo es normal. La probabilidad de Jarque-Bera es cercana a 0 por tanto los residuos son normales.

Tabla 4: Pruebas de Correcta Especificación

Root	Módulo
0,769632	0,769632
-0,492773	0,492773
0,395493	0,395493

Fuente: Elaboración propia/Base de datos

Pruebas de autocorrelación y heteroscedasticidad

La Tabla 5, muestra que la probabilidad de cada una de las variables es mayor a 0,05, el modelo no presenta autocorrelación en ningún rezago.

Tabla 5: Test LM de autocorrelación

LAG	LRE*STAT	DF	PROB.	RAO F-STAT	DF	PROB.
1	8,813949	9	0,4546	0,998617	(9, 39,1)	0,4573
2	9,087329	9	0,4293	1,033017	(9, 39,1)	0,4319
3	8,349320	9	0,4994	0,940657	(9, 39,1)	0,5019
4	5,929683	9	0,7469	0,648830	(9, 39,1)	0,7485

Fuente: Elaboración propia/Base de datos

En la Tabla 6, la probabilidad del modelo es mayor a 0,05 para todos los datos, pese a ser cercano al rechazo de la hipótesis nula, el modelo no presenta heteroscedasticidad.

Tabla 6: Prueba de heteroscedasticidad

CHI-SQ	DF	PROB.
50,65750	36	0,05354

Fuente: Elaboración propia/Base de datos

Prueba de causalidad y covarianzas

Formulando la prueba de causalidad de Granger, resulta que existe una causalidad bidireccional de cada una de las variables, con excepción de la relación del PIB-IBF a causa de la salida y entrada de dinero por deuda externa. La deuda externa sí causa al PIB (real) y la deuda externa sí causa a la IBF, hay una causalidad bidireccional.

Para completar, en la Tabla 7, se muestra la existencia de una relación positiva entre las variables y que esta relación es significativa.

Tabla 7: Prueba de covarianzas

	DIBF	DPIB	DSDE
DIBF	1,000000	-	-
DPIB	0,322831	1,000000	-
DSDE	0,183470	0,360741	1,000000

Fuente: Elaboración propia/Base de datos

El modelo es funcional bajo los argumentos del Enfoque de la Inversión de Keynes, un aumento en la inversión va acompañada de más deuda externa con un impacto en el PIB y por consiguiente en el crecimiento económico.

Modelo de Vectores Autorregresivos (VAR)

La especificación del modelo VAR resultó relevante y estadísticamente significativa. Al impulso de la deuda externa, la respuesta del crecimiento económico fue creciente a corto plazo, con una dependencia de deuda externa en función del PIB (real) y la IBF. A largo plazo la respuesta fue decreciente y más estable, siendo una de las condicionantes estructurales del crecimiento económico.

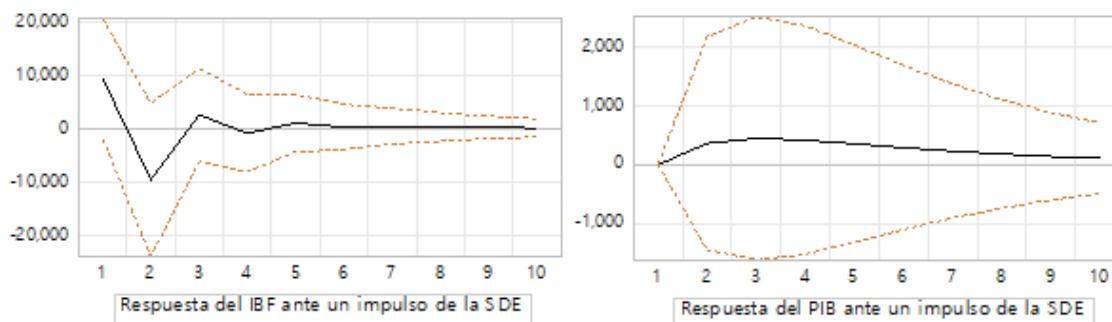
Resultando de la estimación y cumpliendo los supuestos VAR a corto plazo, tenemos:

$$DPIB = 0,743 DPIB_{t-1} + 0,007 DSDE_{t-1} - 0,002 DIBF_{t-1} + 4418,285$$

$$DSDE = 2,598 DPIB_{t-1} + 0,442 DSDE_{t-1} - 0,284 DIBF_{t-1} - 19067,522$$

$$DIBF = 3,724 DPIB_{t-1} + 0,102 DSDE_{t-1} - 0,382 DIBF_{t-1} - 20737,299$$

Figura 6: Resultados de la estimación VAR: Impulso-Respuesta



Fuente: Elaboración propia/Base de datos

La IBF reacciona de una manera variable a corto plazo, evidenciándose esto gráficamente y en la fórmula, por la entrada y salida de ingresos por deuda externa y se estabiliza con un efecto positivo en el crecimiento económico a largo a plazo.

En una proyección se puede establecer cómo la deuda externa afecta al crecimiento económico. Ante un supuesto escenario de crecimiento de la deuda externa en un 10%, se puede determinar que a corto plazo el PIB crece con una β 0,007 en primeras diferencias, es decir, a mayor deuda externa hay mayor crecimiento económico. A largo plazo, el PIB (real) disminuiría drásticamente en un 24,7% con 30383,9 millones de \$us, llevando a efecto la curva de Laffer, puesto que los saldos acumulados de deuda serían mayores que a corto plazo.

Conclusiones

El análisis del crecimiento económico entre 1985-2019 muestra que existió un crecimiento estimable en base a los siguientes indicadores: PIB (nominal) aumentó en 2,7 veces su valor, PIB (real) aumentó en 1,3 veces su valor y la IBF aumentó en 3,3 veces su valor.

Confirmando la teoría de Laffer, ante el impulso de la deuda externa, la respuesta del PIB (real) a corto plazo, es un crecimiento sostenido hasta un 6,03%; a mediano plazo va decreciendo manteniéndose positivo; hasta llegar a un crecimiento estable a largo plazo en aproximadamente 3,74%. Cuando la curva llega al endeudamiento a largo plazo, el impacto de la deuda externa en el PIB no supera los rendimientos esperados, sino va decreciendo.

La deuda externa pese a su tendencia creciente, no se ve reflejada como un efecto negativo para el crecimiento económico de Bolivia hasta el 2019, se puede afirmar que coadyuvó al crecimiento económico; sin embargo los rendimientos económicos por deuda externa a corto plazo son mayores que a largo plazo en el PIB.

Referencias Bibliográficas

- BCB. (2017). Informe de la Deuda Externa Pública al 31 de diciembre de 2017. La Paz: Gerencia de Operaciones Internacionales.
- Bhaduri, A. (2004). Sobre la viabilidad de la deuda externa. *Investigación Económica*, 63(250), 59-85.
- Centeno, M. U. (2000). La complejidad de la deuda externa y el desarrollo en América Latina. *Gestión en el Tercer Milenio*, 2(04), 89-97.
- Delgado, M. J. (2012). J. M. Keynes: Crecimiento Económico y Distribución del Ingreso. *Revista de Economía Institucional*, 16(30), 365-370.
- Fundación Jubileo. (2018). El pasado y el presente de la deuda pública de Bolivia, 1970-2017. La Paz: Fundación Jubileo.
- Fundación Jubileo. (2020). La deuda pública en constante incremento. La Paz: Fundación Jubileo.
- Germán, V. (2020). La curva de Laffer en la relación deuda externa-crecimiento. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas: Nueva Época*, 15(2), 205-225.
- Hernández, S. (2014). Metodología de la investigación. México: Interamericana editores.
- Laffer, A. B. (1981). Exacciones del gobierno y deficiencias de ingresos. *Cato Journal*, 1(1), 1-21.
- Martínez, R. (1980). *Economía Planeta: diccionario enciclopédico* (Primera ed.). Barcelona: Planeta.
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. (2020). Boletín Económico. La Paz: Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.
- Munevar, D. (13 de Mayo de 2012). Instituto de investigaciones sociales. México: UNAM. Recuperado de http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/498trabajo.pdf Conceptos y Fenómenos fundamentales de Nuestro Tiempo. (pp. 1-15).
- Panizza, U., & Presbitero, A. F. (2013). Deuda pública y crecimiento económico en economías avanzadas: una encuesta. *Mo. Fi.R. Working Papers*, 9(9), 1-24.
- Pattillo, C., Ricci, L., & Poirson, H. (2002). La deuda externa y el crecimiento. *Finanzas & Desarrollo*, 39(02), 32-35.

CONDICIONES LABORALES DE TRABAJADORES PETROLEROS Y BIENESTAR DE VIDA FAMILIAR EN SUCUMBÍOS ECUADOR

WORKING CONDITIONS OF OIL SECTOR WORKERS AND THEIR IMPACT ON THE WELL-BEING OF FAMILY LIFE IN SUCUMBÍOS, ECUADOR

Willan Antonio Elizalde Chamba, Investigador Independiente, <https://orcid.org/0000-0003-0362-4233>, willan.elizalde@doctorado.unini.edu.mx, Ingeniero comercial, Magíster en Gestión y Desarrollo social, Doctorando en Proyectos.

Marco Antonio Rojo Gutiérrez. Universidad Internacional Iberoamericana, México. <https://orcid.org/0000-0003-4862-8780>. marco.rojo@unimi.edu.mx, Doctor en Economía Social, Magíster en Economía Social, Docente e Investigador de la Universidad Internacional Iberoamericana, México.

Recibido: Marzo 21, 2023

Aceptado: Abril 13, 2023

Resumen

El bienestar de vida de las familias que residen en zonas petroleras puede verse afectada a raíz de las condiciones laborales que se les brinda a los trabajadores. Esta investigación tiene como objetivo analizar las condiciones laborales de los trabajadores del sector petrolero de Sucumbíos y su incidencia en el bienestar de vida de sus familias. Es un estudio no experimental propositivo; con análisis estadístico; cuya recolección de datos se realizó a través de encuestas y entrevistas. Los resultados muestran que las condiciones laborales a las que son expuestos los trabajadores y sus familias afectan directamente en su salud física, emocional y mental, así como en su situación económica, con salarios que no cubren gastos de alimentación. Además, existe un clima y cultura reactiva, horarios y jornadas extenuantes y la precarización social y laboral como medio de esclavitud. Se concluye que las condiciones laborales de los trabajadores del sector petrolero influyen fuertemente en el bienestar de las familias que habitan en Sucumbíos.

Palabras clave: Condiciones laborales, trabajadores sector petrolero, bienestar de vida familiar, precarización, Sucumbíos-Ecuador

Abstract

The well-being of life of families residing in oil areas may be affected as a result of the working conditions provided to workers. This research aims to analyze the working conditions of workers in the Sucumbíos oil sector and its impact on the well-being of their families. It is a purposeful non-experimental study; with statistical analysis; whose data collection was carried out through surveys and interviews. The results show that the working conditions to which workers and their families are exposed directly affect their physical, emotional and mental health, as well as their economic situation, with wages that do not cover food expenses. In addition, there is a reactive climate and culture, exhausting schedules and days, and social and labor precariousness as a means of slavery. It is concluded that the working conditions of workers in the oil sector strongly influence the well-being of families living in Sucumbíos.

Key words: Working conditions, oil sector workers, family life well-being, precariousness, Sucumbíos-Ecuador

Introducción

En un informe elaborado por las Naciones Unidas (s.f.) se expresa que, de acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), se espera que las pérdidas de ingresos superen los 220.000 millones de dólares en los países en desarrollo, y se estima que el 55 % de la población mundial no tenga acceso a protección social. Estas pérdidas retumbarán en todas las sociedades y afectarán la educación, los derechos humanos, la seguridad alimentaria y la nutrición básica.

La agobiante recesión económica que atraviesan las grandes potencias del planeta y en especial los países en vías de desarrollo, conocidos como tercermundistas, la concentración del dinero en unas cuantas manos vienen generando desigualdad social crónica, sumado a esta el gran aporte de la corrupción en todas las esferas del estado, ha llevado a que se desarrolle una matriz productiva generadora de pobreza en masa, donde cada día más y más familias caen en la extrema pobreza, agrandando aún más la brecha social.

Por otro lado está la incompetencia por parte de los gobiernos de turno de crear las condiciones y los medios favorables, para atraer a inversionistas nacionales y extranjeros o para crear plazas de trabajo con salarios dignos para la población, y, como consecuencia, la proliferación de la prostitución, los robos, un incremento desmesurable de delincuencia, sicarito, mendicidad, deserción educativa y pobreza extrema; a lo que también se agrega la globalización de la pandemia de COVID-19 y sus efectos directos en las condiciones laborales y el bienestar de vida las familias. Con estas premisas surge la siguiente interrogante: ¿Cómo las condiciones laborales de las empresas petroleras de Sucumbíos Ecuador inciden en el bienestar de vida de las familias de los trabajadores en el periodo de estudio 2020-2022?

La familia es y será la parte medular en el comportamiento de la sociedad y la principal preocupación del jefe de hogar, quien es el responsable de buscar los medios para mejorar el bienestar de vida de los suyos. Cada día va en aumento la requisición de bienes y servicios que requieren, siendo estos los factores que lo obligan a trabajar más horas, a vivir en busca de empleos con mejor salario, a tener dos trabajos, a dejar a la familia en busca de un mejor porvenir, a trabajar papá y mamá dejando los hijos al cuidado de otros, a aguantar acoso y hostigamiento laboral, crear negocios, narcotráfico, e incluso los extremos más drásticos como recurrir al suicidio.

El conflicto trabajo-familia, se agudizan aún más por las situación de recesión que se encuentra los países de América Latina y entre ellos Ecuador, la disminución paulatina de plazas de

trabajo es evidente y esto a raíz de la poca inversión interna, la insipiente participación del aparato estatal, la corrupción, análisis riesgo país alto, la ausencia de inversión extranjera, a las excesivas tasas de interés bancarios que hacen imposible emprender, entre otros, siendo estos los causantes de una desmedida oferta de mano de obra laboral en el país. Cabe señalar que el salario básico estipulado por la ley es de 425 dólares americanos para el año 2022, mismo que cubre 55.67 % del costo de la canasta básica familiar que es de 763.44 dólares, valores arrojados por el boletín técnico del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2022).

Considerando los planteamientos anteriores, el presente artículo determina la importancia que tiene la familia en el trabajador, esto debido a que manifiestan que todo atropello y antojo del empleador lo toleran por el gran amor que le tienen y profesan a la familia; además describe el salario que percibe el trabajador y si este les alcanza para cubrir las necesidades básicas del hogar. También analiza el clima y cultura reactiva como causantes de estrés y depresión; las jornadas y horarios extenuantes que impiden pasar tiempo de calidad con la familia y recuperarse del trabajo; y la precarización social y laboral como medio sumisión y esclavización de las masas.

Esta investigación se direcciona al ámbito social y busca generar conciencia e integridad en los empresarios y administradores de las empresas públicas y privadas del sector petrolero de Sucumbíos Ecuador, además de visibilizar la problemática y hacer conocer sus efectos en las familias, siendo este el mejor medio para llegar a la concientización de los grupos de interés, cuyo propósito es el mejorar las condiciones de vida del personal que labora en las empresas petroleras y por ende el de su familia, con políticas salariales que le permitan gozar de una alimentación digna, de tener un lugar donde vivir, de proveer salud y educación de calidad para todos, de garantizar tiempo para convivir con la familia, de proveer espacios seguros para el esparcimiento familiar, de suministrar servicios básicos, y de velar por el estado físico, mental y emocional de las personas.

Desde el punto de vista metodológico, se trata de una investigación no experimental exploratoria, de enfoque mixto, con nivel descriptivo-correlacional, llevada a cabo a través de encuestas hechas aleatoriamente a una muestra de 140 personas que laboran en la industria petrolera tanto pública como privada. Dicha información se obtiene de una muestra de 8.485 personas, arrojando un total de 367 encuestas a nivel nacional; de las cuales el 38% corresponde al personal contratado en la provincia de Sucumbíos. El trabajo tiene un corte trasversal esto debido a que se realiza en un momento único analizando los datos de las variables recogidos a través de herramientas estadísticas.

Familia y trabajo como bases de una sociedad

“La familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado”. (Naciones Unidas, s.f. Artículo 16.3). Adicionalmente, Collazos (2019) expone que la familia es considerada la célula básica de la sociedad; sus principios de solidaridad contribuyen al crecimiento de todos y cada uno de sus miembros y a la búsqueda de igualdad como fundamento de la verdad y la justicia, lo que conduce al logro de una sociedad cada vez mejor. Por lo tanto, hablar de la familia es hablar de un paradigma, donde interactúan lo emocional y lo racional, siendo esta el fundamento del desarrollo del país y el principal componente en la sociedad. Los valores, respeto, responsabilidades y obligaciones nacen del seno de la familia y se visualizan en un medio sin violencia, delincuencia, corrupción, xenofobia, etc.

El Instituto de Política Familiar (IPF, 2019), menciona que ninguna otra institución estatal o privada, ningún país ni sistema político puede igualarse a la acción que desarrolla la familia. Sin familia, desaparecería la sociedad; sin duda, la familia sigue siendo la institución no solo más valorada, sino la más universal y consolidada. Adicionalmente, Rojas (2019), explica que un sistema de apoyo fuerte dentro de la sociedad, es la organización del núcleo familiar y la actitud que tiene al momento de afrontar una adversidad, si la familia logra mantener un equilibrio entre estabilidad personal, familiar y laboral, podrá responder a las necesidades del entorno de forma satisfactoria; en caso contrario, cuando las familias no alcanzan ganar la capacidad de trabajo de forma conjunta con una adecuada funcionalidad familiar sus integrantes intentan disolver la relación familiar.

Por otra parte, el Artículo 33 de la Constitución Política del Estado Ecuatoriano (2008) menciona que el trabajo es un derecho y deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. Adicionalmente, el Artículo 3. Nro.5 de la mencionada Constitución, dice que es deber primordial del Estado, planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

Hoy en día el trabajador se ha vuelto parte de los activos de la empresa y de las maquinarias en sí mismo a tal punto que cuando dejan de cumplir sus funciones se desechan. Además, ha dejado

de tener vida social, y de pasar tiempo de calidad con la familia, por lo que poco a poco se está volviendo un ente extraño en su propia casa; ello agudiza los problemas en la familia y por ende en el trabajo, y el estrés, la depresión y las enfermedades psico-somáticas también hacen su aporte. La búsqueda de la felicidad hoy por hoy se centra en la satisfacción de necesidades a como dé lugar, donde la familia tiene el papel preponderante y protagónico en la ecuación, siendo que la familia no es algo que ocupa un lugar en el planeta, sino que lo es todo.

En otro orden de ideas, las actividades de las empresas deben orientarse al desarrollo y plenitud de sus colaboradores, respetando sus derechos legalmente constituidos por leyes y normas; a la asignación de salarios justos que dignifiquen al trabajador y su familia; a puestos de trabajo que cuiden su integridad física y mental, que premien el desarrollo personal y que reconozcan a la familia como la primera fuente de motivación del colaborador. La aplicación de estos principios orienta al progreso tanto de la empresa como la de sus trabajadores, además, mantienen un equilibrio óptimo entre su vida laboral y familiar, por ende, la empresa donde labore la persona se verá favorecida económicamente, ya que obtendrá mejores resultados en su producción, pues un trabajador que ve y siente que sus esfuerzos son reconocidos, es un trabajador empoderado y motivado (Chirinos, et al. 2018; Rojas 2019).

En síntesis, la familia es importante en la vida del ser humano, pilar fundamental de la sociedad y si el Estado no la protege la estará condenando a la destrucción y desintegración, por lo que se deben combatir los males que afectan a la familia, tales como: divorcios, abortos, consumo de drogas, delincuencia, emigración a otros países por falta de empleo y la muerte de niños por la desnutrición ocasionada por la extrema pobreza de sectores de la sociedad, que los hijos queden bajo el cuidado de un extraño, entre otros. Adicional a ello, debe recalcarse la importancia de la motivación, para que el trabajador sea productivo a la sociedad, sobre ello, González et al (2020) dice que “la motivación en el trabajo juega un papel primordial en los niveles de desempeño de cada empleado de una organización. La misma es un factor preponderante para la productividad y satisfacción laboral” (p.30).

