

REVISTA ERUDITUS

CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA

Vol. 2 Num. 2

2021

JUNIO SEPTIEMBRE



Universidad
Israel

CONTENIDO

5 Página legal

7 EDITORIAL
Mg. William Fernando Ortega Naranjo
Editor de la Revista ERUDITUS

9 Educación ambiental basada en redes sociales: caso Universidad Tecnológica Israel
Emily Jamilex Baque Cárdenas
Dayana Pamela Sangucho Tipan

29 Impacto del COVID-19 en el empleo en la ciudad de Quito
Michel Esthefanía Arévalo Ávila
Jhonnatan Vinicio Reascos Tapia
Héctor Sebastián Pérez Manosalvas

43 Análisis de la importancia de los modelos de gestión como estrategia de mejora continua en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de la Provincia de Cotopaxi
Carmen Marlene Choloquina Escobar

61 Influencia del uso de redes sociales en la venta de productos: Microempresa Color Rosa
Dayana Lizbeth Campoverde Ochoa



75

Ensayo

Del comportamiento organizacional a la práctica de producción del sentido

Galo Hernán García Tamayo

88

NORMAS DE PUBLICACIÓN
REVISTA ERUDITUS

PÁGINA LEGAL

DIRECTOR CIENTÍFICO	PhD. Fidel David Parra Balza Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
EDITOR GENERAL	Mg. Paúl Francisco Baldeón Egas Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
EDITOR REVISTA ERUDITUS	Mg. William Fernando Ortega Naranjo Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
COMITÉ EDITORIAL	PhD. Klever Armando Moreno Gavilanes Universidad Técnica de Ambato, Ecuador PhD. Marco Antonio Rojo Gutiérrez Universidad Internacional Iberoamericana, México PhD. Hernan Mauricio Quisimalin Santamaria Universidad Técnica de Ambato, Ecuador PhD. Edisson Marcelo Coba Molina Universidad Técnica de Ambato, Ecuador PhD. Gabriel Arturo Pazmiño Solys Jatun Yachay Sovilex, Ecuador Mg. Colón Mauricio Sierra Moreno Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Ecuador Mba. Galo Fernando Cisneros Viteri Instituto Tecnológico Superior Cordillera, Ecuador PhD. Grisel Pérez Falco Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
GESTIÓN DE LA REVISTA ELECTRÓNICA	Mg. Paúl Francisco Baldeón Egas Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
RESPONSABLE DE ESTILO	Lcda. Carla Cristina Florez Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
RESPONSABLE DE DISEÑO, MAQUETACIÓN Y DIAGRAMACIÓN	Mg. José Alejandro Vergelín Almeida Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
RESPONSABLE PROGRAMADOR	Ing. Carlos Alberto Rivadeneira Proaño Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
PERIODICIDAD DE PUBLICACIÓN - TRIANUAL	
ENTIDAD EDITORA	Universidad Tecnológica Israel Dirección: Marieta de Veintimilla E4-142 y Pizarro, Quito Código postal EC-170522 editorial@uisrael.edu.ec - Teléfono: (02) 255-5741 ext. 113





EDITORIAL

Nos complace presentar el número 02, volumen 02, de la Revista ERUDITUS. En esta publicación, nuestra comunidad científica pone al servicio 4 artículos y un ensayo que han sido resultado de las investigaciones elaboradas con alta rigurosidad científica y metodológica, y que, a su vez, aportan significativamente a diversas áreas del conocimiento.

De acuerdo a las políticas de nuestra entidad editorial: Universidad Tecnológica Israel, los trabajos que se publican son:

“Educación ambiental basada en redes sociales: caso Universidad Tecnológica Israel” es el nombre del primer artículo, este tiene como finalidad aplicar estrategias mediante el uso de redes sociales para dar a conocer las buenas prácticas ambientales, en lo que respecta al cuidado y preservación del entorno de la comunidad universitaria, propiciando una filosofía cultural con respecto al medio ambiente.

Mientras que, en el segundo trabajo: **“Impacto del COVID-19 en el empleo en la ciudad de Quito”**, los autores entendieron a la pandemia como un problema que potencialmente podía estar afectando al empleo en términos de despidos y desmejoramiento de las condiciones de trabajo. Los resultados mostraron que las mujeres eran las más afectadas por la pérdida de empleos, mientras que ambos sexos estaban siendo afectados por un desmejoramiento de sus condiciones laborales, donde el estrés y la sobrecarga de trabajo eran comunes

A su vez, los autores de **“Análisis de la importancia de los modelos de gestión como estrategia de mejora continua en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de la Provincia de Cotopaxi”**, consideraron puntos importantes que afectan al resultado eficiente en la administración pública y la forma que el indicador de las Necesidades Básicas Insatisfechas territoriales tiene un impacto directo con la ejecución de los presupuestos, eje central en atender la demanda de los habitantes.

El cuarto trabajo lleva por nombre **“Influencia del uso de redes sociales en la venta de productos: Microempresa Color Rosa”**. Esta investigación tiene como objetivo analizar la influencia del uso de redes sociales en la venta de productos de una microempresa, siendo actualmente las redes sociales un aliado estratégico de los entes económicos, además de ser las estrategias de marketing de gran importancia para potenciar la publicidad y elevar los márgenes de ganancia de medianas y grandes empresas.



Y para finalizar, se publica el ensayo “**Del comportamiento organizacional a la práctica de producción del sentido**”, cuyo propósito fue presentar algunas reflexiones sobre la práctica en la producción del sentido que se atribuyen a las organizaciones, producto del tránsito de las mismas, de la modernidad a la posmodernidad.