Análisis de los Resultados

Para la recolección de datos, se aplicó una encuesta de selección múltiple utilizando la escala de Likert, analizadas con la Escala Subjetiva de Evaluación de la Carga Mental (ESCAM) y con el análisis y orrelación de la variables dependiente e independiente. El 96% de la población concuerda con cinco factores que inciden en su bienestar de vida. El personal manifiesta que

el primero y el más importante es la familia, su principal fuente de motivación, por lo que ellos arriesgan su vida y pasan más tiempo en el trabajo aguantando todo tipo de abuso para poder satisfacer sus necesidades. El segundo factor es el salario, el cual no alcanza para cubrir el costo de la canasta básica y las necesidades de la familia, mismo que afecta en su gran mayoría al personal subcontratado.

El tercer factor y bastante controversial es el clima y la cultura organizacional, el cual influye en la salud física, mental y emocional del trabajador y colateralmente en la familia y el trabajo. Como cuarto factor se encuentra las jornadas y horarios extensos que no permiten pasar tiempo de calidad con la familia, ni recuperarse de la extenuante jornada de trabajo, siendo este el principal causante de estrés y depresión laboral. Por último, el quinto factor tiene que ver con la influencia del medio y la precarización como medio de colonización y esclavitud laboral, mismo que incide de forma determinante en el bienestar de vida del trabajador y su familia.

De la voluntad de esta influencia depende el estatus socioeconómico de los trabajadores que se puedan dar a través de políticas de ley por parte del Estado o internamente por políticas salariales de la empresa. Cabe acotar que la calidad de la salud, educación y todo servicio social se enmarcan dentro de este último factor, así como, la delincuencia, corrupción, inestabilidad política, inflación, falta de plazas de trabajo, tasas de intereses bancarios elevadas, entre otros. Hoy en día el medio incide directamente en el bienestar de vida de las familias por estar estrechamente relacionados con el diario vivir.

Las condiciones actuales en las que pernotan los trabajadores subcontratados de las empresas petroleras de Sucumbíos dependen de las políticas salariales fijadas por el gobierno y de la ética y moral de los empleadores en reconocer el esfuerzo de los trabajadores, recalando que el sector petrolero es uno de los más rentables del país; lo cual resulta inaudito que solo pague el mínimo salarial a sus empleados y que además flexibilice las funciones de sus trabajadores, cambiando a su antojo horarios y jornadas laborales, a vista y aprobación del gobierno y organismos de control; por lo cual el bienestar de vida del trabajador y el de su familia dependen de la influencia externa del medio y la voluntad del empleador.

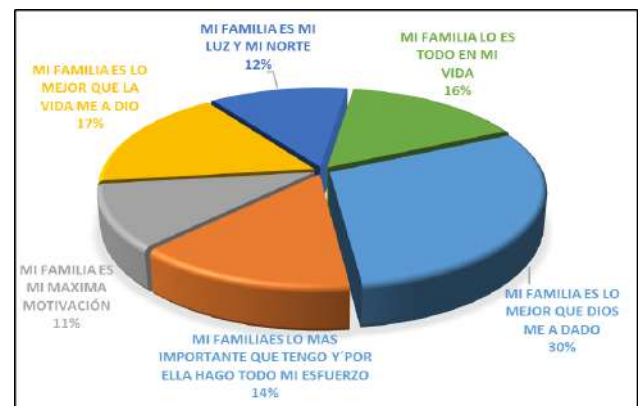
En otro orden de ideas, desde un enfoque cuantitativo, se pudo conocer la importancia que tiene la familia para el trabajador. A continuación, se presenta la Tabla 1 y el Gráfico 1, los cuales contienen datos de una encuesta realizada a trabajadores del sector petrolero de Sucumbíos – Ecuador, sobre seis aspectos asociados con la familia, a saber: si su familia es lo mejor que

Dios le ha dado; si es lo más importante que tiene y por ella hace todo esfuerzo; si es su máxima motivación; si es lo mejor que la vida le ha dado; si es su luz y norte; y si lo es todo en su vida.

Tabla 1. Importancia de la familia para el trabajador

Encuestados	Cantidad	%
Mi familia es lo mejor que Dios me ha dado	42	30%
Mi familia es lo más importante que tengo y por ella hago todo esfuerzo.	20	14%
Mi familia es mi máxima motivación.	15	11%
Mi familia es lo mejor que la vida me ha dado.	24	17%
Mi familia es mi luz y mi norte	17	12%
Mi familia lo es todo en mi vida	22	16%
Total	140	100%

Gráfico 1. Importancia de la familia para el trabajador



Como puede observarse en la Tabla 1 y el Gráfico 1, de las 140 personas encuestadas, un 30% afirma que la familia es lo mejor que Dios les ha dado, un 14% dice que la familia es lo más importante que tienen y por ella hacen todo esfuerzo posible, el 11% manifiesta que la familia es su máxima motivación, un 17% indica que la familia es lo mejor que la vida les ha dado, el 12%

afirma que la familia es su luz y norte, y un 16% dijo que la familia lo es todo en sus vidas.

Discusión de los resultados

Con base en las estadísticas mostradas en el apartado anterior, puede decirse que para el personal que labora en las empresas petroleras de Sucumbíos, la familia es y será lo más importante en sus vidas y por ella están dispuestos y prestos a realizar cualquier esfuerzo, siendo que es su responsabilidad cuidar y ofrecer un mejor bienestar de vida a sus seres queridos, como lo es también responsabilidad del Estado Ecuatoriano de velar y proteger a la familia y al personal que labora en la industria petrolera. Una familia en deterioro es un estado que va camino al detrimento social; por lo cual el estado debe proveer de recursos y un buen plan de educación, salud, empleos con salarios dignos, seguridad alimentaria, etc. El éxito de una ciudad, país y nación radica en el bienestar y el nivel socioeconómico de sus habitantes mismos que están conformadas por familias. En concordancia con esto, Collazos (2019) expone que la familia es considerada la célula básica de la sociedad; sus principios de solidaridad contribuyen al crecimiento de todos y cada uno de sus miembros y a la búsqueda de igualdad como fundamento de la verdad y la justicia.

La situación de la mayoría del personal de la industria petrolera de Sucumbíos es compleja, pues el personal que presta su servicio de forma subcontratada percibe un sueldo bajo que oscila entre 425 a 600 dólares mensuales, monto que no alcanza para cubrir sus necesidades básicas; pero tras esto hay intereses meramente económicos que benefician a las empresas. En cuanto al sector público su trato es similar la diferencia es que aquí los beneficiarios son entes políticos, la corrupción es generalizada cada vez más en el país.

Este panorama es totalmente adverso y desalentador para el trabajador que se encuentra solo, no hay quien los proteja, el gobierno y sus instituciones velan por los intereses de las empresas inversionistas transnacionales, pero poco o nada hacen por el personal que labora en ellas, es lamentable decirlo pero esta situación no va a cambiar, a menos que el gobierno y los demás poderes del Estado regulen y creen un equilibrio socio-económico entre el empleado y empleador, a fin de mejorar el bienestar de vida de las familias; el cual debería ser el sistema más importante de la sociedad, tal y como lo expone el Instituto de Política Familiar (IPF, 2019), ninguna otra institución estatal o privada, ningún país ni sistema político puede igualarse a la acción que desarrolla la familia. Sin familia, desaparecería la sociedad.

En orden de ideas vale mencionar que algunos testimonios de los que participaron en las entrevistas fueron los siguientes: “si

la familia está bien yo estoy bien, es imposible saber que un hijo está hospitalizado y decir que yo estoy al 100% concentrado en mi trabajo, no es posible dejar de sentir emociones y sentimientos cuando sabemos que algo está pasando en casa, esto altera en cierta manera nuestro grado de concentración e incluso el temperamento”. Pero no todo es negativo también hay sentimientos de satisfacción positivos, como, por ejemplo: “¡mi hijo terminó su carrera universitaria! en cierta parte a que tengo un trabajo y gracias al sueldo que percibo, puedo sostenerlo económicamente, ¡terminé de pagar el préstamo hipotecario ya tengo casa propia! y esto gracias a que tengo trabajo estable, es imposible negar la influencia que ejerce la familia en el trabajo, siendo que todo esfuerzo y sacrificio por ellos vale la pena”, lo manifiestan abiertamente el personal de la industria petrolera. Sobre este asunto, González et al (2020) dice que “la motivación en el trabajo juega un papel primordial en los niveles de desempeño de cada empleado de una organización. La misma es un factor preponderante para la productividad y satisfacción laboral” (p.30).

Para la gran mayoría del personal que labora en la empresa petrolera de Sucumbíos es fundamental el bienestar de su familia ya que de ella depende su tranquilidad emocional y psicológica, misma que se visualiza en armonía y efectividad laboral. El no poder satisfacer las necesidades más básicas del hogar es un problema que incide directamente en el comportamiento, temperamento y en sí en la actitud de cada individuo, pero hoy en día tener una armonía es casi imposible, pues los salarios bajos, la inflación, la falta de plazas laborales, la delincuencia e incluso hasta el factor climático parecen que se han ensañado con la familia. Hoy el jefe de hogar necesita un trabajo que le provea un salario digno, y la familia requiere que el salario cubra sus necesidades prioritarias, quedando el Estado en el centro del triángulo, donde este y la empresa tienen que ver mucho en el bienestar y calidad de vida de sus colaboradores y familias. En este particular el Artículo 33 de la Constitución Política del Estado Ecuatoriano menciona que el Estado debe garantizar a los trabajadores una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Por otro lado, con la declaración de la emergencia sanitaria COVID 19 en Ecuador, la situación en la sociedad cambió abruptamente de la noche a la mañana, afectando en todos los aspectos en lo social, cultural, político, laboral, económico y sobre todo al sistema de salud, demostrando que el país no estaba ni está preparado para hacerle frente a una situación de esta magnitud. Con la declaración del estado de emergencia sanitaria del 12 marzo 2020 hasta la actualidad, las más afectadas son las familias ecuatorianas siendo que ellas, perdieron sus fuentes de ingresos.

Asimismo, aquellas familias que pudieron conservar sus tra-

bajos, también se vieron afectadas pues su jornada laboral ya no era la misma. En el caso de las industrias petroleras, las jornadas de trabajo alejaron al trabajador de su familias con horarios que sobrepasaban el mes, incrementando las horas laborables de 8 a 12 diarias, sin pago de horas extras, y, en la gran mayoría de empresas, quitándoles todo tipo de viáticos de transporte, sumando, además, los gastos nuevos en educación para los hijos por la contratación de un plan de internet y la compra de un equipo de cómputo o un Smart “teléfono”, así mismo, la inflación en los productos de primera necesidad, la eliminación de los subsidios de combustibles que fueron a la par con la declaración (decreto) de emergencia sanitaria, entre otros problemas.

La situación por la que está atravesando la institución familiar hace que hoy más que nunca la familia tenga necesidad de una protección especial por parte de las autoridades públicas. Se sabe que el bien de la familia constituye un valor indispensable e irrenunciable de la comunidad civil. Por ello, la sociedad, y de modo particular los poderes públicos, tienen no sólo la obligación de reconocer su importancia y el papel destacado que desempeña en la sociedad, sino, también, el deber de protegerla con medidas y ayudas de carácter político, económico, cultural, social o jurídico. (IPF, 2019).

Hoy Ecuador no necesita de grandes discursos de políticos de los gobiernos de turno que junto a instituciones públicas maquillan la realidad en la que vive la población, más bien es urgente y primordial que se refunde al país en vías del desarrollo donde se visualice un mayor pago de impuestos, incremento en Producto Interno Bruto (PIB), desarrollo industrial y tecnológico, buen nivel de formación académica sin restricción, mejor poder adquisitivo de los habitantes, fuentes de empleo que cubran la demanda con salarios que dignifiquen al trabajador, disminución en el nivel de corrupción, análisis Riesgo País a la baja, menor tramitología y burocracia en organismos públicos, servicios de salud y salubridad para todos, erradicación de mendicidad y pobreza extrema, mejores tasas de oportunidad bancaria, entre otros. Factores que inciden directamente en el bienestar y calidad de vida de las familias y son de entera responsabilidad de los poderes del estado, tal y como lo menciona el artículo 3. Nro.5 de la Constitución (2008), que es deber primordial del Estado, planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

La familia constituye el bien más importante para una persona, su salud, bienestar mental y emocional depende de ella, además es el principal componente del desarrollo del país, su importancia es trascendental y fundamental en la sociedad, ya que de ella depende su progreso. Un estado que invierte en el bienestar de la familia, no está malgastando el dinero, sino que está haciendo una inversión a corto y largo plazo; la cual se ve plenamente visualizada en un medio sin delincuencia, corrupción, suicidios, haciendo al país más competitivo y atractivo para la inversión internacional y el turismo. En concordancia con ello, la Organización de Naciones Unidas (s.f.) en su Artículo 16.3 de declaración de derechos humanos, menciona que “la familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado”.

La familia es pues el motor dinamizante de la economía y la sociedad; la cual empuja al cabeza del hogar a buscar los medios necesarios para crecer y mantenerse en un ambiente altamente cambiante, de ella depende el desarrollo y fracaso de un pueblo, ciudad y país, por lo cual su subsistencia no solo debería ser de responsabilidad del jefe de hogar, sino también del estado y la sociedad mismo. La familia no trabaja por separado, todos sus miembros buscan un bien común y por ende el de la colectividad, misma que generan un valor agregado a los ojos del mundo, como lo indica Rojas (2019).

Para finalizar, cabe mencionar que el Estado debe siempre reconocer que la familia es el centro de todo, por lo que es necesario que trabaje en función a minimizar o si es posible eliminar variables que afectan negativamente a la sociedad. Un país sin corrupción es un país con valores, ética y moral, un país sin delincuencia es un país donde los que lo gobiernan, optan por separarse de la codicia y el amor desmedido al dinero fácil. Todo ello contribuye al bienestar individual del trabajador y por extensión al de su familia. Por lo tanto, así como el trabajador de las empresas petroleras de Sucumbíos le es imposible dejar de preocuparse por el bienestar de su familia, así le es imposible a la sociedad no tomar en cuenta a la familia como el centro del todo.

Tabla 2. Correlación entre las condiciones laborales y el bienestar de vida

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
Condiciones laborales incluyen:	bienestar del trabajador incluye: Al trabajador A la familia del trabajador
Salario	*Necesidades básicas del hogar insatisfechas (alimentación, salud y salubridad, agua potable, educación y vivienda) * Papa y mama trabajan * Si papa y mama trabajan quien cuida a los niños * Acceso de los hijos a la universidad
Clima Laboral	Sentido de pertenencia
Jornada y horario de trabajo	Enfermedades físicas (cerebrovasculares, cardiopatía isquémica, insomnio), irritabilidad, tristeza, agotamiento, consumo de sustancias, estrés, accidentes laborales, entre otras
Hallazgos: Al parecer hay una precariedad laboral	Hallazgos: Al parecer hay un bajo nivel de bienestar del trabajador y colateralmente su familia.

La aplicación de la teoría se llevará a través de acercamiento con los grupo de interés, con el fin de llegar a influenciar en lo benefactor que sería para las partes, en relación a las actitudes y conducta, para respaldar el logro de sus objetivos donde el empleador gana al incrementar su productividad y el empleado mejora su situación laboral y económica y por ende la calidad de vida de su familia, recalando que un trabajador empoderado es un trabajador satisfecho que cuida y vela por los intereses de la empresa. Creando una atmosfera cordial y una comunicación efectiva logrando crear un entorno laboral agradable.

Este artículo es parte de una tesis doctoral y de una secuencia de artículos a publicar, donde se explica y se teoriza más a profundidad sobre la problemática que produce las condiciones laborales en el bienestar de vida tanto la del trabajador como la de su familia.

Conclusiones

El panorama para las familias es desalentador y se complicó aún más con las secuelas de la pandemia de COVID-19, millones de puestos de trabajo se perdieron y cientos de miles de empresas se cerraron en todo el planeta, generando una sobre oferta de mano de obra laboral, pero lo que es malo para muchos y bueno para unos cuantos, situación que está siendo aprovechada por muchas empresas del mercado y las nuevas que ingresan en funcionamiento, para fijar los sueldos y salarios a las nuevas contrataciones de personal, mismas que se han apegado al salario mínimo establecido por ley, remuneraciones que no logran cubrir las necesidades más básicas de las familias estancándolas en un estado de pobreza y precariedad extrema.

Para el personal que labora y presta sus servicios en la Industria Petrolera de Sucumbíos Ecuador, la familia es su mayor fuente de motivación e inspiración y a la vez su principal preocupación, sus necesidades y problemas siempre están presentes en el trabajo y el fruto de su esfuerzo "salario" es para cubrir las necesidades de la familia y aquí es donde surge la problemática que en esencia se da en el personal subcontratado que en sí es la gran mayoría, mismo que con su remuneración que perciben no logran cubrir el costo de la canasta básica familiar, llevándolo a vivir una vida de necesidades sin ninguna esperanza ni futuro para ellos y arrastrando a la familia a una similar situación.

Además de ello, está la flexibilización de horarios y funcional que se hace presente aún más en estos tiempos de la emergencia sanitaria de COVID 19, sumado a esto la nueva ley de contratación laboral que impulsa el gobierno Guillermo Lasso para la contratación de mano de obra por horas y la eliminación de algunos beneficios como: la jubilación patronal, el reparto de utilidades a cargas familiares entre otras; este tipo de medidas no mejoran las condiciones del trabajador, más bien son en beneficio de los empresarios que buscan mantener sumisa a la mano de obra y que nadie reclame a miedo a ser despedido y salir indemnizando a su empleador.

Se concluye que, las condiciones laborales de los trabajadores del sector petrolero, influye fuertemente en el bienestar de las familias que habitan en Sucumbíos, Ecuador. Hoy en día el panorama se pinta desalentador para el obrero de la industria petrolera y por ende el de su familia, la precarización laboral vino para quedarse. La poca interesa del poder legislativo (Asamblea Nacional) en crear las condiciones necesarias para proteger al trabajador es nula, por otro lado, el poder ejecutivo crea leyes y decretos para beneficiar a sus amigos empresarios y por ende el poder judicial está a favor del que tiene el poder económico; lo que a la larga afecta a la sociedad en general, al trabajador y a sus familias.

Agradecimientos

Un agradecimiento muy especial a la Licenciada Mirna Amaya, mi esposa; al personal de las distintas empresas privadas y públicas del sector petrolero de Sucumbíos; al Doctor Marco Antonio Rojo G.; a instituciones públicas del Estado, y a compañeros de trabajo, quienes colaboraron con la ejecución de este trabajo de investigación.

Referencias Bibliográficas

- Collazos, E. (2019). La familia: referente personal y social: Una aproximación a la importancia de la familia en la construcción de relaciones interpersonales, desde la Exhortación Apostólica Amoris Laetitia. [Tesis, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá].
- Constitución política del Ecuador [Const]. 2008 (Ecuador).
- https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf.
- González Ortiz, M., Michalik, V., Simionato, C. & Vacas, R., (2020) La motivación y el desempeño laboral en las PYMES del gran Mendoza [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Cuyo].
- INEC. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (06 de 2022). Boletín Técnico N°06-2022-IPC
- https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Diciembre_2022/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_12-2022-IPC.pdf.
- IPE, Instituto de Política Familiar, (2019) 100 medidas de apoyo a la familia: Propuestas para una Política Pública con Perspectiva de Familia. Madrid.
- Naciones Unidas. (s.f.). Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>
- Naciones Unidas. (s.f.). La Declaración Universal de Derechos Humanos. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Rojas, D. (2019). Relación entre familia y trabajo desde un enfoque histórico [Monografía]. Colombia <https://repository.udca.edu.co/bitstream/handle/11158/2766/Relaci%C3%B3n%20entre%20familia%20y%20trabajo%20desde%20un%20enfoque%20hist%C3%B3rico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



IMPACTO DEL MARKETING RELACIONAL Y SU REPERCUSIÓN EN LOS RESULTADOS ORGANIZACIONALES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

IMPACT OF RELATIONSHIP MARKETING AND ITS IMPACT ON THE ORGANIZATIONAL RESULTS OF AN EDUCATIONAL INSTITUTION

Isuiza Amasifuen Ledvin
<https://orcid.org/0000-0003-4319-4514>
ledvin.isuiza@upeu.edu.pe
Universidad Peruana Unión
Diaz Saavedra Robin Alexander
<https://orcid.org/0000-0003-2707-8193>
robin.diaz@upeu.edu.pe

Recibido: Marzo 21, 2023

Aceptado: Abril 13, 2023

DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.188>

Resumen

El presente estudio fue realizado con el propósito de determinar la relación entre el estilo el marketing relacional y los resultados organizacionales en una institución educativa adventista de San Martín, con un método cuantitativo, diseño no experimental y un alcance descriptivo-correlacional, tuvo una muestra conformada por personal administrativo y docente. Los resultados obtenidos indican que el marketing relacional se encuentra en nivel alto con un 60.0% y los resultados organizacionales están en nivel alto con un 66.7%; para la determinación de la relación se utilizó el coeficiente de Rho Spearman resultando en que el marketing relacional y los resultados organizacionales se relacionan significativamente (p -valor = .000), positiva y fuerte ($\rho = .981^{**}$). PALABRAS CLAVE: Marketing relacional, resultados organizacionales, fidelización, cultura de servicio, resultados financieros

Abstract

This study was conducted with the purpose of determining the relationship between the relationship marketing style and organizational results in an Adventist educational institution in San Martín, with a quantitative method, nonexperimental design and a descriptivecorrelational scope, with a sample of administrative and teaching staff. The results obtained indicate that relationship marketing is at a high level with 60.0% and organizational results are at a high level with 66.7%; to determine the relationship, the Rho Spearman coefficient was used, resulting in the relationship marketing and organizational results being significantly related (p -value = .000), positive and strong ($\rho = .981^{**}$). KEY WORDS: Relationship marketing, organizational results, loyalty, service culture, financial results

Introducción

pacto en las organizaciones a nivel mundial, abarcando actividades de fidelización, satisfacción, confianza, interacción, diferenciación, personalización además de que coopera en la creación de experiencias nuevas con el cliente. Las tecnologías actualmente imponen nuevas formas de hacer contacto con el cliente tanto interno como externo, el mismo que permitirá que las empresas potencien el alcance próximo de sus objetivos y metas, “Cuando una empresa entiende y aplica de forma adecuada los conceptos de relacionamiento con sus clientes, a partir de ello logrará que la imagen de la empresa genere una actitud positiva como consumidor (Ramos & Valle, 2020). Por ello que el empleo del marketing relacional es sumamente fundamental si la visión es obtener buenos resultados organizacionales en una empresa. En muchos países a nivel mundial no toman en cuenta el valor del marketing relacional en las empresas y tienden a fracasar. A nivel mundial existen fracasos muy sonados por la carencia de un empleo de marketing relacional con los clientes, ya que no suplen las expectativas de sus clientes a corto y largo plazo (Fhon, 2022).

Las empresas de todo tipo son consistentes del requerimiento necesario del uso y empleo de marketing ya sea para aumentar las ventas, captar nuevos clientes, etc. lo cual contribuye al alcance de buenos resultados para la organización (Giraldo et al., 2018).

En nuestro país también tenemos situaciones que evidencian el empleo necesario del marketing relacional, al respecto Salas (2017) menciona que es fundamental incluso en las instituciones educativas del sector privado porque contribuye a definir las características importantes sobre los servicios que se brindan, lo cual influye mucho en los resultados que buscan obtener las organizaciones, por su parte Linares y Pozzo (2018) señalan que es un proceso que contiene elementos analíticos, operacionales y estratégicos que coadyuvan a las empresas latinoamericanas y peruanas a la obtención de buenos resultados organizacionales.

Salas (2017) realizó un estudio sobre como el marketing relacional influye en los resultados en instituciones educativas de la ciudad de Lima, en la cual menciona que, el MR impacta favorablemente en el resultado general de las instituciones educativas.

Es por ello que el marketing relacional es excepcional en las organizaciones, porque permite que las empresas interactúen y conozcan a sus clientes logrando así resultados organizacionales óptimos y deseados (Choca et al., 2019).

El Marketing relacional

El MR comenzó su evolución en el siglo XX hasta lograr convertirse en una disciplina que paso de ser un enfoque tradicional para incluirse escuelas netamente de marketing que se encargaban de analizar el comportamiento del consumidor, intercambio

de ventas, macromarketing y ventas, etc. que posteriormente ya en el siglo XXI buscaron entender que es lo que en si buscan los clientes según (Bravo, 2020).

El marketing relacional actualmente está adquiriendo un valor relevante en el mercado debido a su enfoque hacia el cliente y en lo que este percibe (Sarmiento et al., 2021). Antes del MR las empresas empleaban el marketing transaccional que solo se dedicaba a la transmisión del mensaje al cliente mientras que el MR pretende producir el dialogo continuo con ellos (Martínez et al., 2019). El MR, desde el traspaso del marketing transaccional y su carente efecto sobre las estrategias del mercado, al final ya de los años 80 sin lugar a duda ha pasado a ser un enfoque más interesante para las empresas que buscan entablar relaciones sólidas, rentables y duraderas (Arrubla & Ferré, 2020). Entre los pioneros más representantes del marketing relacional podemos evidenciar a Grönroos (1994) quien mediante los estudios realizados de servicio y marketing relacional se ha encargado de posicionar al marketing relacional como una de las principales fuerzas con las que toda empresa debe contar (Carbache et al., 2020). Asimismo, el MR es de gran aporte para las organizaciones, ya que consiste en la detección, establecimiento, desarrollo y cuidado de las relaciones entre empresa y cliente (Quezada et al., 2019).

El MR pretende crear relaciones duraderas entre la organización y sus clientes, para ello utiliza diversas técnicas y estrategias, incluyendo el CRM, con el objetivo de sellar esas relaciones con la satisfacción de sus necesidades (Rodríguez et al., 2020).

Grönroos postuló que el cambio de la práctica del marketing tradicional al MR fue de beneficio para los mercados internacionales, haciéndolos más dinámicos y competitivos (Olivera y Pulido, 2018).

Kotler & Keller (2016) mencionan que el objetivo fundamental del MR es que las relaciones con los clientes sean más fuertes, perdurables, sólidas y satisfactorias a largo plazo, y como consecuencia de ello, las organizaciones perduren también en el tiempo (Arosa-Carrera & Chica-Mesa, 2020).

El MR no solo atrae consumidores sino que también intensifica las relaciones con los mismos, implicando planes y proyectos pensados en las necesidades de las partes a fin de crear valor para ambos (Gómez-Bayona et al., 2020).

Factores del marketing relacional

Fidelización de clientes: va más allá de crear consumos repetitivos, la fidelidad es crear un vínculo emocional entre la empresa y su cartera de clientes (Shagui et al., 2022). Además, dicha relación coadyuva al incremento del nivel de calidad en los servicios

ofrecidos con respecto de la competencia (Quispe y Rojas, 2021). Otro punto en consideración es la evaluación constante de la percepción de los servicios/productos ofrecidos, valor, imagen y confianza (Sarmiento, 2018)

Uso de sistemas de información: consiste en la gestión de la base de datos de los clientes, los cuales necesitan de ciertas condiciones para funcionar de forma eficiente, siendo estas la actualización, buena dinámica de utilización y establecer su valor patrimonial inherente a la estructura de costos de la empresa (Abrego et al., 2017). Una gestión eficiente de la información integral es necesaria y vital en toda empresa, ya que esto conducirá a obtener una inteligencia comercial eficiente (Tupac et al., 2021).

Desarrollo de una cultura de servicio: es la generación de una escala de valores enfocados en las relaciones satisfactorias, creando valor para los clientes, esto proviene de la parte interna de la empresa y debe ser percibida por el cliente (García & Flores, 2017). Asimismo, una cultura de servicio implica un gran reto para las organizaciones dado que requieren de inversión económica en capacitaciones, inversión de tiempo y disposición por parte de cada miembro de la organización (Mena, 2019).

Los resultados organizacionales

Los resultados organizacionales, han sido siempre la preocupación de las civilizaciones antiguas, como también fue una constante a lo largo de la historia administrativa. Según Fontalvo et al. (2017) la Administración Científica (1880-1910) establece que los resultados organizacionales se logran con una mejora constante de la gestión total, la estandarización de tiempos, la eficiencia, la eficacia, reducción de los costes y el aumento de la productividad, y también mediante funciones técnicas como las funciones comerciales, financieras, seguridad, contables, y administrativas.

El estudio del resultado organizacional se basa en la eficiencia y eficacia que puedan lograr las organizaciones mediante el empleo de técnicas o métodos que faciliten su alcance (Veronesi, Rosa, Poli y Casagrande, 2011). Camue et al. (2017) afirman que los resultados de las organizaciones funcionan óptimamente a través de equipos de trabajo eficientes para lo cual es necesario que pasen por las fases de iniciación, orientación, clarificación e integración de estos, todo ello apuntando al logro de objetivos.

Fhon (2022) menciona que los resultados organizacionales se tienen que evaluar a través de indicadores relacionados con el consumidor, crecimiento organizacional, procesos internos y desempeño económico.

Para Consuelo-Bravo et al. (2018) el desempeño de las metas organizacionales posibilita que esté en mejores condiciones para poder enfrentar las amenazas del mercado y aprovechar las oportunidades en la actualidad, como son: la globalización, diversidad laboral, el incremento de la productividad, el incremento de la calidad de productos y/o servicios ofertados, capacitación del personal, fortalecimiento de la conducta ética, entre otros.

Factores de los resultados organizacionales

Resultados financieros: es la consecuencia final que sobreviene luego de haber ejecutado eficientemente los planes y estrategias propuestas para las instituciones, y que son percibidas de forma positiva desde la perspectiva de los padres de familia y toda la comunidad educativa y en el mercado educativo en general (Ministerio de educación, 2015).

Retención anual e interanual de alumnos: es principalmente la conservación durante todo el año del número de estudiantes que se matriculan, evitando la deserción de estos, dado que el principal origen de los ingresos de una institución educativa privada es la matrícula y pensiones de sus estudiantes (Ministerio de educación, 2015).

Cumplimiento de las actividades institucionales planificadas: este es el objetivo principal por el cual toda institución educativa trabaja, estos tienen que ver con las horas de sesiones de enseñanza, asistencia estudiantil y docente, cumplimiento de las competencias que adquirirán los estudiantes: siendo indicadores que miden el logro de objetivos institucionales (Ministerio de educación, 2015).

Metodología

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo de tipo básico descriptivo correlacional ya que se recurrió a la recolección de datos estadísticos para probar los hechos de la realidad objetiva y descriptivo porque especifica propiedades importantes acerca de las variables (Hernández et al., 2018). Fue correlacional ya que su finalidad fue conocer la relación existente entre dos variables en un contexto determinado (Hernández et al., 2018). El diseño fue no experimental de corte transversal puesto que no hubo manipulación de las variables (Hernández et al., 2018).

Muestra

La muestra se definió haciendo uso del muestreo no probabilístico por conveniencia, cuya muestra fue igual al número de la población conformada por 30 colaboradores de la ASEANOR Región San Martín. Los datos sociodemográficos de la muestra estuvieron conformados por: 60.0% género femenino, 43.3% de edad de 31 a 40 años, 76.7% estado civil casado; 50.0% de administrativos y 50.0% docentes.

Recolección de datos

La técnica utilizada fue la encuesta. Para constatar la confiabilidad de cuestionarios se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach y la validación por juicio de expertos. El cuestionario de MR resultó con alfa de cronbach de .803 y los resultados organizacionales obtuvieron un alfa de cronbach de .756

Procesamiento de la información

Para realizar el análisis de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS V25.0. Por otro lado, para determinar el coeficiente para medir la relación de las variables y dar respuesta a las hipótesis, se utilizó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.

Limitaciones

Cabe mencionar que para la presente investigación se tuvieron algunas limitaciones como es el acceso a la muestra, asimismo, para futuras investigaciones sobre este tema, es importante considerar estudios prolongados, de esa manera medir el comportamiento de las variables en el tiempo.

RESULTADOS Nivel de las variables y sus factores

En la Tabla 1 se muestran que el MR está en un nivel alto con un 60.0%; y sus dimensiones fidelización de clientes en un nivel alto con un 56.7%; el uso de sistemas de información en nivel medio con un 63.3%; cultura de servicio en nivel medio con un 56.7%

Tabla 1: Niveles del marketing relacional y sus dimensiones.

		Recuento	%
Marketing relacional	Medio	12	40.0%
	Alto	18	60.0%
Fidelización de clientes	Medio	13	43.3%
	Alto	17	56.7%
Uso de sistemas de información	Medio	19	63.3%
	Alto	11	36.7%
Cultura de servicio	Medio	17	56.7%
Alto		13	43.3%

Elaboración: Ledvin Isuiza

En la Tabla 2 se muestran que los resultados organizacionales está un nivel alto con un 66.7%; y sus dimensiones resultados financieros en un nivel medio con un 53.3%; retención anual e interanual de alumnos en nivel medio con un 50.0%; cumplimiento de las actividades institucionales planificadas en nivel medio con un 66.7%

Tabla 2: Niveles de los resultados organizacionales y sus dimensiones.

		Recuento	%
Resultados organizacionales	Medio	10	33.3%
	Alto	20	66.7%
Resultados financieros	Medio	16	53.3%
	Alto	14	46.7%
Alto Retención anual e Medio interanual de alumnos		15	50.0%
		15	50.0%
Alto Cumplimiento de Medio las actividades institucionales planificadas		20	66.7%
		10	33.3%

Elaboración: Ledvin Isuiza

Tabla 3: Niveles del marketing relacional y sus dimensiones según su condición

		Condición			
		Docente		Administrativo	
		N	%	N	%
Marketing relacional	Medio	7	23.3%	5	16.7%
	Alto	8	26.7%	10	33.3%
Fidelización de clientes	Medio	6	20.0%	7	23.3%
	Alto	9	30.0%	8	26.7%
Uso de sistemas de información	Medio	11	36.7%	8	26.7%
	Alto	4	13.3%	7	23.3%
Cultura de servicio	Medio	10	33.3%	7	23.3%
	Alto	5	16.7%	8	26.7%

Elaboración: Ledvin Isuiza

Correlación de las variables

En la Tabla 5 se muestra la existencia de relación significativa entre el marketing relacional y los resultados organizacionales (p-valor = .000), positiva y moderada (rho = ,981**).

Tabla 5: Correlación entre el marketing relacional y los resultados organizacionales.

	Resultados organizacionales		
	Rho	p-valor	N
Marketing relacional	.981**	.000	30

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)

Elaboración: Ledvin Isuiza

En la Tabla 6 se muestra la existencia de relación significativa entre las dimensiones del marketing relacional y los resultados organizacionales (p-valor = .000) positiva y fuerte (rho = ,943** / ,868** / ,855**).

Tabla 4: Niveles de los resultados organizacionales y sus dimensiones según su condición

		Condición			
		Docente		Administrativo	
		N	%	N	%
Resultados organizacionales	Medio	6	20.0%	4	13.3%
	Alto	9	30.0%	11	36.7%
Resultados financieros	Medio	7	23.3%	9	30.0%
	Alto	8	26.7%	6	20.0%
Retención anual e interanual de alumnos	Medio	9	30.0%	6	20.0%
	Alto	6	20.0%	9	30.0%
Cumplimiento de las actividades institucionales planificadas	Medio	11	36.7%	9	30.0%
	Alto	4	13.3%	6	20.0%

Elaboración: Ledvin Isuiza

Tabla 6: Correlación entre las dimensiones del marketing relacional y los resultados organizacionales.

	Resultados organizacionales			
	Rho Spearman	p-valor	N	
Fidelización de clientes	.943**	.000	30	
Uso de sistemas de información	.868**	.000	30	
Cultura de servicio	.855**	.000	30	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)

Elaboración: Ledvin Isuiza

CONCLUSIONES

El marketing relacional y los resultados organizacionales se relacionan significativamente, lo que denota que las acciones y estrategias de marketing que actualmente la administración de la institución aplica tienen una repercusión directa sobre los resul-

tados, tal como afirmó Kotler & Keller (2016) cuando menciona que en el marketing se forman estrategias para construir relaciones satisfactorias de largo plazo.

La fidelización de clientes y los resultados organizacionales se relacionan significativamente, lo que denota que todas las acciones y estrategias aplicadas actualmente para fidelización de los clientes de la institución tienen una repercusión directa sobre los resultados; dichos resultados guardan relación con lo aseverado por Silva Treviño et al. (2021) señalan que la fidelización de clientes está estrechamente vinculada a la satisfacción, ello ocasiona la fidelidad y ésta incentiva mayores ventas.

El uso de los sistemas de información y los resultados organizacionales se relacionan significativamente, indicando que las herramientas TIC's, aplicaciones y medios de comunicación que actualmente se utilizan para conectarse uso para sus labores a los clientes de la institución tienen una repercusión directa sobre los resultados. Estos resultados guardan relación con lo afirmado por Abrego et al. (2017) quienes postulan que para un eficiente funcionamiento de los sistemas de información se debe mantener una buena base de datos de clientes para su posterior seguimiento.

La cultura de servicio y los resultados organizacionales se relacionan significativamente, lo que indica que los valores y la forma de trato que actualmente se practica dentro de la institución tienen una repercusión directa sobre los resultados. Tal como Camue et al. (2017) manifiestan que los resultados organizacionales se sustentan en una cultura de equipos de trabajo exitosos.

Referencias Bibliográficas

- Abrego Almazán, D., Sánchez Tovar, Y., & Medina Quintero, J. M. (2017). Influence of information systems on organizational results. *Contaduría y Administración*, 62(2), 303–320.
- <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cy.a.2016.07.005>
- Arosa-Carrera, C. R., & Chica-Mesa, J.
- C. (2020). La innovación en el paradigma del marketing relacional. *Estudios Gerenciales*, 36, 114–122.
- <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.15.4.3494>
- Arrubla Zapata, J. P., & Ferré Pavia, C. (2020). Modelos de mercadeo relacional en educación. *Revista Venezolana de Gerencia*, March.
- <https://doi.org/10.3796/1231509>
- Azero Gomez, V., & Almeida Cardona, R. (2021). Impacto de la calidad del servicio y la satisfacción en la lealtad de los clientes de las empresas de telefonía móvil. *Perspectivas*, 48, 37–56. http://www.scielo.org/bo/scielo.php?pid=S1994-37332021000200037&script=sci_arttext
- Bravo Adanaqué, C. (2020). Estrategia de marketing relacional para lograr la fidelización de los estudiantes de artes & diseño gráfico empresarial de una universidad. *Revista Científica Institucional TZHOECOEN*, 12(3), 334– 347.
- <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/tz.h.v12i3.1331>
- Bustamante, E. (2012). La promoción de la salud desde la comunicación interna. *RCYS Revista de Comunicación y Salud*, 2, 1.
- Camue Álvarez, A., Carballal del Río, E., & Toscano Ruiz, D. F. (2017). Concepciones teóricas sobre la efectividad organizacional y su evaluación en las universidades. *Cofin Habana*, 11(2), 136–152.
- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200010
- Carbache Mora, C. A., Herrera Bartolomé, C., & Talledo Delgado, L. (2020). Estrategias de marketing para fortalecer la imagen de servicio de los helados artesanales del “Charra” en Bahía de Caráquez. *Revista Científica UISRAEL*, 7(2), 121–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.35290/rc.ui.v7n2.2020.277>
- Checasaca-Julca, J. R., SánchezCabeza, L. K., Malpartida-Gutiérrez, J. N., & Chocobar-Reyes, E. J. (2022). Importance of the Customer Relationship Management (CRM) tool in Latin American companies. A systematic review of the scientific literature in the last ten years. *Revista Científica de La UCSA*, 9(3), 97–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.097>
- Consuelo-Bravo, C., Sarmentero-Bon, I., Gómez-Figueroa, O., & Falcón, O. (2018). Procedimiento para el estudio del Comportamiento Organizacional. *Ingeniería Industrial*, 39(1), 92–100. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362018000100010
- Fhon Núñez, C. E. (2022). Alcances y estrategias del marketing relacional, una revisión sistemática de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 7. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2504
- Fontalvo Herrera, T., De la Hoz Granadillo, E., & Morelos Gómez, J. (2017). Productivity and its factors: impact on organizational improvement. *Dimensión Empresarial*, 16(1), 47–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.15665/dem.v16i1.1375>
- García Tejada, M. L., & Flores Mamani, E. (2017). Consecuencias de la cultura corporativa y rol de la comunicación interpersonal en el compromiso organizacional del Personal de la Municipalidad Provincial de Arequipa - Perú. *Comunicación*, 8(2), 138–146. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v8n2/a07v8n2.pdf>
- Giraldo Olivares, M., Naranjo del Giudice, O., Naranjo Arango, R., & Mercado Caruso, N. N. (2018). Entorpeciendo la facilita-

ción de valor y las prácticas de marketing relacional. *Revista Opción*, 34(18), 1691–1714. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/23990>