El impacto de estas investigaciones, dentro de la comunidad científica, permitirá replantear modelos y herramientas para generar propuestas de intervención que contribuyan con la solución de ciertos problemas existentes en la sociedad, relacionados con los temas aquí tratados.

De esta manera dejamos a disposición de los lectores este material de transferencia y difusión del conocimiento.

Mg. William Fernando Ortega Naranjo
Editor de la Revista ERUDITUS

Educación ambiental basada en redes sociales: caso Universidad Tecnológica Israel

Fecha de recepción: 20-02-2021 • Fecha de aceptación: 16-04-2021 • Fecha de publicación: 10-06-2021

Emily Jamilex Baque Cárdenas¹

Herpro, Ecuador

Jamilex17baq@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1054-0225>

Dayana Pamela Sangucho Tipan²

Magic Touring, Ecuador

dayana-pamela@hotmail.co.uk

<https://orcid.org/0000-0001-5774-4922>

RESUMEN

El presente artículo tiene como fin establecer estrategias que se enfoquen principalmente en dar a conocer las buenas prácticas y el cuidado del entorno medio ambiental, logrando establecer una cultura ambiental dentro de la comunidad de la Universidad Tecnológica Israel, Ecuador, estableciendo referentes que le permitan contar con los insumos y recursos necesarios, y de tal manera, adaptarlos a un fin común que es la adjudicación de una certificación ambiental.

Acorde con la articulación del Acuerdo Ministerial 140, Título I, que se refiere al “Reconocimiento ecuatoriano ambiental punto verde por buenas prácticas ambientales en dependencias administrativas del sector público y privado” se toma en cuenta una metodología descriptiva y analítica que busca establecer resultados mediante la aplicación de una encuesta. Para ello se desarrolló e implementaron estrategias para mejorar los indicadores medioambientales como son el ahorro de energía eléctrica, ahorro de agua, el uso adecuado de los desechos generados, consumo de papel, consumo de productos sustentables, espacios verdes, estrategias de marketing e investigaciones de campo.

PALABRAS CLAVE: educación ambiental, certificación ambiental, buenas prácticas ambientales, medio ambiente, estrategias medioambientales, reciclaje.

ABSTRACT

The purpose of this article is to establish strategies that focus mainly on raising awareness of good environmental practices and care for the environment, thus establishing an environmental culture within the community of the Universidad Tecnológica Israel, Ecuador, establishing references that allow it to have the necessary inputs and resources, and thus, adapt them to a common goal, which is the award of an environmental certification.

In accordance with the articulation of the Ministerial Agreement 140, Title I, which refers to the “Ecuadorian environmental green dot recognition for good environmental practices in administrative agencies of the public and private sector”, a descriptive and analytical methodology is taken into account that seeks to establish results through the application of a survey. To this end, strategies were developed and implemented to improve environmental indicators such as electricity savings, water savings, proper use of waste generated, paper consumption, consumption of sustainable products, green spaces, marketing strategies and field research.

KEYWORDS: environmental education, environmental certification, good environmental practices, environment, environmental strategies, recycle.

Introducción

Actualmente los problemas ambientales a nivel mundial son resultado de acciones concretas de contaminación, sobreexplotación y uso inequitativo o no sustentable de los recursos naturales del planeta. Por ende, a nivel mundial, y para ayuda a la subsistencia de otras especies del ecosistema, además el reciclaje, se ha establecido como un eje esencial para la sociedad y su nivel económico, enfatizando siempre la conservación del medio ambiente (TYS Magazine, s.f), mediante asociaciones que hacen del reciclaje una fuente de ingresos diario, es decir, su forma de subsistir.

Se considera hoy en día el negocio del reciclaje es el eje principal para la economía ecuatoriana. Se considera este como parte de un proceso de innovación de nuevos nichos de mercado debido a que, en varias instituciones, tanto públicas, como privadas, se trabaja en el cuidado y preservación del medio ambiente, logrando fortalecer de esa manera la importancia de cuidar a la naturaleza y los ecosistemas que lo rodean sin dejar a un lado el poder de crear nuevas alternativas a base de productos que son considerados chatarra, plástico, hierro, cartón y vidrio.

Es por eso que el presente trabajo dará a conocer información adecuada de gestión ambiental, la misma que permitirá reducir el impacto ambiental en la Universidad Tecnológica Israel con ayuda de los estudiantes y docentes de la institución con quienes se trabajará conjuntamente para la obtención del distintivo ambiental.

En los últimos años el cuidado y preservación del medio ambiente se ha constatado como una de las prioridades dentro de varias instituciones educativas y empresas, la Universidad Tecnológica Israel (mencionada posteriormente como UISRAEL), sumándose a estas iniciativas, busca generar y lograr una certificación ambiental enfocada en ser una institución amigable con el ambiente bajo el término usado por varios autores como “Eco-friendly” (Bharagava & Chowdhary, 2019), destacando que la institución se ve motivada por la puesta en marcha de buenas prácticas ambientales, mismas que pretenden reducir el impacto ambiental dentro de la institución.

Además, se puede incluir como parte del proceso investigativo a la educación ambiental, denominada por Barrios (2018) como parte de un proceso educativo permanente que pretende incentivar el cuidado del ambiente y preservar los recursos de las generaciones presentes y futuras.

De esta manera, la comunidad universitaria se encaminará en la protección del medio ambiente, adquiriendo nuevas costumbres que permitan reducir la contaminación de cada una de las áreas estudiantiles, oficinas, áreas de recreación o descanso y pasillos, reduciendo la contaminación ambiental.

El objetivo del presente trabajo de investigación es desarrollar estrategias para mejorar los indicadores medio ambientales de la UISRAEL mediante la ejecución y aplicación de estrategias ambientales en redes sociales como YouTube y Facebook.