- Gómez-Bayona, L., Arrubla-Zapata, J. P., Aristizábal Valencia, J., & Restrepo Rojas, M. J. (2020). Análisis de las estrategias de marketing relacional en instituciones de educación superior de Colombia y España. *Retos*, 10(20), 343–359. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.09>
- Grönroos, C. (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing. *Management Decision*, 32(2), 4–20. <https://doi.org/10.1108/00251749410054774/FULL/XML>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación*. In Mc Graw Hill (Sexta Edic). Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de Marketing (Decimoquin)*. Pearson Educación.
- Linares, J., & Pozzo, S. (2018). Social networks as a tool for relationship marketing and customer loyalty. *Sciéndo*, 21(2), 157–163. https://doi.org/https://doi.org/10.17268/sci_endo.2018.016
- Martínez Salas, A. M., Monserrat Gauchi, J., & Campillo Alhama, C. (2019). El paradigma relacional en las estrategias de las organizaciones de marketing de destinos. Interactividad y función social en las webs turísticas oficiales. *Latina, Revista de Comunicación*, 74, 734–747. https://doi.org/https://doi.org/10.4185/RL_CS-2017-1170
- Mena Méndez, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 46, 11–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.14482/pe.ge.46.1203>
- Olivera Carhuaz, E. S., & Pulido Capurro, V. M. (2018). Social marketing: its importance in social problem solving. *Revista Científica de La UCSA*, 5(2), 26–35. [https://doi.org/https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2018.005\(02\)026-035](https://doi.org/https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2018.005(02)026-035)
- Quezada Sarmiento, P. A., Guaigua Vizcaino, M. E., Navas, S., & Rosero Bustos, M. (2019). El marketing relacional como estrategia en los emprendimientos. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI*, 14, 6. <https://doi.org/10.23919/CISTI.2019.8760976>
-
- Quispe Leandro, W. P., & Rojas Baldeon, S. (2021). La fidelización de clientes y calidad organizacional en Latinoamérica en los últimos 10 años: una revisión de la literatura científica. 5. <https://hdl.handle.net/11537/25872>
- Ramírez-Asís, E. H., Maguiña Palma, M. E., & Huerta-Soto, R. M. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *Retos*, 10(20), 329–343. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>
- Ramos Farroñán, E., & Valle Palomino, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: Camino al cambio empresarial. *Revista Científica de La Universidad de Cienfuegos*, 12(1), 292–298. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100292
- Rios, C. (2017). Comunicación interna y su relación con el manejo de conflictos del personal administrativo de la Universidad Nacional de San Martín de la ciudad de Tarapoto año 2016. Universidad César Vallejo.
- Rodríguez, M., Pineda, D., & Castro, C. (2020). Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica. *Revista Espacios*, 41(27), 306–322. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n27/20412726.html>
- Salas Canales, H. J. (2017). Influencia del marketing relacional en los resultados organizacionales de instituciones educativas privadas de Lima metropolitana (Perú). 19, 63–74. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18271/ria.2017.256>
- Sarmiento Guede, J. R. (2018). La fidelización como consecuente de la calidad de la relación en las organizaciones. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 51, 337–354. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6332790>
- Sarmiento Guede, J. R., De Esteban Curiel, J., & Antonovica, A. (2021). Increase the influence of the travel video bloggers by using Youtube to sell trips indirectly through relationship marketing and service quality online. *Cuadernos de Gestión*, 21(1), 75–87. <https://doi.org/10.5295/CDG.181019JE>

- Shagui González, J., Ruiz Calva, M., & Villavicencio Rodas, M. (2022). Influencia de la calidad del servicio en la fidelización e imagen de marca de las principales cadena de moda textil. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(2), 159–173. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.20.22.2.958>
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Tupac Yupanqui, N., Quispe, M., Alomia, D., & Geraldo, L. (2021). Calidad de atención y su relación con la fidelización del paciente en la clínica ParedesCusco. *Revista Científica Pakamuros*, 9(4), 68–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v9i4.238>
- Vanessa Choca Ramírez, I. V., López Catagua, K. V., & Freire Sierra, F. D. (2019). Marketing Relacional Para Fidelizar a Los Clientes De Baratodo S.a. En La Ciudad De Guayaquil. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 1–19. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/01/marketing-relacional-baratodosa.html>

CALIDAD DE SERVICIO COMO FACTOR DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES DE GAS DOMÉSTICO

QUALITY OF SERVICE AS A FACTOR IN THE SATISFACTION OF DOMESTIC GAS CONSUMERS

Bach. María Elvira, Fernández - Rosillo
Universidad Peruana Unión
fernandezrosillomariaelvira@gmail.com
(0000-0002-3453-5113)

Recibido: Septiembre 16, 2022
Aceptado: Abril 13, 2023
DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.174>

Mg. Robin Alexander, Díaz Saavedra
Universidad Peruana Unión
robin.diaz@upeu.edu.pe
(0000-0003-2707-8193)

Dr. José Joel Cruz-Tarrillo
Universidad Peruana Unión
jose.cruz@upeu.edu.pe
(0000-0002.6372-505)

Resumen

El presente informe estuvo direccionado a determinar la relación existente entre calidad de servicio (CS) y la satisfacción del consumidor (SC) de GLP en la empresa Vulcanogas-Morales, 2022. Con la finalidad de responder a su objetivo, el estudio se caracterizó por ser de tipo básico, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal; la muestra estuvo constituida por 200 clientes de la empresa Vulcanogas-Morales. Para efectuar la recopilación de la información requerida, se utilizó la encuesta como técnica y dos cuestionarios como instrumentos, los mismos que fueron evaluados por tres expertos para acreditar su validez y para comprobar su confiabilidad se utilizó coeficiente alfa de Cronbach, Los resultados conseguidos evidenciaron que entre CS y la SC existe relación significativa ($\rho = .000$) y la correlación positiva perfecta ($Rho = .939$), asimismo de acuerdo con la percepción de los consumidores el rendimiento percibido es aceptable en un 60 %, expectativas en un 60% y niveles de satisfacción en un 67%. En conclusión, mientras más esfuerzo realice la empresa por alcanzar la CS, mayor será la complacencia del cliente.

Palabras Clave: calidad de servicio, satisfacción, consumidor.

Abstract

This report was aimed at determining the relationship between quality of service (QS) and consumer satisfaction (CS) of LPG in the company Vulcanogas-Morales, 2022. In order to meet its objective, the study was characterized as basic, quantitative, non-experimental and cross-sectional design; the sample consisted of 200 customers of the Vulcanogas-Morales company. To collect the required information, the survey was used as a technique and two questionnaires as instruments, which were evaluated by three experts to prove their validity and to verify their reliability, Cronbach's alpha coefficient was used, The results showed that there is a significant relationship between CS and CS ($\rho = .000$) and perfect positive correlation ($Rho = .939$), also according to the consumers' perception the perceived performance is acceptable in 60%, expectations in 60% and satisfaction levels in 67%, in conclusion, the more effort the company makes to achieve CS, the greater the customer satisfaction

Keywords: Quality of service, satisfaction and customer.

Introducción

El GLP (gas licuado de petróleo) es un combustible, usado a nivel mundial como fuente de energía de carros, como también para uso doméstico en la preparación de alimentos, calefacción de ambientes y agua (CONUEE, 2015). Según datos del INEI (2018) en el Perú el 75% de los hogares usan gas para cocinar, de los cuales el 57,7 % utiliza únicamente el gas GLP (balón) y en la región San Martín el 63,7% de los hogares usan GLP para cocinar, por lo que la industria de GLP en el país y la región San Martín ha ido en inmutable crecimiento, lo mismo que ha permitido el nacimiento de numerosas empresas que se dedican a la compra y venta de GLP, las cuales buscan crecer en el mercado procurando brindar servicios de calidad que satisfagan las necesidades, expectativas y exigencias de los clientes, dado que los clientes, sus requerimientos, los servicios y productos ofrecidos se han convertido en los protagonistas de la situación económica y financiera de cualquier empresa en todos los países, por la gran interacción existente entre la oferta y demanda de los bienes y servicios que buscan satisfacer las exigencias de los clientes, pues a nivel mundial los servicios generan más de dos tercios del PBI y se han convertido en la mayor fuente de ocupación laboral.

Sin duda la globalización y el progreso tecnológico inciden en el comportamiento exigente de los consumidores, pues hoy en día los clientes demuestran mayor exigencia en sus compras, porque no sólo prefieren precios justos y buena atención, sino también comodidad, trato personalizado y excelente servicio, pues si el cliente no se encuentra satisfecho o convencido con el servicio recibido, la tendencia es que se sentirá incómodo mencionara a otros consumidores su mala experiencia, caso contrario cuando se siente bien atendido, volverá a comprar los productos o servicios y visitará nuevamente la empresa, además recomendará este servicio.

En este sentido, Rojas & Calderón (2021) argumentan que a medida que las organizaciones enfrentan nuevas habilidades requeridas por los mercados globales, la apertura y el avance de la tecnología requiere una mayor disposición a persistir en la presencia de capital humano adecuado, que pueda estar disponible en lugares y horarios específicos. Aunado a esto, el capital humano tiene una función relevante para lograr las metas planeadas por la gerencia, y requieren de una planeación estratégica que considere todos los recursos disponibles y necesarios de la empresa; entre ellos, los recursos humanos y técnicos así como las áreas de trabajo de manera integrada y sistemática, de esta forma satisfacer las necesidades de los empleados, al mismo tiempo debe transformarse en el mejor servicio a los clientes, en este caso como responsabilidad social interna es manejado (Millones, 2018).

Por lo tanto, las organizaciones en el marco de la complejidad necesitan tener una respuesta efectiva a los requerimientos

de los clientes, impulsando así a las organizaciones realizar mayores esfuerzos que permitan incrementar la calidad de sus servicios (Santa Cruz et al., 2020). Pues de acuerdo con Pino (2018) quienes afirman que, la calidad del servicio al cliente es una de las herramientas más efectivas para lograr la aceptación, por lo cual todas las empresas independientemente del rubro, tamaño, naturaleza y estructura, deben hacer sus mayores esfuerzos por alcanzar este ideal.

Pues las estadísticas muestran que, las empresas que suman sus esfuerzos por brindar una experiencia agradable de compra o adquisición de servicios al cliente, son testigos del incremento de sus ingresos en un 4 y 8%, por sobre el mercado Morales-Sánchez & García-Ubaque (2019). Por otro lado, el 77% de los clientes realiza publicidad boca a boca a favor de la empresa, después de haber visto suplidas sus expectativas de manera favorable (Bus-tamante et al., 2019).

La búsqueda del equilibrio que debe existir entre el intercambio de un bien o servicio por el precio asignado es fundamental en el comercio, por lo la calidad de servicio ha ido evolucionando a través del tiempo y en la actualidad se habla de calidad total, por lo que las empresas se esmeran en alcanzar el perfeccionamiento en sus productos y servicios con la finalidad de cautivar la atención de sus clientes, ofreciéndoles en sus servicios valor agregado y una atención personalizada que supla las expectativas de los consumidores. Sin embargo lo antes mencionado presenta un verdadero reto para las mypes de nuestro país, dado que les resulta dificultoso lograr establecer una óptima relación con sus clientes, lo que provoca descontento e inconformidad y en el peor de los casos lleva a los clientes a buscar otras alternativas

La CS es vista como el compromiso de toda organización por ofrecer a los clientes atributos que aprecian en el servicio que reciben; dado que cuando los clientes reciben un servicio, esperan que sea como se les prometió, entonces pueden satisfacer sus necesidades, si, los servicios superan las expectativas, entonces agregan valor al servicio, esto beneficia la rentabilidad de la empresa, permitiendo alcanzar la satisfacción y fidelización de los compradores.

La SC con un producto o servicio, expresa el criterio sobre la experiencia de compra; actualmente la experiencia declarada es una valoración positiva del servicio o producto recibido la compra, será mayor, indicando claramente que el producto o servicio tiene calidad. La satisfacción se usa con más frecuencia en marketing para medir si los bienes o servicios proporcionados por la empresa cumplen o exceden el punto de vista del cliente. Según Henao (2019) cuando los clientes están satisfechos con su experiencia de compra, regresan a la empresa para repetir o incrementar sus compras, creando un estado de “fidelización del cliente”; Por lo tanto, la CS y la SC mantienen una relación tremendamente estrecha, ya que en el mundo empresarial se con-

sidera que la CS es un factor determinante del éxito, por lo que la satisfacción del cliente es vista como un indicador primordial que ayuda a medir el éxito y la rentabilidad financiera y económica de una empresa.

Por ende la SC, resulta muy importante que los encargados de una organización y los colaboradores tengan conocimiento de cómo se crean las expectativas del cliente, que influye en ellas y cuáles son las ventajas de alcanzar la satisfacción del cliente, de manera que se encuentre sentido a todas las acciones que apuntan al logro de la tan anhelada SC (Afthanorhan et al., 2019).

Lo señalado en los párrafos anteriores, hacen referencia a los esfuerzos que realizan y deben continuar realizando las empresas para permanecer en el mercado empresarial, por lo que la presente investigación hace énfasis en la CS para lograr la SC; por lo que se vio conveniente aplicar el estudio en la empresa Vulcanogas - Morales, la cual basa su actividad económica en la compra y venta de GLP al por mayor y menor en el distrito de Morales - San Martín, la misma que, como toda empresa busca desarrollarse mejor dentro del mercado de hidrocarburos, ya que en este rubro existe baja diferenciación del producto entre distribuidoras, lo cual impide muchas veces que estas empresas logren diferenciarse de su competencia, por lo que mejorar la calidad de su servicio durante todos los procesos que este involucra resulta ser clave en la satisfacción de sus clientes, además hay algo muy cierto en la frase que lo que no se mide y se desconoce no se puede mejorar, por lo que resultó necesario medir la CS y la satisfacción de sus clientes para detectar qué fortalezas y oportunidades tiene la empresa Vulcanogas; es por ello que el presente artículo explica la asociación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del consumidor de la empresa Vulcanogas - Morales, 2022.

Fundamento teórico

Calidad de servicio

Desde hace décadas atrás, diversos autores buscaron medir la CS y a partir de ello plantearon modelos de medición desde su propia perspectiva, a continuación se hace referencia a los más significativos: modelo de la imagen de Grönroos (1978) quien señala que la imagen corporativa influye en la experiencia de calidad, así como también la calidad técnica que guarda relación con lo que el comprador recibe y la calidad funcional en como el consumidor recibe el servicio, es decir como es tratado. También está el modelo SERVQUAL planteado por Parasuraman et al. (1985) el cual inicialmente media esta variable mediante diez dimensiones y posterior a un estudio la redujeron a cinco, la cual es actualmente utilizada en diversos estudios, dicho modelo plantea que la CS es el la diferencia entre lo esperado y percibido por el cliente referente al servicio obtenido.

De acuerdo con Zygiaris et al.(2022) la CS radica en cumplir o superar las expectativas creadas por el cliente antes de recibir el servicio, de lo cual depende el éxito de un negocio, el número de clientes, su fidelización e incluso las referencias a otros consumidores. De igual manera, para Afthanorhan et al.(2019) es el conjunto de estrategias y tareas que tienen como propósito optimizar la atención de los clientes y consumidores. Asimismo, Diaz et al (2022) señala que la CS es vista como el esfuerzo y la disposición por conseguir o superar las expectativas de los clientes mediante el compromiso integrado de la organización, centrándose en disminuir al máximo los errores en todos los procesos que involucran la entrega del servicio.

Asimismo, se considera que la diferencia existente entre las expectativas que tuvo el usuario precedentemente de recibir el servicio y el discernimiento que experimenta posteriormente a haberlo recibido; es la que se define como CS desde la percepción del usuario (Vidal-Gadea et al., 2018), de la misma forma, cumplir con las necesidades, expectativas y tener al usuario satisfecho es el propósito de las empresas en el actual mundo empresarial (Rivera et al., 2020).

Como lo mencionan Alonso & Salazar, (2016) la calidad se ha transformado en un menester indispensable de los servicios para todos los clientes de las empresas y en especial para los del sector de hidrocarburos, ya que estos requieren muchos cuidados en sus procesos de envase, transporte almacenamiento y entrega.

La calidad del servicio de GLP está relacionada con la calidad del producto recibido por el cliente, como también con la calidad de la atención brindada a los usuarios y los procedimientos comerciales, realizado entre empresas y usuarios, relacionado con las venta de gas de petróleo licuado. El proceso de negocio incluye todas las conexiones hechas entre las empresas y usuarios, como delivery, atención de urgencias, etc.

Por otro lado, la calidad implica crear o producir un excelente producto o servicio que sea diferente al de otras empresas, lo cual le dará un valor agregado, pues se trata de ofrecer a los usuarios lo que ellos esperan realmente, teniendo como finalidad alcanzar su ideal (Morvelí & Boluarte, 2021).

En relación con las ventajas que brinda la CS a una organización, Torres et al. (2019) mencionan que la manera en que se proporcionan los servicios afecta a la naturaleza de la relación entre una organización y sus clientes, lo que repercute directamente en su imagen. Estas relaciones no deben ser casuales, pues es la principal tarea de las altas gerencias de la organización trasladarlas a la parte operativa, ya que los colaboradores son los que están en constante contacto con los clientes y la imagen que creen será la que el cliente perciba de la organización, pues en un contexto muy competitivo y con consumidores que tienen a su

alcance mucha información, la calidad se convierte en un factor fundamental en el éxito de una empresa, por tal razón las empresas al realizar sus actividades, buscan la calidad, la misma que es percibida por el cliente al obtener el resultado global (Demarquet & Chedraui, 2022).

Con el transcurrir de los años las empresas han realizado incansables esfuerzos por comprender a cabalidad la manera en que los clientes aprecian la CS es una clara evidencia de ello es que en Latinoamérica las empresas están innovando en la forma de brindar a los usuarios sus servicios (Teran et al., 2021). Pues bien, según varios autores, la percepción, es un proceso cognitivo que realiza el cliente para seleccionar, organizar e descifrar la información recogida mediante su experiencia de adquisición de servicio, lo cual le lleva a crear un panorama completo de su nueva experiencia, por lo que la percepción del cliente debe ser considerada en términos de expectativas, así como identificar y determinar cómo lo percibe una persona (Bustamante et al., 2019).

Po otro lado, evaluar la calidad en los servicios, resulta más complicado por el hecho que no se trata de elementos que pueden ser perceptibles, motivo por el cual las empresas que brindan servicios, están obligadas a prestar mucha atención a las expectativas de sus clientes, puesto que conocer e identificar lo que espera el cliente es considerado como el primer peldaño y sin duda el más complicado, para brindar un servicio que sea considerado por el cliente como de buena calidad (Kumar et al., 2018). Lo cual es contrario a evaluar la calidad de un producto, pues este puede medirse con objetividad mediante métricas como su duración y el número de fallas o defectos que presente; sin embargo la CS es algo fugaz por lo que resulta difícil de medir. Así mismo, para evaluar la CS, se debe analizar y evaluar el proceso completo que comprende el cumplimiento del servicio y no solo el resultado final, dado que el cliente en la actualidad valora mucho la interacción que tuvo con el colaborador que le atendió, pues en gran parte la atención recibida define mucho la experiencia que se llevará el cliente al finalizar el proceso de compra (Ilieska, 2013)

Según cifras del CFO Research Services, cuando el capital humano es correctamente gestionado se promueve el 92% de satisfacción con el cliente, dado que los clientes desde siempre han pedido un trato de calidad y una excelente atención al obtener un producto o servicio, así mismo también acompañado por la confiabilidad, calidad, rapidez, precios razonables, y continua innovación, por tal razón las empresas hoy en día se ven obligadas a buscar un sin número de alternativas para satisfacer dichas exigencias que día a día son más estrictas, por la misma competencia que existe en el mercado.

A diario se vuelve más indispensable la calidad de servicios, pues todas las empresas buscan prosperar en el mundo empre-

sarial, siendo conscientes del rol que juega en el éxito que ellas puedan lograr, por lo que la calidad de servicio es considerada ya como una estrategia, y más ahora que el cliente tiende a tener muy elevadas sus expectativas de servicio, pues los clientes consideran y comparan siempre sus experiencias actuales con las experiencias anteriores de compra, todo esto se da gracias a la globalización y la creciente creación de nuevas empresas que buscan diferenciarse.

Dimensiones de calidad de servicio

Para medir la calidad de servicio se ha considerado la teoría de Parasuraman et al.(1985), ya que es la que mejor se adapta a los servicios que brinda una empresa de hidrocarburos, las cinco dimensiones se señalan a continuación:

Confiabilidad: Involucra el cumplimiento del servicio ofrecido al cliente de manera confiable, eficiente y con minuciosidad en el tiempo y condición acordada con el consumidor, por lo que es considerada como la dimensión clave en la determinación de la CS de manera general. Tiene como indicadores, los siguientes: plazos reales, garantía de mercadería y servicio oportuno.