Las estrategias medio ambientales ejecutadas tienen como fin el crear una cultura sostenible dentro de la comunidad y así erradicar los problemas ambientales existentes mediante la aplicación y socialización de nuevos procesos que fomenten el consumo, la producción sostenible, buenas prácticas ambientales, innovación en cuanto a materia ambiental y el uso de las 3R: Reducir, Reciclar y Reutilizar (Pelaez & Hernández, 2019). Estableciendo como resultado la adquisición de conocimientos y la aplicación de tips que permitan a la comunidad contar con hábitos amigables con el medio ambiente. Dentro de redes sociales como YouTube y Facebook se generó promoción y se logró establecer una cultura ambiental favorable dentro de la comunidad universitaria.

1.1 Fundamentos teóricos aplicados

El Ministerio del Ambiente (2017) en su Art. 2 de la Ley de Gestión Ambiental señala que “los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales, a los cuales se sujeta la gestión ambiental” deben apuntar a la consecución de modelos y formas que abalen modelos medioambientales en cualquier empresa de servicios.

Así mismo, en el Art. 3 determina al logo punto verde como un acuerdo instalado en el manual de uso de la marca que englobe procesos productivos y permitan la creación y ejecución de actividades productivas y responsables con el medio ambiente, creando referentes que apunten a crear ecoeficiencia que toma en cuenta la reducción de forma progresiva de impactos ambientales y la continuidad de uso de los recursos a lo largo de su ciclo.

A su vez, en los Art. 7 y 8 del Acuerdo Ministerial 140 se establece al esquema de certificación ambiental como “ La Certificación Ecuatoriana Ambiental Punto Verde perteneciente al esquema de certificación Nro. 6, que certifica a procesos y servicios de acuerdo a la Norma ISO 17067” evaluación de la conformidad — fundamentos de la certificación de productos, procesos y/o servicios así como directrices para los esquemas de certificación” y a los actores involucrados como autoridades ambientales a la SCA que lidera el proceso de certificación en varias direcciones provinciales y distritales.

De acuerdo con Universia (2019), la educación ambiental es el “el aprendizaje y concientización en cuanto a cuestiones ambientales que permite a las personas involucrarse y llevar adelante diversas acciones favorables y susceptibles con el medio ambiente” en la cual el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) se constituye como el principal organismo en fomentar, evaluar y dar seguimiento continuo en materia ambiental. Su trabajo contribuye al desarrollo del medio ambiente con normativas, acuerdos y directrices gubernamentales para enfrentar los problemas ambientales existentes.

Por medio de la educación ambiental se busca generar cambios sociales, culturales y ambientales a partir del desarrollo de valores propios con responsabilidad y desempeñando un papel constructivo en la sociedad. En cuanto a su importancia se destaca la ejecución de actividades que

permitan medir su eficacia y solventar problemas en cuanto a impactos en el medio ambiente y su deterioro (Ordóñez et al., 2018).

A continuación, se presentan algunos términos utilizados para la gestión ambiental.

- **Marketing ecológico**

Según el estudio realizado por Fernández (2016), se puede considerar como marketing ecológico a la manera de efectuar el intercambio con el fin de ser grata para las partes que intervienen como la sociedad y el entorno natural.

Llevar a cabo el marketing ecológico tiene como finalidad establecer índices de sostenibilidad dentro de los procesos productivos que requieren de manera obligatoria hacer uso los productos manufacturados, tomado en cuenta que los recursos naturales son fundamentales y su conservación lo es aún más (Salas, 2018).

- **Gestión de residuos**

Existen varias definiciones de basura, pero la mayoría coincide en que se trata de todos los desechos mezclados que se producen como consecuencia de las actividades humanas, ya sean domésticas, industriales, comerciales de servicios.

De esta manera, se considera para la gestión de residuos los desechos no gestionados, desechos orgánicos, plástico, pilas, tornes y cartuchos, equipos electrónicos, metal, vidrio, madera, *tetra pack*, fluorescentes, baterías, llantas, papel y cartón (Bastantes, 2012).

- **Reciclar**

Según Sanmartín et al., (2017) el reciclar es convertir objetos que son utilizados en el hogar, colegio u oficina tales como plástico, papel, aluminio, madera y vidrio en algo novedoso.

En el Ecuador se generan alrededor de 11.341 toneladas diarias de residuo, es decir, un aproximado de 4'139.512 Tm/año, de los cuales 61,4% son orgánicos, papel + cartón 9.4%, plástico 11%, vidrio 2.6%, chatarra 2.2%, y otros 13.3% (Ministerio del Ambiente y Agua, s.f).

Para sumarse a la tendencia (Ministerio de Turismo, 2019) del reciclaje y enseñarles a proteger su entorno, se debe educar en acciones sencillas como:

- No tirar botellas plásticas.
- Manualidades en pequeñas macetas para las plantas, huertos pequeños, envases etc.
- Usar bolsas reutilizables.

- Guardar los frascos vacíos. Se los reutiliza en la cocina o para guardar cosas pequeñas.

- **Reducir**

Se refiere a no consumir productos que a futuro destruyan el medio ambiente esto se logra desechando menos basura.

- **Reutilizar**

Volver a utilizar productos que se consideran obsoletos.

Por ello se establecen referentes tales como Producción Más Limpia (PML), la cual es considerada como parte fundamental en la aplicación de buenas prácticas ambientales e innovación, la cual logra aumentar su eficacia y procedencia (Van Hoof & Saer, 2018).

- **Política ambiental**

Busca crear y optimizar los recursos medioambientales y varios agentes económicos y sociales. Por lo general, esta es la causa y el motor para la implantación y mejora del Sistema de Gestión Ambiental en una organización empresarial, por lo tanto, es denominada como la declaración de intenciones medioambientales por parte de la empresa, determinada como la legislación aplicable en materia de medioambiente.

- **Línea base**

Es la principal consideración de todos los indicadores esperados en el desarrollo de un proyecto social. Por lo tanto, el valor de los indicadores se puede entender al inicio de la acción planificada, es decir, establece el punto de partida del proyecto (Generalitat Valenciana, 2017).

- **Gestión ambiental**

Mediante el uso y aplicación de los medios legales, de planificación, técnicos, administrativos, financieros y económicos, diversos actores pueden participar en la gestión de las condiciones ambientales regionales para lograr el normal funcionamiento del ecosistema y mejorar su calidad.

- **Incentivos ambientales**

Son herramientas económicas establecidas en leyes y reglamentos para promover el cumplimiento de la normativa ambiental. En Ecuador, el Ministerio del Ambiente estableció el “Marco del mecanismo de incentivo ambiental” mediante el Acuerdo Ministerial N°140.

- **Sostenibilidad**

Según Zarta (2018), este es parte fundamental de varios procesos que permiten satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, pero sin comprometer a las generaciones futuras. Así también, según la Organización Mundial del Turismo, se establece al desarrollo sostenible

como eje primordial en la aplicación de estrategias que manejen a la sostenibilidad como objetivo primordial de prácticas ambientales.

- **Distintivo ambiental**

El distintivo ambiental es una subvención a todas las organizaciones, organismos tanto públicos como privados y entidades educativas, que hayan superado procedimientos de diagnóstico y evaluativos para demostrar que respetan el medio ambiente en su prestación de servicios.

Es un instrumento más para todo el sector organizacional y se une a las acciones amigables con el medio ambiente que llevan a cabo los niveles de gobierno en la actualidad.

- **Impacto ambiental**

Permite reducir la contaminación en el ambiente natural y la producción de desechos, además de incrementar la eficiencia de la utilización de recursos naturales, como el agua y la energía. Con el uso de productos sustentables y el manejo de tecnologías limpias aportan a una mejor gestión ambiental.

- **Impacto económico**

De acuerdo con la Cámara de Zaragoza (2011), implantar un sistema de gestión ambiental mejora la gestión de los recursos produciendo un ahorro en costos. A su vez, se economiza también el consumo de agua, energía y otras, ya que al llevar un control y hacer un seguimiento eficiente, se mejora la eficacia de los procesos.

- **YouTube**

De acuerdo con Prieto & Clemente (2017), además de ser la plataforma de vídeo más usada del mundo, se ha convertido en una herramienta imprescindible para la estrategia de comunicación y publicidad de las marcas, ya que en YouTube se puede generar un contenido audiovisual realmente relevante, con posibilidad de ser interactivo, comentado y compartido

- **Facebook**

Según Berlanga (2021), es una red social con más de 2700 millones de personas en todo el mundo que la utilizan a diario para compartir con su círculo publicaciones de todo tipo. La esencia de esta red es muy sencilla: conectar personas con personas logrando establecer enlaces y resultados en varios aspectos, tanto sociales, como comunicacionales, dentro de la vida cotidiana de los internautas.

Metodología

Se utiliza el diseño de investigación para analizar la certeza de la hipótesis formulada en un contexto en particular o aportar evidencias de los lineamientos de estudio (si no hubiera hipótesis).

Según lo antes mencionado, se toma en cuenta que en el presente proyecto se llevará a cabo la ejecución de una metodología deductiva en la cual “permite pasar de hechos particulares a los principios generales” (Hurtado y Toro, 2007) toma en cuenta bases estadísticas que apuntan a la aplicación de métodos cuantitativos logrando así la derivación de varias consecuencias particulares o individuales a inferencias o conclusiones generales aceptadas.

Este tipo de metodología permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística, por ende se considera uno de los métodos más viables para la obtención de los resultados esperados dentro del proyecto investigativo.

Mediante la aplicación de este método se medirá, con el uso de indicadores, el porcentaje de recursos utilizados y desechos generados en el año 2020/porcentaje de recursos utilizados y desechos generados en el año 2021, el número de estrategias medioambientales realizadas en el año 2020 el número de estrategias medioambientales realizadas en el año 2021, el número de estrategias planteadas en el año 2020 el número de estrategias ejecutadas en el año 2021, número total de videos realizados en el año 2021/ número de reacciones en cada video en el año 2021, número total de estudiantes que realicen el curso en el año 2021/ número de estudiantes aprobados en el año 2021 para el cálculo de resultados se tomarán en cuenta rangos porcentuales mediante el análisis y tabulación de datos obtenidos.

2.1 Instrumentos de recolección de datos

Se considera que las encuestas es una recopilación de información por medio de un cuestionario que se encuentra previamente diseñado con preguntas, con el fin de conocer opiniones de una población. Es por eso que se tomó muy en cuenta este proceso que se aplicó a un determinado grupo de la comunidad estudiantil y docentes de la UISRAEL.

Según lo antes mencionado, se toma como referencia este método de recolección de datos para la planificación y ejecución de este instrumento para medir la eficacia, satisfacción, conocimiento y desempeño por parte de la comunidad, hacia las estrategias propuestas.

En consecuencia, como datos a recolectar se tendrá la relevancia de los temas tratados hacia la comunidad universitaria, la veracidad y captación de conocimientos por parte de los estudiantes, así como los índices de aceptación del curso por parte de los estudiantes y la forma en la que ellos adquieran y repliquen su conocimiento con miembros cercanos a ellos.