Empatía: Es la forma en que se proporciona el servicio, mediante una atención individualizada a los clientes, donde se facilita el contacto y acceso a la empresa, demostrando compromiso, cortesía, amabilidad, respeto, consideración y voluntad para escuchar al cliente y resolver sus problemas, es decir el nivel de brindar un servicio personalizado, que se adapte a las exigencias de los clientes, pues en esta dimensión se considera que la organización debe capacitar al personal responsable de entregar el servicio, de tal manera que el mismo sea capaz de descubrir y comprender los sentimientos y emociones de los usuarios, generando empatía con ellos, para crear así una experiencia agradable. Tiene como indicadores: atención personalizada, horario de atención y conocimientos del cliente.

Seguridad. En esta dimensión, los clientes entregan sus problemas a la empresa con la confianza de que serán resueltos de la mejor manera posible. Asimismo, también es vista como el nivel de competitividad que tiene la empresa y el responsable de entregar el servicio, teniendo en cuenta las medidas de credibilidad, confianza; buen trato, donde se demuestra amabilidad en todo momento brindándole al cliente credibilidad y sensación de seguridad. Tiene como indicadores: confianza, credibilidad y competencia.

Capacidad de respuesta. Se relaciona con la disposición de ayudar al cliente con rapidez y calidad frente a sus pedidos, quejas, consultas, problemas, etc; esta dimensión resulta muy importante en la SC ya que los clientes lo que menos desean es tener que esperar. Para los compradores, esta dimensión se refleja en el tiempo de espera para recibir una respuesta a su solicitud, así

como en la flexibilidad y capacidad para adaptar y personalizar el servicio a sus necesidades. Tiene como indicadores: plazos de atención, disponibilidad, rapidez, eficiencia y capacitación del personal

Elementos tangibles. Involucra el aspecto o apariencia de las instalaciones, infraestructura, equipos, materiales, mobiliario, colaboradores y elementos de comunicación, es decir la presencia física de la empresa ante la vista del cliente (publicidad). Tiene como indicadores: infraestructura, personal y mobiliario.

Satisfacción del cliente

De igual manera para medir la satisfacción del cliente (SC) se han planteado modelos: modelo de des confirmación de Anderson et al. (1994) quien señala que el desempeño del bien /servicio y el nivel de expectativa del cliente determina la SC. Este modelo señala que los compradores adquieren bienes y servicios basados en sus expectativas precedentes sobre el rendimiento.

Modelo de la disonancia de Festinger (1957) según esta teoría, si existe una brecha entre las expectativas y el desempeño, los consumidores pueden experimentar una disonancia cognitiva cuando el cliente espera un servicio o producto de nivel superior al que recibe.

Modelo del contraste de Yüksel, y Yüksel, (2008), cuando el rendimiento del producto o servicio es inferior a las expectativas del cliente, este exagerará la diferencia o será calificado mucho menor a lo que realmente es.

La SC es considerada como el nivel en que el rendimiento apreciado de un servicio coincide con las expectativas creadas en la mente del cliente antes de efectuar la compra, y si el producto no funciona como se esperaba, el comprador estará insatisfecho (Zárraga et al., 2018). Así mismo, para Ramírez-Asís et al., (2020) es atribuida a las impresiones del cliente respecto a la complacencia alcanzada por los servicios prestados de parte de un proveedor, la misma alcanza un gran impacto en la intención de repetir la compra. También, es considerada como una medida de la manera en que los consumidores responden a un servicio o producto específico, las calificaciones realizadas son referencias para mejorar los servicios que se les prestan y también para conocer mejor sus necesidades (Hernon et al., 2017). Según, Su-ciptawati et al. (2019) es la consecuencia de la suma de todos los esfuerzos realizados por cada área y colaborador de la empresa a fin de conseguir la calidad, dado que los clientes buscan servicios y productos que estén a la altura de sus expectativas, muchas veces estas expectativas pueden ser especificadas por el cliente y en otros casos de acuerdo a la experiencia la empresa y sus colaboradores lo asumen, pero cualquiera que sea el caso, si o si, es el cliente quien determina si el servicio es aceptable o no; del mismo modo, Pangeiko & Romeo (2022) señala que la SC es un

indicador que permite medir, conocer y analizar cuan satisfechos se encuentran los clientes con el servicio que reciben.

Las organizaciones con fines de lucro manifiestan con mayor intensidad su interés en satisfacer necesidades de sus usuarios, los mismos que están dispuestos en adquirir sus servicios a cambio de efectivo (Viña, 2005); pues se considera que la satisfacción es una respuesta agradable y positiva, la cual surge posterior al consumo del bien o servicio, por ende es vista como un estado emocional producido en respuesta a la apreciación del servicio o producto (Dos Santos, 2016). por otro lado en el aporte realizado por Calvo Pérez & Landa Reto (2019) la empresa puede reducir su presupuesto en publicidad al mantener al cliente satisfecho, ya que cuando se logra la satisfacción del cliente, se asegura la tendencia de repetir la compra y además los mismo realizan publicidad de boca a oreja; similar a lo que mencionan Mejias et al. (2020), la SC influye de manera positiva en la situación económica y financiera de las organizaciones, lo cual es contrario en el caso de tener clientes insatisfechos, ya que los usuarios al recibir un servicio considerado insuficiente de acuerdo a su percepción, lo difunden en un promedio de 15 a 20 personas y en la actualidad hay un mayor impacto negativo en el caso de darse la insatisfacción, ya que mediante una publicación por redes sociales, el alcance sería mayor.

De acuerdo con (Nápoles-Nápoles et al., 2016) el proceso de satisfacer a los clientes externos inicia con satisfacer las necesidades de los clientes internos; pues, si ellos si reciben todos los servicios de la calidad que necesitan, estarán dispuestos y motivados para ofrecer un servicio de calidad a los clientes externos, y por ende el nivel de clientes satisfechos incrementará y mostrarán interés por regresar a repetir o incrementar su compra. Esta predisposición no solo se muestra hacia la empresa o la marca, sino también a los distribuidores que prestan el servicio (Calvo Pérez & Landa Reto, 2019).

Con la intención de mejorar la SC, una empresa debe tener muy claras las características que la diferencian de los demás y a la vez que le permita al cliente valorarla como tal, y para tener claras sus características debe buscar herramientas que le permitan medir cada componente de valor, es decir producto, servicio y precio, así como también expectativas, percepciones de desempeño y percepciones de importancia (Supriyanto et al., 2021). Según Kotler & Armstrong, (2013) las empresas que ponen especial interés a sus consumidores, convierten a la satisfacción del cliente en una herramienta poderosa, que le juega a favor, ya que en la actualidad es muy fácil que el usuario insatisfecho lo difunda y comente a una población muy extensa con una rapidez impresionante.

Para alcanzar la satisfacción del cliente en muy necesario tener en cuenta los precios, los cuales deben ser accesibles para el segmento de clientes al cual se dirige la empresa, por otro lado

está la presentación del personal, y al hablar de presentación nos referimos al aspecto físico o vestimenta, sino al conjunto de características que hacen que un colaborador logre demostrar empatía y una experiencia grata al cliente, seguidamente está la rapidez para atender, ya que en la actualidad todos valoramos mucho el tiempo y buscamos una atención eficiente (Santa Cruz et al., 2020).

Cuando un individuo descubre que sus necesidades y expectativas fueron satisfechas en una empresa, vuelve a repetir su experiencia de comprar, es allí cuando la empresa gana su lealtad como un beneficio y, por lo tanto, tiene el potencial de venderle los mismos productos u otros en el futuro. Así mismo, la empresa obtiene una publicidad gratuita por parte del cliente satisfecho a sus familiares, amigos y conocidos, ya que los clientes satisfechos tienden a contar sus experiencias positivas a otros con respecto al producto o servicio que recibió. Por otro lado, es muy probable que los clientes satisfechos abandonen su anterior proveedor de productos o servicios y en consecuencia, la empresa gana nuevos clientes (Millones, 2018)

Según (Kotler & Armstrong (2013) la SC es el nivel emocional del comprador al comparar el desempeño percibido de los productos o servicios adquiridos con sus expectativas.

Dimensiones de satisfacción del cliente.

Rendimiento percibido. Es considerado como el “resultado” que el comprador “percibe” haber conseguido posteriormente de la experiencia en la adquisición del producto o servicio, cabe recalcar que el rendimiento percibido es complejo de ser determinado por el cliente, además que esta profunda investigación inicia y termina en el cliente.(Millones, 2018).El rendimiento percibido presenta los siguientes rasgos; el cliente llega a una conclusión después de adquirir el producto o servicio, las opiniones son tomadas desde la percepción del cliente, mas no de la realidad en muchos casos y orientadas en los sentimientos y valoraciones del cliente. Tiene como dimensiones identificación de la empresa, desempeño del personal, instalaciones y forma de trabajo.

Expectativas. Vienen a ser las ilusiones que el cliente tiene o se crea en relación a lo que espera recibir, las mismas que dependen de cuatro factores: promesas de la propia empresa que brinda el producto o servicio, experiencias de compras anteriores, opiniones de otras personas y promesas de la competencia. Cuando el cliente satisface sus deseos mediante la compra o adquisición de cierto producto o servicio, hablamos del cumplimiento de expectativa (Millones, 2018). Tiene como dimensiones: conformi-

dad con el servicio, valoración del esfuerzo, servicio esperado, facilidades para el servicio y responsabilidad.

Niveles de satisfacción. Son los grados de satisfacción que una persona percibe posterior a la experiencia de compra o adquisición de un producto o servicio. los compradores perciben cualquiera de los siguientes tres niveles de satisfacción (Millones, 2018):

Insatisfacción: Se da cuando el cliente recibe el producto o servicio y sus expectativas no son satisfechas. Satisfacción: Es el nivel de cumplimiento de las expectativas que tenía antes de conseguir el bien o servicio y Complacencia: Se logra en el momento en que el servicio o producto excede a las expectativas que el cliente tenía en un inicio. Tiene como indicadores: precio, servicio recibido, horarios y tiempo de entrega, cortesía y amabilidad, facilidades y modalidades de pago.

Metodología

La presente indagación se caracteriza por ser de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo básico, un diseño transversal no experimental y de alcance explicativo, ya que los métodos cuantitativos se usan para contrastar hipótesis (Cienfuegos & Cienfuegos, 2016). Es de tipo descriptivo básico porque solo describió, registró y analizó características de las variables. Es un diseño no experimental, pues al recoger los datos no se manipularon las variables y es transversal porque se recopiló datos de la muestra seleccionada en un solo momento determinado (Ato et al., 2013).

Población

La población total de la investigación estuvo comprendida por 200 clientes de la empresa Vulcangas. Para los criterios de inclusión se consideró a los clientes que se encontraban registrados en la base de datos de la empresa, sean clientes por más de un año y frecuentes en su compra.

Muestra

En el informe la muestra estuvo compuesta por 200 clientes de la empresa Vulcanogas, es decir la totalidad de la población, la misma que se eligió mediante muestreo no probabilístico, es decir de acuerdo al juicio del investigador (López, 2004).

Instrumentos

Se usó en la investigación el cuestionario como instrumento y la entrevista como técnica de recolección de datos, siendo el cuestionario un cumulo de ítems que guardan relación con la variable o variables que se pretender medir en el estudio (Sánchez et al., 2021).

Para medir ambas variables se empleó los cuestionarios elaborados por Parasuraman et al. (1985) que consta para la primera variable, 22 ítems de respuesta múltiple, con la escala de medición Likert del 1 al 5, donde 1 es el mínimo y 5 el máximo. Los cinco primeros ítems son para la dimensión confiabilidad, del seis al nueve son para la dimensión capacidad de respuesta, del diez al catorce son para la dimensión empatía, del quince al dieciocho son para la dimensión seguridad y del diecinueve al veintidós son para la dimensión elementos tangibles. Para la segunda variable el cuestionario cuenta con 17 ítems de respuesta múltiple, con la escala de medición Likert. Para la dimensión rendimiento percibido consta de seis ítems y para la dimensión expectativa cinco ítems y para la dimensión niveles de satisfacción seis ítems.

Validez y confiabilidad de los instrumentos.

Los instrumentos fueron analizados y validados por tres expertos, para ser aceptados; los tres profesionales son expertos en investigación científica y con amplia experiencia en el área de investigación, los cuales examinaron la relevancia y claridad de los instrumentos. Así mismo se sometió los cuestionarios al coeficiente alfa de Cronbach para conocer su fiabilidad, donde se evidenció $\alpha = .843$ para calidad de servicio y $\alpha = .895$ para satisfacción del consumidor (Cascaes et al., 2018).

Procedimiento

Como primer paso se ha identificado a la empresa y se ha emitido una carta de presentación y solicitud con la finalidad de tener los permisos necesarios de la empresa Vulcanogas Morales y tener acceso a la base de datos de sus clientes y emplear los cuestionarios elaborados para la recopilación de datos. Luego, con los datos que fueron obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de manera virtual, seguidamente se procedió a procesar la información por medio de la tabulación en una hoja Excel, seguidamente se aplicó el programa SPSS y a través del método estadístico que corresponda se ha medido la asociatividad entre las variables. Finalmente, se presentaron cada uno de los resultados, respondiendo de esta manera a cada objetivo planteado.

Método de análisis

En el presente estudio, debido a sus características metodológicas fue necesario la empleabilidad del método descriptivo que ha permitido el análisis de la realidad de ambas variables en la empresa Vulcanogas Morales, las mismas que fueron presentadas en tablas de frecuencias y porcentajes Asimismo, se utilizó el método inferencial que permitió resolver el objetivo general y los objetivos específicos buscando de esta manera conocer el grado de relación entre ambos con ayuda del programa estadístico SPSS

Resultados

En el presente apartado se presentan los principales hallazgos de la investigación, tanto descriptivos como inferenciales, los mismos que responden a los objetivos generales y específicos planteados anteriormente.

Resultados descriptivos

Tabla 1

Análisis descriptivo de calidad de servicio

Variable			Dimensiones									
Calidad de servicio			Confiabilidad		Capacidad de respuesta		Empatía		Seguridad		Elementos tangibles	
Niveles	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
me-dio	70	35	40	20	66	33	40	20	96	48	80	40
alto	130	65	160	80	134	67	160	80	104	52	120	70

Total	200	100	200	100	200	100	200	100	200	100	200	100
-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

En la tabla 1, se evidencia que la calidad de servicio en la empresa Vulcanogas es alta en un 65% desde la perspectiva de los clientes, de igual manera las dimensiones, confiabilidad alta en un 80%, capacidad de respuesta alta en un 67%, empatía alta en un 80%, seguridad alta en un 52% y elementos tangibles alta en un 70%.

Tabla 2

Análisis descriptivo de satisfacción del cliente

Variable			Dimensiones					
Satisfacción del cliente			Rendimiento percibido		Expectativas		Niveles de satisfacción	
Niveles	F	%	F	%	F	%	F	%
medio	72	36	48	24	66	33	50	25
alto	128	64	152	76	134	67	150	75
Total	200	100	200	100	200	100	200	100

En la tabla 2, se aprecia que la satisfacción del cliente en la empresa Vulcanogas 2022 es alto en un 64 % desde la perspectiva de los clientes, de igual manera se presenta las dimensiones de la variable, donde el rendimiento percibido es alto en un 76%, del mismo modo las expectativas son altas en un 67% y finalmente los niveles de satisfacción es alto en un 75%.

Resultados inferenciales

Tabla 3

Correlación de variables

	Satisfacción del cliente		
Calidad de servicio	N	Rho	P
	200	.939	.000

En la tabla 3 se aprecia que existe relación significativa entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente pues el $\rho = .000$ (Martinez et al., 2009) y un $Rho = .939$ que nos indica que la relación es positiva perfecta entre ambas variables, lo cual significa que cuanto más efectivas sean las estrategias de calidad de servicio, mayor será el nivel de satisfacción en los clientes de la empresa Vulcanogas – Morales.

Tabla 4

Correlación entre las dimensiones de la primera variable y la satisfacción del cliente.

Satisfacción del consumidor			
	N	Rho	ρ
Confiabilidad	200	.904	.000
Capacidad de respuesta	200	.931	.000
Empatía	200	.944	.000

Seguridad	200	.426	.000
Elementos tangibles	200	.412	.000

La tabla 4 deja en evidencia que existe relación significativa entre la confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y elementos tangibles dimensiones con la satisfacción del cliente ($\rho = .000$) (Martinez et al., 2009); con un Rho = .904; .931; .944 en el mismo orden, lo que indica que existe una relación positiva perfecta entre las tres primeras dimensiones y la satisfacción del consumidor y un Rho = .426 y .412 para las dimensiones seguridad y elementos tangibles en la satisfacción del consumidor, lo cual señala que existe correlación positiva moderada (Mondragón, 2014)

Discusiones

En el presente apartado se contrastan los resultados obtenidos en el estudio con las de otros autores que aportaron teórica y metodológicamente a las variables estudiadas. En cuanto al principal propósito señalado en el estudio, que fue determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor de GLP Vulcanogas – Morales, donde se aplicó el coeficiente Rho Spearman, el mismo que evidenció que existe relación entre la ambas variables, pues el $\rho = .000$ y un Rho = .939 indicando que la relación es positiva perfecta, similar al estudio realizado por Vigo (2020), quien en su investigación concluyó que es importante considerar que, la percepción de los clientes puede variar al recibir el servicio de otras empresas, por lo cual es necesario que la empresa constantemente busquen innovar en cuanto a la manera de entregar los servicios. De igual manera Morocho & Burgos (2018) en su investigación de acuerdo a su resultado llego a concluir que mediante una mejor atención al cliente se puede lograr la satisfacción del mismo, además que la CS es una extraordinaria herramienta para la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa.

Con el respaldo de los resultados, antecedentes y bases teóricas estudiadas, se puede afirmar que la CS es una valiosa estrategia que no debe ser descuidada y menos tomada a la ligera, más bien día a día se debe buscar implementar estrategias que la fortalezcan, dado que está estadísticamente comprobado que influye y se relaciona con la satisfacción del cliente. Así mismo, cabe resaltar que la satisfacción no es perdurable en la actualidad, ya que puede verse modificada por la misma competencia que existe.

En relación al primer propósito específico que consistió en determinar la relación existente entre fiabilidad y satisfacción de los consumidores de GLP en la empresa Vulcanogas, se encontró que existe una relación significativa ($\rho = .000$) entre la dimensión y la variable, la que a la misma vez es positiva perfecta (Rho = .904) lo que evidencia que los consumidores de la empresa Vulcanogas, están totalmente de acuerdo con la confiabilidad, ya que un 56% afirmó estar totalmente de acuerdo con la confiabilidad brindada por la empresa. Lo cual guarda relación con el estudio realizado por Vigo (2020) quien, en su artículo, considerando sus resultados, afirma que para lograr una buena satisfacción del cliente es necesario aplicar las políticas establecidas en la empresa para cada uno de los procesos, de tal manera que se genere fiabilidad en los consumidores. De igual manera Campos (2019) en su investigación señalo que la información precisa y el cumplimiento del tiempo de entrega acordado inciden en la satisfacción del cliente. En relación a los resultados obtenidos en la presente investigación y así mismo las de otros investigadores, podemos decir que la fiabilidad es clave para la determinación de la calidad, pues está guarda relación con el cumplimiento del servicio ofrecido al cliente de manera confiable, eficiente y con minuciosidad en el tiempo y condición acordada con el consumidor.

Respecto al segundo objetivo específico que estuvo direccionado a determinar la relación entre capacidad de respuesta y la satisfacción en los consumidores de GLP de la empresa Vulcanogas, se encontró que existe relación significativa ($\rho = .000$) la cual es positiva muy fuerte (Rho = .931); lo que indica que la empresa viene usando estrategias que satisfacen las expectativas de los consumidores, pues un 60% manifestó estar totalmente de acuerdo con la capacidad de respuesta. Lo cual guarda relación con un estudio realizado por Vigo (2020) quien en su informe señaló que en muchas oportunidades el cliente siempre espera y exige cada vez más, por ello la satisfacción estará relacionada con la oportuna atención de los colaboradores. Teniendo en cuenta los resultados anteriores se evidencia que la capacidad de repuesta influye en la satisfacción de los clientes, pues tiene que ver con la disposición y rapidez que tienen los colaboradores de la empresa en atender al cliente.