Una vez realizada la encuesta con un total de 7 preguntas de selección múltiple, se han logrado obtener los siguientes resultados de forma general.

Tabla 1.
Matriz de respuestas encuesta

PREGUNTA	RESPUESTA
1. Del 1 al 5 (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿En qué escala considera usted que es importante el cuidado al medio ambiente?	535 personas de la comunidad universitaria en una escala de 5 alta consideran de vital importancia el cuidado ambiental.
2. Considera que la adopción de medidas a nivel universitario en cuanto a la protección del ambiente tiene que ser.	381 personas de la comunidad universitaria consideran que la adopción de medidas a nivel universitario debe ser inmediatas.
3. ¿En qué escala (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) usted considera que la Universidad clasifica los residuos?	224 personas de la comunidad universitaria en una escala de 4 alta consideran que la Uisrael si realiza actividades en cuanto a clasificación de residuos.
4. ¿Conoce si la Universidad tiene espacios donde se pueda discutir o conocer sobre temas ambientales?	432 personas de la comunidad universitaria respondieron que no existen este tipo de espacios donde se pueda discutir sobre temas medioambientales.
5. ¿Como te gustaría informarte acerca de las buenas prácticas ambientales y la sostenibilidad ambiental?	369 personas de la comunidad universitaria respondieron que les gustaría mantenerse informados acerca de temas medio ambientales en videos en redes sociales de la universidad.
6. ¿Cuál de las siguientes redes sociales consideras que se encuentra con más frecuencia información sobre temas relacionados al medio ambiente? (Siendo 1 la red menos utilizada y 5 la más utilizada).	407 personas de la comunidad universitaria respondieron que en Facebook se encuentran con mayor frecuencia temas relacionados al medio ambiente.
7. ¿Del 1 al 5 (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) considera usted importante fortalecer una cultura ambiental dentro de la comunidad Israel?	535 personas de la comunidad universitaria en una escala de 5 alta consideran de vital importancia el fomentar una cultura ambiental dentro de la Universidad.

Fuente: *elaboración propia*

El tamaño de la muestra considerada es 6300 estudiantes de las diferentes carreras que posee la Institución de Educación Superior legalmente matriculados periodo académico 2020- 2021.

Se utilizó la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{6300 * (2,576)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (6300 - 1) + (2,576)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{10451.3472}{17.406444}$$

$$n = 600.4297719$$



En la siguiente *Tabla 2* de muestra la planificación de acuerdo al instrumento establecido.

Tabla 2.
Matriz de planificación

RESUMEN DE OBJETIVOS Y ACTIVIDADES	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
PROPÓSITOS			
1. Desarrollar una línea base ambiental de la Universidad Israel.	Porcentaje de recursos utilizados y desechos generados en el año 2020 / Porcentaje de recursos utilizados y desechos generados en el año 2021.	Informe medioambiental.	Falta de información por parte de la Universidad.
2. Desarrollar estrategias para mejorar los indicadores medio ambientales de la Universidad Israel.	Número de estrategias medioambientales realizadas en el año 2020 / Número de estrategias medioambientales realizadas en el año 2021.	Número de proyectos puestos en marcha.	Apoyo de la Universidad para la ejecución de los proyectos.
3. Implementar las estrategias elaboradas para mejorar los indicadores medioambientales de la Universidad Israel.	Número de estrategias planteadas en el año 2020 / Número de estrategias ejecutadas en el año 2021.	Registros de las estrategias puestas en acción.	Interés y compromiso por parte de los estudiantes y profesores.
4. Socialización de videos educativos ambientales dentro de la comunidad Israel.	Número total de videos realizados en el año 2021/ Número de reacciones en cada video en el año 2021.	Redes sociales de la Universidad Israel.	Recepción e interacción por parte de la comunidad universitaria.
5. Socialización de post ambientales con la comunidad Israel.	Número total de estudiantes que realicen el curso en el año 2021/ Número de estudiantes aprobados en el año 2021	Plataforma de Educación Continua	Interés por parte de la comunidad
RESULTADOS			
1. Informe de la línea base de la Universidad Israel.			
2. Socialización de las buenas prácticas ambientales y el cuidado ambiental por medio de redes sociales a la Comunidad Israel.			
3. Videos informativos ambientales a la Comunidad Israel.			
4. Socialización de post ambientales con la comunidad Israel.			

Fuente: *elaboración propia*

De acuerdo a lo anterior, es importante mencionar que la obtención del distintivo ambiental otorga a la organización mayor prestigio, ya que la sociedad en general y los clientes en particular mejoran su percepción hacia aquellas organizaciones que muestran su compromiso con el Medio

Ambiente.

El reconocimiento del compromiso respecto al medio ambiente potencia la imagen ante la sociedad, además de incentivar al personal administrativo y estudiantes sobre la importancia del respeto a la naturaleza y a través de las estrategias propuestas en el proyecto se involucrarán realmente en su cuidado y, en la medida de lo posible, reducirán su impacto negativo ambiental.

A su vez, mejora la calidad de vida de los ciudadanos sin comprometer los recursos naturales actualmente y para las futuras generaciones, lo que permite identificar estrategias que minimicen la contaminación ambiental en sus actividades.

Resultados

Actualmente la modernidad ha conllevado a grandes proyectos que se realicen mediante las redes sociales y plataformas de internet llevando consigo una buena aceptación por parte de los implicados a fortalecer el cuidado ambiental.

Crear conciencia (Línea Verde, s.f) en los estudiantes de la Universidad Israel, mediante la difusión masiva de trípticos y videos referentes al cuidado ambiental, desechos peligrosos, ahorro de energía, agua, y el uso correcto de las tres R “s” se realizará a través de las plataformas oficiales de la Universidad.

Las estrategias medio ambientales ejecutadas tienen como fin el crear una cultura sostenible dentro de la comunidad Israel y así erradicar los problemas ambientales existentes en la Universidad mediante la aplicación y socialización de nuevos procesos que fomenten el consumo y producción sostenible, las buenas prácticas ambientales, la innovación en cuanto a materia ambiental y el uso de las 3R dando como resultado la adquisición de conocimientos y la aplicación de tips que permitan a la comunidad contar con hábitos amigables con el medio ambiente.

Se escogieron las redes de mayor afluencia como Facebook y YouTube para la aplicación de las estrategias medio ambientales mediante el establecimiento de un marketing ecológico, lo que permite su difusión de manera rápida entre los internautas, además de lograr obtener reacciones acerca de los temas abordados dentro de las redes. Al ser dos de las redes con mayor cantidad de internautas, se ha logrado focalizar de manera inmediata las publicaciones y videos colocados dentro de las mismas logrando establecer en la audiencia un interés genuino a temas medioambientales.

A continuación, se presentan una serie de imágenes que se realizaron para la concientización.





Figura 1. ¿Por qué debemos reciclar?
Fuente: elaboración propia



Figura 2. Residuos peligrosos
Fuente: elaboración propia



Figura 3. Agua y energía
Fuente: elaboración propia

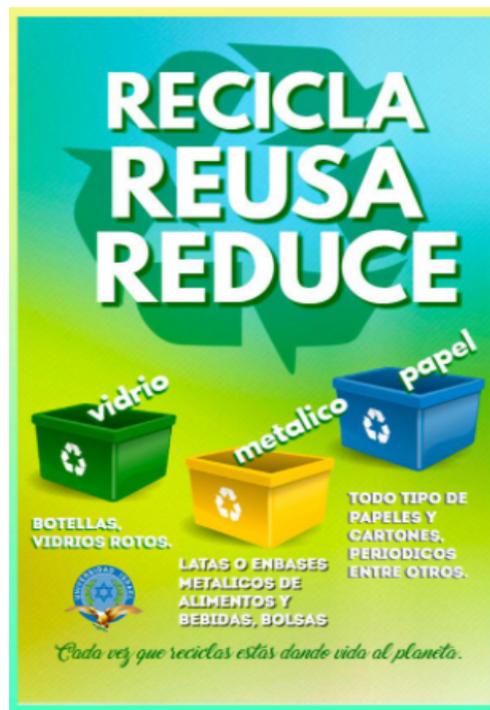


Figura 4. Recicla, Reduce, Reúsa
Fuente: elaboración propia

A su vez, también se realizaron una serie de videos, el primero se llamó “Promover el cuidado ambiental en el hogar” (*Tabla 3*), este se basó en el incentivo del hábito de preservación y protección del medio ambiente, inculcando nuevas estrategias y valores para cuidado del ecosistema y del suelo.

Tabla 3.
Posteo video 1 redes sociales

Me gusta	56	Reacciones de personas que les gusta el contenido sin tener que dejar ningún tipo de comentario en el post.
Me encanta	9	Es el interés que tuvo la publicación para pedir que llegue a más audiencia
Me importa	1	Es la perseverancia al post realizado
Comentarios	1	Se puede destacar la reacción del contenido sea de aceptación o reacción a lo postado
Número de veces compartido el post	4	Viralización del contenido

Fuente: *elaboración propia*

En la siguiente *Tabla 4* se muestran los resultados del segundo producto audiovisual enmarcado en los desechos peligrosos

Tabla 4.
Posteo redes sociales: video 2 “Desechos peligrosos”

Me gusta	37	Reacciones de personas que les gusta el contenido sin tener que dejar ningún tipo de comentario en el post.
Me encanta	5	Es el interés que tuvo la publicación para pedir que llegue a más audiencia
Me importa	0	Es la perseverancia al post realizado
Comentarios	0	Se puede destacar la reacción del contenido sea de aceptación o reacción a lo postado
Número de veces compartido el post	1	Viralización del contenido

Fuente: *elaboración propia*

A su vez, se presentó un tercero que reflejó el cuidado y preservación del agua y energía, los cuales han sido considerados como una de las principales fuentes dentro de la planificación y ejecución de estrategias base que permiten a la comunidad crear hábitos sostenibles dentro de la institución.

En el cuarto audiovisual se impulsó y generó procesos estratégicos del buen uso y manejo de

residuos por lo cual mediante la publicación del video del correcto uso de las 3R se fomentará y creará hábitos de consumo sostenible dentro de la comunidad Israel.

En la *Tabla 5* se muestran los indicadores finales de las propuestas.

Tabla 5.
Indicadores de éxito final de la propuesta

FECHA INICIO	CANALES	INICIAL	FECHA FINAL	ACTUAL	SEGUIDORES GANADOS
1/12/2020	YouTube	246	19/2/2021	258	12
1/12/2020	Facebook	103222	19/2/2021	104468	1246

Fuente: *elaboración propia*

Se considera que la plataforma de Facebook es en la que más se interactúa a diario, por lo que se establece como la principal para la promoción de estas buenas practicas.

Se consideran las siguientes características de esta red social:

- Créditos como una moneda digital que permite a los usuarios de esta red adquirir productos o servicios pagando al instante.
- Controles de privacidad brindando a cada usuario la facilidad de bloquear y respaldar su información dentro de la red.
- Grupos: disposición de varios espacios para la creación de varios grupos de interés enfocados en el uso compartido de información.
- Mensajes: varias formas de comunicación digital surgieron a raíz de que varios usuarios de esta red demandaron por más posibilidades de comunicación instantánea y ágil.