En relación al tercer objetivo que busca determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del consumidor de la empresa Vulcanogas, los resultados demostraron que existe relación ($\rho = .000$) la cual es positiva muy fuerte (Rho = .944) entre la empatía y la satisfacción, lo que guarda relación con el estudio de Cervantes-chan et al., (2021) quienes de acuerdo con los resultados obtenidos concluyen que la empatía proyecta la imagen de la empresa en los clientes, la misma que depende en gran medida del trato que los encargados de la empresa brinden a sus colaboradores; así mismo para Vigo (2020) es necesario que la empresa brinde atención per-

sonalizada donde el cliente sienta que son empáticos con él, lo cual influirá en su satisfacción. Dado que la empatía está relacionada con brindar servicio personalizado y la capacidad de descubrir y comprender los sentimientos y emociones de los usuarios, generando empatía con ellos, para crear así una experiencia agradable en su proceso de adquisición del servicio, es importante la constante motivación y capacitación del cliente interno, respecto a la muestra de empatía con los usuarios.

En relación al cuarto objetivo específico, se encontró que existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del consumidor ($p = .000$) la misma que es positiva moderada ($Rho = .426$), pues un 63% manifestó estar de acuerdo con la seguridad de la empresa Vulcanogas. Resultados similares obtuvo Rojas, (2018) quien de acuerdo a sus resultados señala que el hecho de contar con instalaciones que brinden tranquilidad y seguridad al cliente, también influye en su complacencia; de igual manera, para Vigo (2020) la seguridad se relaciona con el grado de credibilidad que la empresa ha logrado en el cliente, lo cual le da credibilidad, prestigio y demuestra profesionalismo a los clientes, lo cual influye en la satisfacción; por otro lado los resultados anteriores difieren con Aguirre (2018) quien en su investigación realizada no encontró relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente. De acuerdo con los antecedentes y los resultados obtenidos, la seguridad demuestra el nivel de competitividad que tiene la empresa y el responsable de entregar el servicio, teniendo en cuenta las medidas de credibilidad y confianza; así mismo el buen trato, donde se demuestra amabilidad por parte de los colaboradores de la organización crea en el cliente credibilidad y sensación de seguridad.

En relación al quinto objetivo específico, se evidenció que existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del consumidor ($p = .000$), la cual es positiva moderada ($Rho = .412$), pues un 71% de los consumidores manifestó estar de acuerdo con los elementos tangibles de la empresa Vulcanogas, los mismos que son similares a los resultados obtenidos por Crispin et al. (2020) por lo que afirma que una infraestructura que inspire confianza tendrá incidencia en la complacencia del cliente, asimismo, Rojas (2018) señala que las instalaciones que brindan tranquilidad y los colaboradores que se identifican con la empresa tanto con la indumentaria y reflejando principios en todas las acciones que conciernen a la atención del usuario son aceptables por los clientes de manera positiva. De acuerdo con los resultados anteriores, los elementos tangibles juegan un rol importante en la complacencia del consumidor, ya que estos guardan relación con el aspecto físico, instalaciones físicas, infraestructura, equipos, materiales, equipos, mobiliario, colaboradores y elementos de comunicación.

Dentro de las limitaciones, se consideró no haber podido trabajar con una mayor muestra, de manera que el estudio pueda ser generalizado a una población mucho más grande, también como limitante estuvo el tiempo de presentación del artículo, el contacto con las unidades de estudio. Y como fortalezas se consideró la gran cantidad de material bibliográfico respecto a las variables estudiadas y el apoyo de la empresa para la aplicación de la investigación; por lo que se recomienda a futuros investigadores replicar el estudio de las variables en otras poblaciones con características diferentes.

Conclusiones

Después de haber analizado los resultados obtenidos en la investigación se concluye que la calidad de servicios es un factor determinante en la satisfacción de los clientes de las empresas de hidrocarburos; pues estas demandan mucho cuidado en cada uno de los procesos de pre y post venta, ya que se trata un producto que requiere de suma garantía para el cliente como también el lugar donde se almacena y es allí donde resulta relevante la dimensión seguridad de la variable CS.

De igual manera el cumplimiento de plazos de entrega, servicio oportuno, la garantía brindada por la empresa, la atención, disponibilidad, rapidez y preparación del personal de la empresa, como la empatía, la confianza, credibilidad, competencia, infraestructura, el personal y equipos de la empresa inciden en la satisfacción del cliente.

Referencias Bibliográficas

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), 13-24. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.11.004>
- Aguirre, Y. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa multiservicios & llantas Beda. Universidad de Huánuco.
- Alonso, V., & Salazar, J. (2016). Calidad en Servicios: Menester de cambio en organizaciones hospitalarias yucatecas. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 3(5), 2016. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/568>
- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en Psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059.
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos De La Calidad De Servicio, El Modelo Servqual. *Revista Empresarial*, 13(2), 1-1. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/159>
- Calvo Pérez, C., & Landa Reto, A. (2019). Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante Tao. Universidad de Piura, 117. https://pirhua.udpe.edu.pe/bitstream/handle/11042/4179/AE_318.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Campos, C. (2019). La calidad de servicio y la Fidelización del Cliente en el Colegio San Martín de la Asociación Educativa Adventista [Universidad Peruana Unión]. En Universidad Peruana Unión. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2965>
- Cascaes, F., Gonçalves, E., Valdivia, B., Bento, G., Da Silva, T., Soleman, S., & Da Silva, R. (2018). Estimadores De Consistencia Interna En Las Investigaciones En Salud: El Uso Del Coeficiente Alfa. *Rev Peru Med Exp Salud Publica*, 32(1), 129-138.
- Cervantes-chan, C., Lara-lópez, H., & Gómez - Xul, G. (2021). Empatía y calidad de servicio. "Papel clave en las emociones positivas en equipos de Trabajo". *Digital Publisher*, 1(dic), 147-158. https://www.google.com/search?q=empatia+y+la+satisfaccion+del+cliente.+articulos+cientifico&ei=yLy8YpWQOKbM5OUP0cGVmAU&oq=empatia+y+la+satisfaccion+del+cliente.+articulos&gs_lcp=Cgndnd3Mtd2l6EAEYADIFCCEQoAE6BwgAEEcQsAM6BwghEAoQoAFKBAhBGABKBAhG-GABQ0ANYxRRg4
- Cienfuegos, M., & Cienfuegos, A. (2016). The quantitative and qualitative in research. Support for its teaching. *A. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13), 15-36. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672016000200015&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- CONUEE. (2015). Gas Licuado De Petróleo (Gas Lp/Glp). <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/94616/gasLP.pdf>
- Crispin, J., Torero, N., & Martel, C. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los bancos privados. *Desafíos*, 11(2), 147-155. <https://doi.org/10.37711/desafios.2020.11.2.212>
- Demarquet, M., & Chedraui, L. (2022). Percepcion de la calidad de servicio y satisfaccion del consumidor en la camara del comercio Guayaquil. *Res Non Verba*, 12(1), 90-106. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/677>
- Diaz, N., Alarcón, N., & Ganga, F. (2022). Percepción de la calidad de servicio del transporte marítimo en la patagonia Chilena. *Investigación y Negocios*, 15(25).
- Dos Santos, M. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la educación superior*, 45(178), 79-95. <http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v45n178/0185-2760-resu-45-178-00079.pdf>
- Henao, L. (2019). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y Administración*, 65(3), 186. <https://doi.org/10.22201/>

fca.24488410e.2020.2318

- Hernon, B., Nitecki, D., & Altman, E. (2017). Service quality and customer retention. *Proceedings - Annual Meeting of the Decision Sciences Institute*, 1(1), 2303-2308.
- Ilieska, K. (2013). Importance of Customer Satisfaction - as a Base for Strategic Marketing Management. *TEM Journal*, 2(4), 327-331.
- INEI. (2018). Hogares en viviendas particulares censadas con ocupantes presentes, según combustible que utilizan para cocinar los alimentos. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1538/parte03.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. En P. Education (Ed.), *Entelequia: revista interdisciplinaria* (11.ª ed., Vol. 4, Número 3). [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos del Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Kumar, A., Kumar, A., Lata, C., Kumar, S., Mangalassery, S., Singh, J. P., Mishra, A. K., & Dayal, D. (2018). Effect of salinity and alkalinity on responses of halophytic grasses *Sporobolus marginatus* and *Urochondra setulosa*. *Indian Journal of Agricultural Sciences*, 88(8), 1296-1304.
- López, P. (2004). Población y muestreo. *Epidemiología clínica: investigación clínica*, 1(1), 129-139. <http://www.medicapana-mericana.com/Libros/Libro/3848/Epidemiologia-Clinica.html>
- Martínez, R., Tuya, L., Martínez, M., Pérez, A., & Cánovas, A. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2).
- Mejías, A., Godoy, E., & Piña, R. (2020). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Industrial Data*, 22(2), 18. <https://www.redalyc.org/journal/880/88055200020/html/>
- Millones, P. (2018). Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado. En Repositorio Institucional PIRHUA. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1233/ING_479.pdf?sequence=1
- Mondragón, M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento Científico*, 8(1), 98-1047.
- Morales-Sánchez, L., & García-Ubaque, J. (2019). Calidad percibida en el servicio del sistema público de salud de Bogotá. *Revista de Salud Pública*, 21(1), 128-134. <https://doi.org/10.15446/rsap.v21n1.83138>
- Morocho, T., & Burgos, S. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 5(1), 22-39. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1279
- Nápoles-Nápoles, Y., Tamayo-García, P., & Moreno-Pino, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Ciencias Holguín*, 22(2), 1-16. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181545579003%0ACó-mo>
- Pangeiko, J., & Romeo, A. (2022). The Impact of Quality Service on Customer Satisfaction in the Banking Sector amidst Covid-19 Pandemic: A Literature Review for the State of Current Knowledge. *the International Journal of Management Science and Business Administration*, 8(3), 31-38. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.83.1004>
- Parasuraman, V., Zeithaml, L., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.1128/jb.124.3.1269-1272.1975>
- Pino, J. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los principales restaurantes del distrito de Juliaca. *Universidad Nacional del Antiplano*.
- Ramírez-Asís, E., Maguiña Palma, M., & Huerta-Soto, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *Retos*, 10(20), 329-343. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>
- Rivera, M., Huaman, V., Echegaray, G., & Nin, O. (2020). La calidad de servicio de las empresas prestadoras de servicio y la

s sofisticación en los usuarios , en el distrito de Tambopata. *Revista de investigaciones empresariales*, 1(2), 72-77. <http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/485/004-3-10-012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rojas, C., & Calderón, P. (2021). Manejo adecuado de la atención al cliente para lograr satisfacción y fidelidad. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(11), 44-61. <https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id91>
- Rojas, G. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la librería Servicio Educativo Hogar y Salud (SEHS) sede Tarapoto, 2018. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1605/Grimaldo_Tesis_Maestro_2018.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Sánchez, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Santa Cruz, M., Collantes, Á., & Nauca, E. (2020). Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada. *Sustainability (Switzerland)*, 4(1), 1-9. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>
- Suciptawati, N., Paramita, N., & Aristayasa, I. (2019). Customer satisfaction analysis based on service quality: Case of local credit provider in Bali. *Journal of Physics: Conference Series*, 1321(2). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1321/2/022055>
- Supriyanto, A., Wiyono, B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Teran, N., Gonzáles, J., Ramirez-López, R., & Palomino, G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184-1197. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Torres, O., Chuga, J., & Cazar, A. (2019). Atención al cliente: un análisis al servicio que brindan los restaurantes en la ciudad de Ibarra - Ecuador. *Ciencia, Tecnología e Innovación*, 3(1), 1-14. <https://www.semanticscholar.org/paper/Atención-al-cliente%3A-un-análisis-al-servicio-que-en-Torres-Chuga/dc6d3bf7574682c8a08a771e0734c179dfeed7a9?p2df>
- Vidal-Gadea, A., Bainbridge, C., Clites, B., Palacios, B., Bakhtiari, L., Gordon, V., & Pierce-Shimomura, J. (2018). Response to comment on “Magnetosensitive neurons mediate geomagnetic orientation in *Caenorhabditis elegans*”. *eLife*, 7(1), 1-12. <https://doi.org/10.7554/eLife.31414>
- Vigo, J. (2020). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos en Pascamayo. *Revista Ciencia y Tecnología*, 16(2). <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA635560504&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=18106781&p=IFME&sw=w&userGroupName=anon~5fe138ad>
- Viña, V. (2005). Redalyc.Satisfacción del cliente, calidad y evaluación: un análisis crítico. *Revista del CLAD reforma y democracia*, 32, 1-13.
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La Satisfacción del Cliente basada en la Calidad del Servicio a través de la Eficiencia del Personal y Eficiencia del Servicio. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 7, 46-65. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637968306002>
- Zygiaris, S., Hameed, Z., Alsubaie, M., & Rehman, S. (2022). Service Quality and Customer Satisfaction in the Post Pandemic World: A Study of Saudi Auto Care Industry. *Frontiers in Psychology*, 13(March), 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.842141>



BASE MILITAR ESTADOUNIDENSE DE MANTA Y LA INFLUENCIA DE SU INSTALACIÓN Y RETIRO EN LA PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES ECUATORIANOS

U.S. MILITARY BASE IN MANTA AND THE INFLUENCE OF ITS INSTALLATION AND WITHDRAWAL ON THE PERCEPTION OF THE ECUADORIAN INHABITANTS

Sonia Cecilia Borja Torresano.

<https://orcid.org/0000-0003-2206-1536>. Universidad de Guayaquil. soniacbt85@gmail.com.

Magíster en Educación Superior Investigación e Innovaciones Pedagógicas, Bachelor Of Science In Business: General Business.

Docente e Investigadora Universidad de Guayaquil.

Recibido: Marzo 20, 2023

Aceptado: Abril 13, 2023

Resumen

La teoría de las relaciones internacionales estudia las distintas corrientes de pensamiento que buscan brindar una visión sobre las relaciones internacionales como disciplina integrada dentro de la ciencia económica y política. El presente artículo analiza, desde dicha teoría, la política exterior de instalación y retiro de la base militar estadounidense de Manta y la manera cómo influyó en la percepción de los habitantes ecuatorianos. Inicia explicando la soberanía de estado como elemento clave de relaciones internacionales asociada a la instalación y retiro de la mencionada base; y luego describe la opinión pública derivada de la firma del convenio de cooperación entre Ecuador y Estados Unidos sobre instalación y retiro de la base militar Manta. Se trata de una investigación con enfoque cualitativo, basada en la revisión de documentos bibliográficos y en datos suministrados por medios de comunicación. Para obtener información sobre la opinión pública se realizó una entrevista no estructurada aplicada a expertos en relaciones internacionales, política y economía, así como, a profesionales de la comunicación social. Los resultados muestran que la motivación de Estados Unidos por instalar bases militares en países suramericanos era, inicialmente, la seguridad mundial, el apoyo bilateral, la lucha contra el terrorismo, y el control del narcotráfico, sin embargo, la opinión pública generalizada apunta hacia el hecho de que el establecimiento de bases militares está relacionado con otros intereses egoístas como el acceso a recursos naturales; además, según su percepción, provoca violación de derechos humanos y pérdida de soberanía.

Palabras Clave: Base Militar Estadounidense, Soberanía, Derechos Humanos, Percepción pública, Base Militar en Manta

Abstract

The theory of international relations studies the different currents of thought that seek to provide a vision of international relations as an integrated discipline within economic and political science. This article analyzes, from said theory, the foreign policy of installation and withdrawal of the US military base in Manta and the way in which it influenced the perception of the Ecuadorian inhabitants. It begins by explaining state sovereignty as a key element of international relations associated with the installation and withdrawal of the aforementioned base; and then it describes the public opinion derived from the signing of the cooperation agreement between Ecuador and the United States on the installation and removal of the Manta military base. It is a research with a qualitative approach, based on the review of bibliographic documents and data provided by the media. To obtain information on public opinion, an unstructured interview was carried out applied to experts in international relations, politics and economics, as well as to professionals in social communication. The results show that the motivation of the United States to install military bases in South American countries was, initially, world security, bilateral support, the fight against terrorism, and the control of drug trafficking, however, general public opinion points towards the fact that the establishment of military bases is related to other selfish interests such as access to natural resources; In addition, according to their perception, it causes violation of human rights and loss of sovereignty.

Key Words: U.S. Military Base, Sovereignty, Human Rights, Public Perception, Military Base in Manta

Introducción

Por todo el mundo, existen miles de bases militares extranjeras establecidas en países centrales y periféricos, dirigidas por Rusia, Estados Unidos, Inglaterra, Italia, y China. Estados Unidos, por ejemplo, tiene 737 bases en el extranjero; si a esta cifra se le suman las bases militares situadas en el propio territorio estadounidense, la superficie total ocupada, en todo el mundo es de alrededor de 2.202.735 hectáreas (Gelman, 2007). Por mencionar un ejemplo, sólo en Alemania existen más de 80 bases militares de Estados Unidos y en Japón más de 30; y según Gandásegui (2015), tan sólo en América Latina, Estados Unidos cuenta con 50 bases militares conocidas, y, muy particularmente en el año 2015 aumentó su presencia militar en Honduras, Perú y México.

De acuerdo con el geógrafo canadiense Jules Dufour, Estados Unidos ejerce control sobre 191 gobiernos miembros de la Organización de las Naciones Unidas - ONU. La conquista, ocupación y supervisión de los diferentes lugares a nivel mundial, están hincadas en una red de bases e instalaciones militares que envuelve todo el planeta, incluido continentes, espacio y océanos. Asimismo, información suministrada por C. Johnson, el NATO Watch, y la Red Internacional para la Abolición de las Bases Militares Extranjeras (Red NO-BASES, 2007), revela que Estados Unidos manipula y controla unas 700 u 800 bases militares alrededor del mundo, con presencia de unos 255.065 efectivos militares en más de 150 países; y alrededor de 850.000 edificios y equipamientos diferentes.

Para Estados Unidos esto representó una Geoestrategia de seguridad para el continente, por lo que se configuraron líneas de defensa, una en el Atlántico y otra en el Pacífico, demostrándose una proyección hacia América del Sur, por el establecimiento de un cinturón de seguridad mediante la ubicación de bases militares en distintos países. En tal sentido, Ostos (2010) plantea que la presencia militar de Estados Unidos se amplía desde Suramérica hasta Surinam, pasando por las bases militares establecidas en Colombia, en Perú,

Paraguay, Argentina y Brasil.

La intervención norteamericana en todo el mundo se ha incrementado significativamente, después del ataque terrorista a las torres gemelas en el 2001. A partir de allí, Estados Unidos ha liderado una lucha antiterrorista sin fronteras, en busca de la seguridad de ciudadanos y del mundo, mediante la implantación de acciones preventivas. Dichas bases han servido para proteger al gobierno de EE. UU y sus intereses comerciales (Vicente, 2012).

Sin embargo, la imposición del socialismo ha representado una barrera para las acciones e intenciones de Estados Unidos en la región latinoamericana. Esto conllevó al levantamiento de bases militares importantes, como la de Ecuador, en Manta. Por otro lado, la oposición colombiana, no permitió el establecimiento de siete bases militares que se tenían planificadas instalar en Colombia de forma estratégica (Isacson & Domingo, 2005).

En este orden de ideas, para implementar el Plan Colombia se requería de una base militar cercana al lugar de las operaciones, como, por ejemplo, la que el Gobierno Ecuatoriano cedió a los EE. UU en Manta. A raíz de ello, se crea la Forward Operating Location – FOL, en Manta, mediante un convenio entre representantes de Ecuador y de los Estados Unidos, situación que provocó diferentes tipos de reacciones en los actores políticos locales y nacionales, así como, en varios sectores sociales. Dichas reacciones generaron el respaldo de unos y el rechazo de otros.

El referido convenio, fue objeto de muchos cuestionamientos legales debido a que otorgaba condiciones especiales al personal norteamericano, tales como: los estadounidenses de la Forward Operating Location – FOL tenían la condición de diplomáticos, bien sea militares o civiles, podían entrar al país sin solicitar ningún tipo de visa; todo aquello que exportaban e importaban estaba exento de aranceles e impuestos; y el país podía renunciar a los reclamos por daños o destrucción (Delgado, 2008).

Aun así, la llegada del FOL a Manta trajo a muchos de sus habitantes grandes expectativas de desarrollo, bajo la premisa de que todos los lugares donde se establecen tropas norteamericanas se fortalecen económicamente debido a su alto consumo e inversión de dinero para satisfacer sus necesidades, lo que produciría una mayor circulación de efectivo y liquidez (Delgado, 2008).