A su vez, se toma en cuenta también algunas desventajas como:

- Los servicios digitales de Facebook presentan cierta restricción al ser integrados con otros servicios.
- Los datos publicitarios pueden ser una barrera debido a que varios datos que se encuentran en esta red pueden verse en peligro.
- Infiltración de datos personales si no existe una ley de protección de este tipo de información.

Con la ejecución de la presente propuesta mediante, la aplicación de estrategias comunicacionales, se logró crear consciencia dentro de la comunidad universitaria, por lo cual se enfatizó en temas de cuidado y preservación ambiental estableciendo indicadores que han logrado generar resultados a mediano y largo plazo dentro de la comunidad universitaria. Además, se logró enfatizar en la promoción y marketing dentro de redes sociales como Facebook y YouTube, lo cual

generó resultados relevantes cerca de un 40%, donde de la comunidad universitaria visualizó e interactuó en los videos y publicaciones realizados en estas redes, lo cual ayudó a la generación de otras estrategias comunicacionales para alcanzar un objetivo común que es la adjudicación de la certificación ambiental.

Conclusiones

Mediante el análisis de la situación actual de la Universidad Israel en proyectos ambientales se pudo constatar que existe falencia y desconocimiento en temas de conservación ambiental afectando en gran medida la concientización por parte de la Comunidad UISRAEL en la ejecución del proyecto de estudio, por lo cual se han puesto en marcha estrategias que han permitido el fomento de una cultura medioambiental dentro de la institución

En base a los videos e infografías informativas publicadas en las plataformas de Facebook y YouTube, se pretende mejorar, crear e implementar temas sobre el medio ambiente fomentando la preservación, cuidado y ejecución de actividades medioambientales dentro de la institución.

Como parte de las conclusiones también se obtuvo que mediante la ejecución y viralización de las publicaciones audiovisuales informativas se logró promover el cuidado del medio ambiente en el hogar, generando una correcta eliminación de los desechos tóxicos, fomentando el ahorro de energía y agua, y el uso correcto de las 3R prevaleciendo en todo momento la preservación de estos recursos.

Con la aplicación de las estrategias medioambientales, como la ejecución de infografías en cuanto a reciclaje y cuidado ambiental, así como buenas prácticas ambientales, el diseño y publicación de videos se ha fomentado dentro de la comunidad universitaria con una cultura de protección, cuidado, creación de hábitos sostenibles y sustentables llegando a despertar el interés de toda la comunidad en temas medioambientales.

Referencias

- Barrios, L. A. (2018). La educación ambiental en el contexto escolar. *Editorial Universitaria Pedagógica Varona*.
- Bastantes, M., & Belén, M. (2012). Estudio de Manejo de Residuos Sólidos Urbanos en la Matriz de la Universidad Israel e Implementación de Basureros de Reciclaje (Bachelor's thesis, Quito: Universidad Israel, 2012).
- Berlanga, L. (23 de marzo de 2021). Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social. Ciudadano 2.0 <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-facebook/>
- Bharagava, R. N., & Chowdhary, P. (Eds.). (2019). *Emerging and eco-friendly approaches for waste management*. Springer Singapore. <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-981-10-8669-4>
- Cámara de Zaragoza. (06 de julio de 2011). ¿Cuáles son las principales ventajas de implantar un Sistema de Gestión Ambiental? <https://www.camarazaragoza.com/faq/cuales-son-las-principales-ventajas-de-implantar-un-sistema-de-gestion-ambiental-sga/>
- Fernández, M. (16 de febrero de 2016). ¿Qué es el Marketing verde o ecológico? MGlobal Marketing. <https://mglobalmarketing.es/blog/marketing-verde-ecologico-como-se-aplica-y-beneficios/>
- Generalitat Valenciana. (2017). Guía para elaboración de los estudios de línea base de los proyectos subvencionados por la generalitat 2017. Dirección General de Cooperación y Solidaridad. <https://bit.ly/3bvWCNB>
- Hurtado León, I., & Toro Garrido, J. (2007). Paradigmas y métodos de investigación. *Tiempos de Cambio*.
- Línea verde. (s.f). Especiales ambientales. LA EDUCACIÓN AMBIENTAL. <https://bit.ly/3wctwG7>
- Ministerio del Ambiente. (2017). Código Orgánico del Ambiente Registro Oficial Suplemento 983. https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf
- Ministerio de Turismo. (2019). Informe de Tendencias Globales en Consumo, Tecnología y Turismo 2019. <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2015). Marco institucional para incentivos Ambientales. Acuerdo Ministerial 140. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Acuordo-140.pdf>