Pero más adelante, una serie de problemas se fueron desencadenando. En la sesión efectuada el 6 de mayo del año 2009 de la Comisión Especializada de Relaciones Internacionales y Seguridad Pública, se recibió a la coalición No Bases de Ecuador, quienes formalizaron su exposición acerca de lo que conllevó a la iniciación de demandas en contra del acuerdo de cooperación de Ecuador con Estados Unidos, así como también, en contra del convenio operativo de la base militar (Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador, 2009).

Los demandantes alegaban que el convenio, suscrito con el Gobierno de los Estados Unidos, era violatorio de claras normas constitucionales, afectando la soberanía de estado, y poniendo en peligro la paz y seguridad internas, así como, la vida misma del pueblo ecuatoriano. Por tanto, se exigió la declaración de inconstitucionalidad del convenio para el uso de las instalaciones de la base de

Manta por parte de Estados Unidos (Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador, 2009).

Por lo tanto, la presente investigación estudia la política exterior de instalación y retiro de la base militar estadounidense de Manta y cómo esta influye en la percepción pública de Ecuador. El artículo inicia explicando la soberanía de estado como elemento clave de relaciones internacionales asociada a la instalación y retiro de dicha base; y luego, describe la opinión pública tanto de la población como de expertos en relaciones internacionales, asociada con la instalación y retiro de la base.

Metodología

Se trata de una investigación básica con enfoque cualitativo, de nivel descriptivo. Inicialmente, se utilizó como técnica de investigación, la bibliográfica. Esta permitió obtener información acerca de lo que opinan investigadores científicos sobre el tema abordado, específicamente de las particularidades de los acuerdos y convenios entre Estados Unidos y Ecuador, y acerca de las consecuencias de las operaciones realizadas por la base militar estadounidense mientras estuvo instalada en Manta - Ecuador, así como, la opinión que tiene la población ante la decisión de retirarla.

Las fuentes bibliográficas utilizadas fueron libros, artículos científicos, convenios internacionales, informes de ministerios públicos y la Constitución de la República. También se recopiló información de organismos nacionales e internacionales, tales como: la Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador, la Organización de Naciones Unidas, la Convención de las Naciones Unidas Contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Sicotrópicas, el Tribunal Constitucional de Ecuador, el Ministerio de Defensa Nacional de Ecuador, y la Coalición No Bases. Adicionalmente, se obtuvo información de medios de comunicación televisivos e impresos.

Por otra parte, se utilizó la entrevista como instrumento para la recolección de datos, la cual fue aplicada a expertos en relaciones internacionales, economía y política, y a profesionales de la comunicación social; a fin de que emitan su opinión sobre si la intervención militar extranjera en Ecuador, durante el tiempo en que estuvo operando la base de Estados Unidos en Ecuador, afectó o no al país y de qué manera. La entrevista permitió tener una visión más clara y cercana a la realidad del fenómeno investigado, constatando su pertinencia y posibles soluciones del problema.

Política exterior de militarización estadounidense

La militarización encuentra hoy su máxima expresión en Norteamérica, una economía militar que tiene una superioridad evidente sobre el resto de las potencias mundiales del sistema. Esto se debe a la hegemonía absoluta en el ámbito militar, conseguida por los Estados Unidos después de la segunda guerra mundial, y que hasta el día de hoy se mantiene. Valiéndose de dicha hegemonía, Estados Unidos emplea su maquinaria de guerra como un arma directa de su política hegemónica global, exigiendo al resto de las potencias a compartir costos de seguridad asociados al sistema; situación que ha conducido a un desarrollo sin precedentes del poderío económico, industrial, y militar dentro del sistema capitalista mundial (Morales, 2006).

Según Froylán (2019), la historia de las bases militares de Estados Unidos en América Latina, en un inicio se relacionó con la presencia ante movimientos grandemente conflictivos y estratégicos para llevar a cabo su política exterior, como la construcción del canal de Panamá, la independencia de Cuba, y la de Puerto Rico. Después de tales hechos, la forma de protección de los intereses de Estados Unidos se manifestó con la creación de una red de bases militares en Latinoamérica, durante el siglo XX. Dicha red creció como parte de un proyecto colonialista, y prosiguió con la Doctrina Monroe y, especialmente, con la Guerra Fría, momentos en los que el interés de Estados Unidos tuvo que centrarse en la prevención de la expansión del comunismo en dicha región.

Pero esta idea inicial ha ido cambiando en los últimos años, puesto que ahora se justifica la instalación y mantenimiento de bases militares estadounidenses, por la guerra contra las drogas y el terrorismo (Froylán, 2019). Por otra parte, Isacson & Domingo (2005) explican que para el Pentágono es importante y necesario el control del continente, tanto en el sentido de las muchas riquezas naturales como en lo anti insurgente. De modo que, muy probablemente, la razón de la presencia militar de Estados Unidos es el control de las grandes reservas de agua, petróleo, biodiversidad y los movimientos sociales en países latinoamericanos.

Aunque algunas naciones le han dado la bienvenida a la presencia militar estadounidense, también ha sido resistida y temida por su historial de intervencionismos, asesinatos y violaciones de los derechos humanos. Incluso, la nación estadounidense perdió la Base de Panamá Howard Air Force; Venezuela le negó el uso de su espacio aéreo, y perdió, además, una de sus bases en Ecuador. El número de tropas en las bases estadounidenses en Latinoamérica se ha reducido y disminuyó todavía más cuando Ecuador terminó el arrendamiento de esa base militar. Lo que indica que, aunque Estados Unidos ha tenido éxito en la cantidad de bases militares instaladas en diversos países a nivel mundial, también ha enfrentado muchas dificultades para mantenerlas (Froylán, 2019).

Desde entonces, según Froylán (2019), muchas negociaciones para expandir la influencia militar estadounidense han fracasado. Ejemplo de ello, el de Perú y Panamá quienes entraron en

negociaciones con EE. UU, pero no concretaron la posibilidad de instalar bases en su territorio. Por su parte, en Colombia se aceptó la presencia de albergar bases, pero luego se determinó que era algo inconstitucional. Más adelante, cuando Venezuela, México, y Colombia adoptaron regímenes democráticos, se consolidó una red de organizaciones no gubernamentales que se oponen a la presencia estadounidense y al progreso del militarismo. De modo que, aunque existan gobiernos latinoamericanos que desean albergar bases militares de Estados Unidos, no lo hacen por la oposición doméstica.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, Cardozo (2007) afirma que la configuración de alianzas militares permanentes, desde mediados del siglo XX siempre ha conllevado a compromisos entre estados que, de alguna u otra forma han cedido su soberanía al llegar a acuerdos respecto a limitaciones en la capacidad autónoma de decisión. Al respecto, Rodríguez (1996), dice que el Estado debe ser el portador de la soberanía, pero cuando sufre la presión de poderosas fuerzas, tanto desde adentro como desde fuera, da lugar a la aparición de nuevos dominios políticos en su interior, lo que se traduce en crisis de soberanía.

Por otra parte, bajo este apartado, cabe destacar la evidente importancia de Sudamérica para potencias mundiales como los Estados Unidos. En un estudio Prospectivo de Suramérica 2025, del Centro de Estudios Estratégicos de Defensa, se explica que la región suramericana es una unidad geopolítica autosuficiente por el patrimonio natural que posee. Agrega que, América del Sur posee todos los recursos necesarios para la subsistencia humana, así como, todo lo que se requiere para la satisfacción de los complejos y progresivos requerimientos de las estructuras tecnológicas productivas de las economías y de las sociedades de la actualidad (CEED, 2015).

Muy particularmente, de Ecuador se resalta su situación geográfica relativa, donde el avance de la tecnología y las comunicaciones, le han permitido acercarse a los centros de comercio mundial; y su condición geográfica esencial, por ser un país con territorio continental e insular, que le permite contar con recursos potenciales que le ofrecen tanto el espacio marítimo, como, la diversidad de recursos. Ecuador posee características físicas, humanas y económicas muy particulares, que lo ubican como un país atractivo, visto desde afuera (Lara, 2019).

Base militar estadounidense en Manta

En el año 1999 miembros de las Fuerzas Armadas estadounidenses, mantuvieron relaciones con altos funcionarios del Ministerio de Defensa del Ecuador para explorar la posibilidad de que se les sea concedida la base de Manta. Al mes siguiente, realizaron las consultas entre la Embajada de los Estados Unidos en Quito, la Cancillería y el Ministerio de Defensa. Fue así como los días 17, 18 y 19 de febrero, una delegación norteamericana, llegó a Ecuador, para analizar el proyecto de acuerdo (Salgado, 2003).

Al respecto, de acuerdo con Kinnntto (2002), varios jefes militares de la Academia de Guerra del Ejército hicieron un informe sobre los escenarios que se crearían para el Ecuador si se cedía la base de Manta, cuyas conclusiones fueron contrarias a la entrega de la base de Manta a Estados Unidos, no obstante, el alto mando militar decidió ignorar esas conclusiones y entregar la base.

Luego, el 1 de abril de ese mismo año, la cancillería contestó a la embajada americana aprobando el proyecto. Así, según Salgado (2003) se constituyó un acuerdo por el cual, se concede el paso y uso de las instalaciones de la base de Manta al personal militar y civil de los Estados Unidos, para la realización de operaciones ampliadas, como el envío de aeronaves y personal militar de los Estados Unidos, en rotación temporal.

Hasta ese momento el proceso se había mantenido en secreto, solo con notas diplomáticas en las que tanto la Cancillería como la Embajada estadounidense llegaron al acuerdo de firmar un documento con vigencia de seis meses, en el que se otorgaba el uso de las instalaciones de la Base Aérea Eloy Alfaro de Manta, a militares y personal civil de Estados Unidos, con la finalidad de realizar una serie de operaciones, para controlar el narcotráfico. Ya a esta altura del proceso, la advertencia del Servicio Paz y Justicia del Ecuador (SERPAJ) en marzo de 1999, de que “Ecuador entregará base de Manta a Estados Unidos”, resultaba tardía y las organizaciones sociales se demorarían más en manifestar una reacción.

Las voces de protesta en Ecuador, así como, las sospechas de que el país ya estaba sumido en una de las crisis más graves de su historia, habiéndose firmado un acuerdo militar que comprometía al país suramericano en el doloroso conflicto de Colombia, obligaron al gobierno de los Estados Unidos y al gobierno del Ecuador a plantear un nuevo acuerdo, corrigiendo las falencias y dudas que produjo el primero (Salgado, 2003).

Así, en el mes de noviembre se firma un nuevo acuerdo de cooperación, en el cual, a través de Heinz Moeller, para ese entonces presidente de la Comisión de Asuntos Internacionales y Defensa Nacional, se logró que dicha comisión resolviera que el acuerdo no necesitaba la aprobación por parte del Congreso Nacional. Allí se aprobó la concesión por diez años del ejercicio del derecho de acceso y uso por parte de Estados Unidos, de las instalaciones de la Base de la Fuerza Aérea Ecuatoriana en la ciudad de Manta.

Más adelante, en junio del año 2000, se suscribe un convenio operativo que tiene como antecedente el artículo XXI, numeral 2, del acuerdo de cooperación entre el Gobierno de Ecuador y el de los Estados Unidos, concerniente al acceso y uso de EE. UU de las Instalaciones en la Base de la Fuerza Aérea Ecuatoriana en Manta para la realización de actividades aéreas antinarcóticos, donde se estableció que ambas partes podrán ultimar arreglos de ejecución más detallados cuando así lo consideren necesario (Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador, 2009).

Como complemento, en el convenio se establecen aspectos especiales de regulación de mando, control, personal, operaciones, seguridad, comunicaciones, y logística. En dicho convenio se aclara que el acuerdo de cooperación tiene efectividad a partir del 17 de noviembre del año 1999 y se le denomina FOL, es decir, Acuerdo de Largo Plazo del Puesto Avanzado de Operaciones". (Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador, 2009).

Haciendo referencia a dicho acuerdo firmado entre Estados Unidos y Ecuador, Salgado (2003), explica que hubo cosas que jamás debieron firmarse, entre las que pueden mencionarse: permitir la libre circulación de personas, aeronaves, navíos y vehículos norteamericanos, violando la soberanía terrestre, marítima y aérea del Estado ecuatoriano; conceder al personal norteamericano en Ecuador, una condición jurídica igual a la que proporciona al personal de la Embajada Americana, confiriéndoles privilegios domiciliarios, financieros, legales y penales; y renunciar a todo tipo de reclamación por daños causados, incluidas lesiones o muertes a ecuatorianos, lo que constituye una violación de los derechos humanos.

Análisis de la opinión sobre el acuerdo y convenio entre Estados Unidos y Ecuador

La razón por la cual se ha considerado un error por parte del gobierno ecuatoriano, la firma del acuerdo con los Estados Unidos es porque no refleja el más mínimo sentido de reciprocidad, cooperación y correspondencia, puesto que todas las obligaciones recaen sobre Ecuador, y los derechos sobre el país norteamericano. El acuerdo fue aparentemente un mecanismo de cooperación para luchar contra el narcotráfico, pero terminó demostrando una finalidad militar y política, con intereses meramente económicos. Además, fue considerado un acuerdo inconstitucional.

Violó expresamente lo contemplado en la Constitución Política del Estado en el Artículo 171, numeral 13, que le obliga a

“Velar por el mantenimiento de la soberanía nacional y por la defensa de la integridad e independencia del Estado”. Se pasaron por alto también los artículos 130, literal 7, y 161, literal 2, que obligan al Congreso Nacional a aprobar todos los tratados de carácter internacional que establezcan alianzas militares con otros países. Adicionalmente, se consideró una burla al congreso, debido a que se ignoró la disposición contenida en el Art. 162 que indica que la aprobación debe darla el congreso en pleno, “en un solo debate y con el voto conforme de la mayoría de los miembros”.

Al respecto, la Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador (2009), explica que la realización del acuerdo y el convenio operativo, han cambiado los principios inmanentes del territorio del estado, humillándolo a la condición de territorio alienable, transformable y reductible. Agrega que el acuerdo constituyó una infamia de los principios de reciprocidad internacional e igualdad jurídica de los Estados contemplado en la Carta de Las Naciones Unidas, la Convención de las Naciones Unidas Contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Sicotrópicas, y la Constitución Política de la República del Ecuador de 1998.

Según la mencionada comisión, el acuerdo denota sometimiento en varios ámbitos: económico, jurídico, político, moral, ya que consintió el acceso y uso de la Base de la Fuerza Aérea Ecuatoriana Eloy Alfaro de Manta, del Puerto de Manta, y más instalaciones a los Estados Unidos, sin costo. Además, permitió el uso del espectro radioeléctrico, y el establecimiento de una estación satelital de comunicaciones y frecuencias de radio y telecomunicaciones, totalmente exentas de licencia, inspección, regulación, e impuestos, y de cargos y tarifas, las cuales eran gravadas por el estado ecuatoriano.

La Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador (2009), también indica que Ecuador concedió al personal estadounidense inmunidad en el ejercicio de sus funciones, similar a la otorgada al personal de la Embajada de los Estados Unidos, y renunció a generar reclamaciones, pues los hechos que fueran materia de las reclamaciones, según el acuerdo, serían consideradas por el gobierno de los Estados Unidos de conformidad con las leyes estadounidenses.

También, exoneró de permisos, aranceles, tributos, y otras obligaciones legales, al personal civil y militar extranjero. Además, permitió la entrada y salida libre al territorio ecuatoriano, con la sola presentación de la identificación estadounidense. Finalmente, fueron exonerados de todas las operaciones de importación, exportación, impuestos directos e indirectos, que normalmente, Ecuador imponía a los productos, materiales, insumos, provisiones y equipos, de su propiedad.

Por otro lado, se desconoció lo dispuesto en el Art. 276 de la Constitución, literal 2, donde se establece, entre una de las competencias del Tribunal Constitucional, dictaminar acorde con la Constitución, los tratados o convenios internacionales antes de su aprobación por el Congreso Nacional. Ante tales atropellos a la Carta Magna del Estado, representantes de diversas organizaciones populares, de todas las provincias del Ecuador, presentaron una demanda de inconstitucionalidad ante el Tribunal Constitucional.

La demanda abierta en contra del acuerdo creó la oportunidad de que el Tribunal rescatara su potestad, pero no fue así. Más bien, se decidió que la Constitución no le otorga competencia al Tribunal para conocer y resolver demandas de inconstitucionalidad de tratados o convenios internacionales. Agregando que el Tribunal es incompetente para pronunciarse ante un asunto de constitucionalidad o inconstitucionalidad del instrumento internacional impugnado; por lo que resuelve desechar la demanda por considerarse improcedente.

Transgredir la soberanía territorial, marítima y aérea del estado, para combatir al narcotráfico y al terrorismo, resulta algo insólito en el Ecuador. Los estudios de fuente fidedigna demuestran que en Ecuador no es importante este hecho, en casi ninguno de los ciclos de la economía política de las drogas, puesto que es un país de tránsito y consumo interno marginal; y, ni siquiera la crisis económica y social, ha cambiado esa tendencia. De modo que, homologar la situación de Ecuador con las de sus países vecinos mediante la Base de Manta, el Plan Colombia y la Iniciativa Regional Andina, es, una demostración de que los auténticos objetivos del imperialismo estadounidense marchan en otro rumbo (Salgado, 2003).

Toda esta situación de pérdida de soberanía, aunado a la violación de derechos humanos de la sociedad, como detención de población de pescadores, violación y atropello a las mujeres, asesinatos, hundimiento y destrucción de embarcaciones, así como, el hecho de que los militares norteamericanos estaban impunes y no tenían la obligación de rendir cuentas ante el Estado ecuatoriano frente a ningún tipo de atropello producido en territorio ecuatoriano, ni responder legalmente ante sus actos; produjo incomodidad en grupos sociales y políticos de Ecuador.

Dichos grupos inconformes y molestos realizaron manifestaciones de rechazo por parte de las organizaciones políticas de izquierda, organizaciones de derechos humanos, movimientos sociales, movimientos indígenas, académicos progresistas, estudiantes, actores políticos en busca de protagonismo para futuras elecciones, entre otros. Lo que se cuestionaba, específicamente, era la legalidad y propósito del convenio. Dichas manifestaciones de rechazo propiciaron la apertura de demandas en contra del acuerdo de cooperación y del convenio de operaciones avanzadas, con pretensiones democráticas y soberanas.

Sin embargo, ante la cantidad de demandas en contra del acuerdo y del convenio, y debido a la fuerte presión que ejercieron los grupos económicos y militares vinculados a los Estados Unidos y a la burguesía de Manta, la demanda tuvo resultados desfavorables. De acuerdo con la Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador (2009), la Resolución del Tribunal Constitucional era contradictoria puesto que el mismo Tribunal se declara incompetente para solucionar el caso, pero al mismo tiempo se declama sobre los argumentos de los demandantes, rechazándolos por ser improcedentes.

Por otro lado, el Tribunal también indica que el convenio no requería la aprobación anticipada por parte de la Legislatura de Estado, por no ser un convenio o tratado Internacional, sino solo un acuerdo de cooperación. Señala, además, que la constitución y el derecho interno, no previeron la probabilidad de la inconstitucionalidad de un instrumento internacional, es decir, que la Constitución no suministra la figura de la inconstitucionalidad de un instrumento internacional para que este sea dejado sin efecto; no obstante, con ello, el Tribunal asumió que el acuerdo y convenio demandados tenían la categoría de Instrumento Internacional.

Como puede notarse, la mayor contradicción de la resolución se denota porque el Tribunal expresa que la Constitución no le otorga el derecho para conocer y resolver demandas de inconstitucionalidad de tratados o convenios internacionales, sin embargo, en el mismo texto resolutivo, hace referencia a la demanda, por lo que deciden rechazarla. Esto no tiene sentido, ya que, si un organismo es supuestamente incompetente para tratar y resolver un asunto, no debería acogerlo y tomar decisiones sobre este.

Por último, cabe hacer referencia a que este acuerdo está directamente relacionado con la soberanía Nacional, ya que, le da permiso a una potencia mundial extranjera para que utilice una base militar ubicada dentro de su territorio, y si el juicio oficial está orientado hacia la consideración de la lucha contra el narcotráfico y la guerrilla, es obvio que la cooperación es de carácter político y militar, a través de lo cual se causarían graves daños a los habitantes de las zonas fronterizas, y al medio ambiente.

Todos y cada uno de estos problemas que trajo la suscripción y aprobación del acuerdo de cooperación y el convenio, solo podrían solucionarse con la retirada de la base militar de territorio ecuatoriano. Y esto fue precisamente lo que sucedió; el ex presidente Rafael Correa, una vez en el poder, anunció la no renovación del contrato; y la prohibición de bases extranjeras en el país se incluyó en la nueva Constitución aprobada en el año 2008.

Fue así como en septiembre del año 2009, Estados Unidos retira de Manta su base militar junto con todo su ejército, tras diez años de operaciones en Ecuador; dejando las instalaciones nuevamente en manos de las autoridades ecuatorianas. Cabe acotar

que, la sólida campaña local y el apoyo internacional desempeñaron un papel importante en la decisión de Ecuador, de clausurar la base militar de Manta.

Análisis de la opinión pública respecto a la instalación y retiro de la base militar estadounidense en Manta, obtenida a través de los medios de comunicación

Muchas son las opiniones dadas a conocer mediante los medios de comunicación, con respecto al caso de militarización estadounidense en territorio ecuatoriano, y de su desinstalación y retiro. Por ejemplo, en el Diario El Comercio (2018), se muestra que el presidente de la República Lenín Moreno, fue consultado sobre la posibilidad de reinstalar una base militar de Estados Unidos en Manta; para lo cual, en son de broma mencionó: “Encantado, el momento en que los Estados Unidos nos permita poner también una base en Miami para nosotros controlar que no se violen los derechos de los migrantes. Lo digo a modo de broma”. Moreno aclaró que eso no pasaría, porque el Estado respeta la autonomía, e independencia de tener en su suelo únicamente aquellas fuerzas que desee”. Adicionalmente, el presidente recordó que la retirada de la base sucedió porque de alguna manera resultó en violación de soberanía de Estado”.

Por otra parte, el Diario El Telégrafo (2018) hace mención de que el Primer Mandatario de Estado, informó sobre la conversación con el embajador estadounidense, Todd Chapman, donde abordaron la posibilidad de concretar un tratado de libre comercio similar al acordado con la Unión Europea. El presidente de la República, Lenín Moreno, precisó que las relaciones con el país norteamericano se profundizarán y serán accesibles y cordiales; pero, descartó la reinstalación de una base militar de ese país en Ecuador; por lo que resaltó el principio de autodeterminación de los pueblos. Afirmó que la base Manta salió de Ecuador porque violaba la soberanía y agregó: “Sigamos cooperando en el tema del combate a las drogas que tanto daño hace a los dos países; pero, sobre todo, respetémonos mutuamente”.

De manera contraria, el Diario Plan V, a través de la opinión de James Bargent en el año 2019, hace referencia a cómo Ecuador se ha convertido en la autopista de la droga hacia Estados Unidos y Europa. En el mencionado artículo, se realiza una investigación de InSight Crime sobre la manera cómo Ecuador se convirtió en uno de los puntos principales de despacho del comercio de cocaína, a nivel mundial, después de la retirada de la base estadounidense, establecida en Manta – Ecuador (Bargent, 2019).

En otro orden de ideas, la opinión respecto a la intervención militar de estadounidense en territorio ecuatoriano no sólo provendría de los mandatarios políticos, catedráticos, profesionales e investigadores expertos en la materia, sino que el pueblo también opinó. Noticias Telesur, por ejemplo, realizó una entrevista a Ivette Minda, miembro de la Coalición “No Bases” (Red NO-BASES, 2007), quien opinó que fueron diez años de un inconsulto

convenio entre Ecuador y Estados Unidos, dijo: “pero creo que los ecuatorianos que luchamos contra la base de Manta vinimos para integrarnos al proceso que comienza Colombia, para formar parte de la militarización, y la intromisión de bases militares extranjeras en este y en cualquier territorio (Minda, 2010).

Cuando se le preguntó cómo se vieron afectadas las comunidades con la presencia de dicha base militar; su respuesta fue: “Al principio el convenio entró garantizando el desarrollo y la lucha contra el narcotráfico, pero en general los ecuatorianos vimos afectada nuestra soberanía y estilo de vida con un aumento de prostitución, con pesqueros hundidos, donde la gente más humilde fue la primera en evidenciar las afectaciones de la presencia de militares norteamericanos en la base de Manta, y más tarde, todos debido a la intromisión de la base y los militares en el Plan Colombia. Vimos cómo nuestra soberanía era afectada” (Minda, 2010).

Luego, el entrevistador le hace mención en cuanto a la denuncia por maltrato a mujeres, y le pregunta: ¿La presencia de la base militar en Manta, hizo que se dispararan las cifras de maltrato a mujeres?, Minda responde: Sí, aumento de prostitución, mujeres afectadas en su estilo de vida, sobre todo las viudas, después que sus esposos murieron en las embarcaciones que fueron bombardeadas por embarcaciones de los Estados Unidos, mientras realizaban faenas de pesca. Estas mujeres tuvieron que convertirse en una parte en cabezas de familia, y, por otra parte, y someterse a la burla cuando se les pide que para hacer quejas deben trasladarse a Estados Unidos (Minda, 2010).

Por último, el entrevistador preguntó: ¿Se ha hecho justicia, o se mantiene la impunidad? Minda responde: “Se mantiene la impunidad; los acuerdos y convenios con los Estados Unidos garantizan total impunidad sobre los soldados y el personal militar que entra en territorio extranjero. En Ecuador, después del informe que realizó la comisión legislativa, tratamos aun ahora de realizar una auditoría, que ponga en evidencia las afectaciones de la presencia militar extranjera en cualquier territorio, para que a su vez otros países, otros movimientos sociales, estén prevenidos y alertar a la comunidad internacional de que la lucha contra la militarización tiene que ser global” (Minda, 2010).

Efectivamente, surgieron muchas opiniones públicas en lo relativo al Acuerdo de Cooperación entre Ecuador y Estados Unidos, y el Convenio del Puesto Avanzado de Operaciones, algunas a favor, otras en contra. Así también, en lo que respecta al retiro de las bases militares estadounidenses, la opinión pública es variada, pero apunta hacia el hecho de que fue la mejor decisión, como demostración de respeto a la independencia de Estado, y como hecho importante para hacer valer la soberanía del país ecuatoriano.

Las opiniones compartidas a través de medios de comunicación reconocidos, dejan claro que las acciones militares de Esta-

dos Unidos en Ecuador constituyeron una frontal violación a la soberanía, pues se hizo entrega de una fuerza externa, del uso de las armas y de un territorio bajo el mando de la fuerza militar extranjera, con autonomía para tomar de decisiones ofensivas, defensivas y también de espionaje; dando lugar a que se cometieran una gran cantidad de delitos sin juicios, que quedaron en impunidad; donde los únicos afectados fueron los individuos de la sociedad ecuatoriana.

Análisis de la opinión pública respecto a la instalación y retiro de la base militar estadounidense en Manta, obtenida a través de las entrevistas a expertos

La entrevista aplicada a expertos en materia de relaciones internacionales, economía, política y profesionales de la comunicación social, estuvo compuesta por siete preguntas: ¿Cuál considera que es uno de los elementos clave de relaciones internacionales asociado a la instalación y retiro de la Base Militar estadounidense en Manta Ecuador? ¿Cuál cree usted que es la razón por la que la soberanía ciudadana puede verse afectada por la instalación de una base militar estadounidense en el país?, ¿Cuál cree usted que es la razón por la que la soberanía territorial puede verse afectada por la instalación de una base militar estadounidense en el país?, ¿Cuál es su opinión personal sobre la instalación de la base militar estadounidense en Manta?, ¿Cuál es su opinión personal sobre el retiro de la base militar estadounidense en Manta?, ¿Cree usted que la instalación de una base militar estadounidense en Ecuador condujo a pérdida de soberanía?, ¿Cuáles considera usted deberían ser las estrategias enfocadas hacia la preservación y mantenimiento de la seguridad nacional ecuatoriana sin que exista intervención militar extranjera?

Una vez analizadas todas las respuestas de los tres entrevistados, pudo notarse opiniones diferentes en algunas de las preguntas, sobre todo cuando se preguntó acerca del elemento clave de relaciones internacionales asociado a la instalación y retiro de la Base Militar estadounidense en Manta Ecuador; donde dos respondieron que era el poder y uno la soberanía de estado; y, cuando se preguntó sobre la razón por la que la soberanía ciudadana puede verse afectada por la instalación de una base militar estadounidense en el país; unas respuestas apuntaron hacia el hecho de que la ciudadanía no se ve afectada por ser un concepto abstracto, pero para otro entrevistado sí representa una amenaza que afecta la seguridad de los ciudadanos.

Por otra parte, en cuanto a la razón por la que la soberanía ciudadana puede verse afectada por la instalación de una base militar estadounidense en el país, dos de los entrevistados opinaron que no existe ninguna razón para que se vea afectada la soberanía territorial, sin embargo, uno opinó que sí, pues Estados Unidos es un país que se conoce por expandir su territorio y acumularlo.

En cuanto al resto de las preguntas, la mayoría de los entrevistados coinciden en que no fue una buena decisión firmar el acuerdo de instalación de la base militar estadounidense en Manta, debido a los intereses que fue manifestando Estados Unidos de tener un control estratégico de recursos naturales, minería y petróleo, además, el acuerdo solo benefició a los estadounidenses y perjudicó al pueblo ecuatoriano. Por lo tanto, la decisión del retiro de la base fue la más acertada.

Discusión

La implementación del Acuerdo de cooperación suscrito entre el gobierno de la República del Ecuador y el gobierno de los Estados Unidos de América concerniente al acceso y uso de los Estados Unidos de América de las instalaciones en la Base de la Fuerza Aérea Ecuatoriana en Manta para actividades aéreas antinarcóticos generó un verdadero caos en el país. La presencia de la base estadounidense en territorio ecuatoriano desencadenó una serie de acciones que resultaron en hundimientos y destrucción de barcos, en abusos a personas, violaciones, y asesinatos. También se produjo quebrantamiento de derechos en el ámbito personal, familiar, y comunitario, producto de desaparición y abandono, maltratos y tortura.

Esto lo confirma la Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador (2009), al exponer la existencia de grandes cantidades de denuncias por parte de grupos políticos, grupos sociales, académicos, profesionales, y la sociedad en general, presentadas ante el Tribunal, las cuales fueron atendidas y dictaminadas en territorio ecuatoriano, sin éxito alguno.

El problema más grave y acentuado fue el de las personas desaparecidas, puesto que muchos de los familiares sospecharon que la responsabilidad en la desaparición recaía en las acciones inconstitucionales de prohibición marítima realizadas por la Armada norteamericana en aguas territoriales ecuatorianas y en aguas internacionales. Además, la situación de los familiares de los desaparecidos es de abandono total por parte del Estado; y, aunque los organismos de Derechos Humanos entregan cifras alarmantes de personas desaparecidas, no ha existido ninguna instancia de Estado que se haya preocupado del problema de ubicar, identificar y determinar la situación de las víctimas.

En Manta, también se presentaron muertes, problemas psicológicos, abandono a mujeres e hijos y lesiones causadas por el ejército norteamericano, lo que constituye un importante problema de salud pública y de derechos humanos. Además, se registraron delitos cometidos por militares estadounidenses, que quedaron en la impunidad. El Estado, sin duda, no defendió la soberanía, la dignidad de la Nación ni a sus Nacionales, sometiendo a intereses extranjeros. Esto denota alta traición a la patria por parte de los responsables.

Esto va de acuerdo con lo mencionado por Salgado (2003), quien explica que hubo cosas que jamás debieron firmarse en el acuerdo entre Estados Unidos y Ecuador, como por ejemplo: permitir la libre circulación de personas, aeronaves, navíos y vehículos norteamericanos, violando la soberanía aérea, marítima y terrestre del estado ecuatoriano; conceder al personal norteamericano en Ecuador, una condición jurídica igual a la del personal perteneciente a la embajada norteamericana, confiriéndoles privilegios domiciliarios, financieros, legales y penales; y renunciar a todo tipo de reclamación por daños causados, incluidas lesiones o muertes a ecuatorianos, lo que constituye una violación de los derechos humanos.

La razón por la cual se ha considerado un error por parte de Ecuador, la firma del acuerdo con los Estados Unidos es porque no refleja sentido de reciprocidad, cooperación y correspondencia, puesto que todas las obligaciones recaen sobre Ecuador, y los derechos sobre el país norteamericano. El acuerdo fue al parecer un dispositivo de cooperación para luchar contra el narcotráfico, pero al final de cuentas, terminó demostrando ser un trasfondo político - militar, con intereses meramente económicos. Además, fue considerado un acuerdo inconstitucional.

En esta época, más que en ninguna otra, los pueblos alrededor del mundo están adquiriendo plena conciencia del significado de la soberanía nacional, de la dignidad patria, de la trascendencia de tener una nación libre e independiente, y son precisamente dichos pueblos los que rechazan y repudian, la presencia de bases militares norteamericanas o de cualquiera otra potencia mundial, con características de prepotencia, egoísmo, engaño y criminalismo, que no hacen más que ofender a la nación, violar sus derechos, y ceder su soberanía. Tal y como lo menciona Rodríguez (1996), el Estado debe ser el portador de la soberanía, pero cuando sufre la presión de poderosas fuerzas, tanto desde adentro como desde fuera, da lugar a la aparición de nuevos dominios políticos en su interior, lo que se traduce en crisis de soberanía.

Hoy por hoy, el respaldo para la toma de decisiones que no lesionen, ni entorpezcan la dignidad y soberanía del país ecuatoriano, es la actual Constitución de la República del Ecuador (2008), la cual ha cerrado la posibilidad de que en el futuro existan bases militares extranjeras en el país. Por ejemplo, el Art. 5 de la Carta Magna señala: "El Ecuador es un territorio de paz. No se permitirá el establecimiento de bases militares extranjeras ni de instalaciones extranjeras con propósitos militares. Se prohíbe ceder bases militares nacionales a fuerzas armadas o de seguridad extranjeras".

Este artículo de la Constitución de la República del Ecuador prohíbe la propuesta y suscripción de acuerdos y convenios que apoyen la instalación de bases militares extrañas con propósitos militares; es decir, anula cualquier posibilidad de que un país, cualquiera que sea, desee instalar una base militar en territorio ecuatoriano. Esta decisión se tomó a raíz de la experiencia del

Estado ecuatoriano con la instalación de la base militar en Manta Ecuador, que dejó consecuencias marcadas en la sociedad, confirmando la total cesión de soberanía y violación de derechos.

Conclusiones

La estrategia estadounidense en América incluye la instalación de nuevas bases militares y el refuerzo de las ya existentes. Sus pretextos de militarización invasiva están asociados con la lucha contra las drogas, con la asistencia humanitaria, y con la guerra contra el terrorismo. Sin embargo, existen marcados indicios de que los intereses estadounidenses son otros, ya que se ha comprobado que la presencia de las bases militares de Estados Unidos coincide geográficamente con las regiones más ricas, donde se concentra la mayor cantidad de recursos naturales, en especial de petróleo.

Uno de los países que geopolíticamente se convirtió de interés para los Estados Unidos fue Ecuador, ante lo cual se firmó un acuerdo y un convenio con el supuesto propósito de llevar adelante operaciones aéreas de detección, monitoreo, rastreo y control de movimientos ilegales de tráfico de narcóticos aéreo. No obstante, después de la instalación en Manta, la Base Militar se constituyó en uno de los ejes de la estrategia de los Estados Unidos, dentro de su política exterior de establecimiento y mantenimiento de bases militares en el mundo para el control político y económico, principalmente de los mercados y recursos naturales.

Por otra parte, aunque el alojamiento de bases militares norteamericanas se establece bajo la premisa de brindar apoyo militar y logístico, que resulten en seguridad para las naciones y acciones ofensivas contra el terrorismo, la experiencia ha demostrado que no es así, pues los intereses imperialistas apuntan hacia intereses como: la ubicación geográfica estratégica, la posesión de recursos naturales, la obtención de materia prima productiva, la biodiversidad, y la abundancia de agua. Dichos intereses no reflejan preocupación humana ni del medio ambiente; al contrario, conllevan a la ejecución de actos irresponsables no legales, en contra del respeto y los derechos humanos.

En Ecuador se presentaron una gran cantidad de denuncias por delitos cometidos bajo la responsabilidad de agentes norteamericanos, durante la presencia de su Base Militar, los cuales finalmente quedaron en la impunidad. De modo que el convenio empezó a lesionar la dignidad y soberanía del país. Este tipo de actos no deben quedar en la impunidad, deben resolverse con transparencia a fin de que hechos como estos no se vuelvan a repetir, ya que no sólo lesionan a la humanidad, sino que conllevan a una pérdida de soberanía de Estado.

En conclusión, el establecimiento de bases militares extranjeras provenientes de potencias mundiales, bajo acuerdos y convenios como los establecidos entre Estados Unidos y Ecuador con respecto a la base Manta, constituye una violación a la soberanía

de las demás naciones, conlleva a la violación del uso exclusivo de la fuerza en poder del estado, a que se viole el uso de territorio, a que haya impunidad por delitos, y puede afectar las fronteras y a los países vecinos. De modo que, aceptar bases militares extranjeras termina siendo nocivo para un País.

Referencias Bibliográficas

- Bargent, J. (31 de Octubre de 2019). Ecuador: autopista de la cocaína hacia Estados Unidos y Europa . Plan V.
- Cardozo, E. (2007). Teoría de las relaciones internacionales y soberanía: Construcción, Deconstrucción y Reconstrucción. Revista Cuadernos Unimetanos(11), 180-191.
- CEED. (2015). Estudio Prospectivo Suramérica 2025. Centro de Estudios Estratégicos de Defensa, Buenos Aires.
- Comisión de Asuntos Internacionales y Seguridad Pública de la Comisión Legislativa y de Fiscalización de la República del Ecuador. (2009). A nadie le importó. Informe sobre la implementación del “Acuerdo de Ecuador con Estados Unidos. Quito.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial 449 de 20-oct-2008.
- Delgado, D. (2008). Efectos en el Desarrollo Económico Local de la ciudad de Manta tras la firma del convenio entre los gobiernos del Ecuador y Estados Unidos que permitió la utilización de la Base de la Fuerza Aérea de Manta desde la percepción de los habitantes de Manta . FLACSO, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Ecuador.
- Diario El Telégrafo. (25 de Enero de 2018). Moreno descarta reinstalación de una base extranjera en suelo ecuatoriano.
- El Comercio. (25 de Enero de 2018). Lenín Moreno: ‘La base de Manta violó de alguna forma nuestra soberanía’. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/leninmoreno-base-manta-violo-soberania.html>
- Froylán, E. (Enero-Abril de 2019). Bases militares estadounidenses en América Latina . Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, LXIV(235), 625-630.
- Gandásegui, M. (mayo-agosto de 2015). América Latina y EEUU: Una relación asimétrica. Revista Tareas(150), 93-105.
- Gelman, J. (2007). Examen de los datos oficiales del Pentágono de 2005. Argentina.
- Isacson, A., & Domingo, J. (2005). Expansionismo económico y militar de Estados Unidos en América Latina y el Caribe. Managua: . Centro de Estudios Internacionales CEI., Managua.
- Kinnitto, L. (29 de enero de 2002). Ecuador: Una base militar aumenta amenaza de guerra. Recuperado el 20 de febrero de 2021, de Obtenido de <http://www.pce.es/ECUADOR/ecuador19.htm>
- Lara, L. (2019). Visión Geopolítica del Ecuador en el período 2006 - 2016. Trabajo Especial de Grado de Maestría de Investigación en Seguridad y Defensa, Quito.
- Minda, I. (22 de Agosto de 2010). Ecuatorianos comparten experiencia de Base de Manta. Noticias Telesur.
- Morales, E. (julio-diciembre de 2006). Imperialismo y economía militar norteamericana. El denominado complejo militar industrial. Revista Economía y Desarrollo, 140(2), 117-152.
- Ostos, M. (2010). Vecindad y conflicto, una perspectiva de las relaciones entre Colombia y Ecuador. Revista de Estudios Latinoamericanos, 39-57.
- Red NO-BASES. (2007). Red Mundial por la Abolición de las Bases Extranjeras .
- Rodríguez, M. (enero-abril de 1996). La soberanía absoluta. Revista Espiral, II(5), 135-145.
- Salgado, M. (2003). La base Manta, plan Colombia y los militares ecuatorianos. Universitas: Revista de Ciencias Sociales y Humanas(3), 75-89.
- Vicente, R. (Octubre de 2012). Territorios vigilados. Cómo opera la red de bases militares norteamericanas en Sudamérica. (E. S. Instituto de Estudios Históricos, Ed.) Revista Ciclos en la historia, la economía y la sociedad, 21(41), 560.

Revista Científica

Investigación&Negocios



Revista Científica Online
Investigación & Negocios

ISSN ONLINE 2521-2737
| V.16 | No. 27 | AÑO 2023
<https://doi.org/10.3814/invneg.v15i26>