- Ministerio del Ambiente y Agua. (s.f). MAE entregó estudio de Pre- inversión para Gestión Integral de Desechos Sólidos del cantón Durán (Guayas). <https://www.ambiente.gob.ec/mae-entrego-estudio-de-pre-inversion-para-gestion-integral-de-desechos-solidos-del-canton-duran-guayas/>
- Ordóñez-Díaz, M. M., Montes-Arias, L. M., & Garzón-Cortés, G. D. P. (2018). Importancia de la educación ambiental en la gestión del riesgo socio-natural en cinco países de América Latina y el Caribe. *Revista Electrónica Educare*, 22(1), 345-363. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.22-1.17>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (s.f). Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. <https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). Desarrollo sostenible. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Pelaez, M. P., & Hernández, S. A. (2019). Accionando las 3R. Propuesta de educación ambiental. In *V Jornadas de Enseñanza e Investigación Educativa en el campo de las Ciencias Exactas y Naturales* (Ensenada, 8 al 10 de mayo de 2019).
- Prieto, R. A., & Clemente, J. (2017). YouTube como herramienta significativa para la estrategia de comunicación de marcas: caso de estudio de engagement, insight y creatividad de las cinco campañas más relevantes a nivel mundial de la plataforma de video. *Comunicación y Hombre*, (13), 201-216. <https://www.redalyc.org/pdf/1294/129449617011.pdf>
- Salas Canales, H. J. (2018). Marketing ecológico: La creciente preocupación empresarial por la protección del medio ambiente. *Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 15(15), 151-170. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2018000100010
- Sanmartín Ramón, G. S., Zhigüe Luna, R. A., & Alaña Castillo, T. P. (2017). El reciclaje: un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(1), 36-40. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100005
- Secretaría del Ambiente. (s.f.). Desarrollo sostenible. <https://www.quito.gob.ec/index.php/quito-por-temas/ambiente>
- TYS Magazine. (s.f). 50 Conceptos indispensables para el estudio del medio ambiente. <https://www.tysmagazine.com/50-conceptos-indispensables-estudio-del-medio-ambiente/>
- Universia. (23 de julio de 2019). Educación ambiental: importancia y fundamentos <https://www.universia.net/ar/actualidad/actualidad.orientacion-academica.educacion-ambiental-importancia-fundamentos-1165440.html>

Van Hoof, B., Monroy, N., & Saer, A. (2018). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental. Universidad de los Andes.

Vásquez Rodríguez, W. (2020). Metodología de la investigación. Manual del estudiante. Ciudad Universitaria Santa Anita, 2020. <https://bit.ly/2RXtgvQ>

Zarta Ávila. P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, (28), 409-423. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>



Copyright (c) 2021 Emily Jamilex Baque Cárdenas y Dayana Pamela Sangucho Tipan



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons 4.0](#).

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

Impacto del COVID-19 en el empleo en la ciudad de Quito

Fecha de recepción: 15-02-2021 • Fecha de aceptación: 05-04-2021 • Fecha de publicación: 10-06-2021

Michel Esthefanía Arévalo Ávila¹

Puntonet S.A., Ecuador

esthefanía.arevalo.avila@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7652-6509>

Jhonnatan Vinicio Reascos Tapia²

Puntonet S.A., Ecuador

jhovi_reta_14@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7750-7641>

Héctor Sebastián Pérez Manosalvas³

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador

hperez@uisrael.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5187-1015>

RESUMEN

El artículo presentado entendió a la pandemia como un problema que potencialmente podía estar afectando al empleo en términos de despidos y desmejoramiento de las condiciones de trabajo. El objetivo es determinar el impacto del COVID-19 en el empleo en la ciudad de Quito, Ecuador. Se implementó una metodología cuantitativa y empírica-descriptiva, se recolectaron datos de 50 personas de la ciudad de Quito para evaluar el impacto de la pandemia en los puntos señalados. Los resultados mostraron que las mujeres eran las más afectadas por la pérdida de empleos, mientras que ambos sexos estaban siendo afectados por un desmejoramiento de sus condiciones laborales, donde el estrés y la sobrecarga de trabajo eran comunes. La solución, según se evaluó, pasa por la aplicación de estrategias de las empresas públicas y privadas en términos del manejo de su talento humano.

PALABRAS CLAVE: empleo, Covid-19, pandemia, desempleo, despedidos.

ABSTRACT

The article presented understood the pandemic as a problem that could potentially be affecting employment in terms of layoffs and deterioration of working conditions. The objective is to determine the impact of COVID-19 on employment in the city of Quito, Ecuador. A quantitative and empirical-descriptive methodology was implemented, data were collected from 50 people in the city of Quito to evaluate the impact of the pandemic on the points indicated. The results showed that women were the most affected by the loss of jobs, while both sexes were being affected by a deterioration of their working conditions, where stress and work overload were common. The solution, as assessed, lies in the implementation of strategies by public and private companies in terms of managing their human talent.

KEYWORDS: employment, Covid-19, pandemic, unemployment, dismissal.

Introducción

El empleo es uno de los motores principales del desarrollo económico y social para cualquier país (Kubicek & Korunka, 2017). Gracias al empleo, no sólo es posible aumentar la competitividad productiva de las empresas, sino también desarrollar una población con mayores oportunidades de compra, lo cual ayuda que las condiciones de vida de esa población sean cada vez mejores (Young Lee & Lee, 2018). Por esta razón, y otras más, el empleo es un bien primordial que muchas naciones protegen a toda costa.

El problema radica en que el empleo, por cuestiones de economía básica, suele ser muy afectado en tiempos de crisis; tiempos en los que la producción decae drásticamente y es imposible mantener una masa trabajadora amplia en cada empresa (González, 2017). Estas situaciones, a veces previsible, a veces no, suelen impactar negativamente en el empleo, bien sea a través de la reducción de los salarios (y en ocasiones las condiciones laborales) o bien reduciéndose la cantidad de trabajadores por empresa. Estas realidades han acontecido en todo el mundo a través del tiempo, repitiéndose nuevamente en este año 2020 debido a la pandemia por COVID-19 (Arce, 2020).

La pandemia denominada COVID-19 que apareció a finales de diciembre del 2019 en Wuhan, China, ha causado muchos problemas a nivel económico en todo el mundo, donde Ecuador ha sido uno de los países más afectados de la región de América Latina.

Según el Banco Central del Ecuador (2020), el PIB del país decreció la pasmosa cifra de 12,4% sólo en el segundo trimestre del 2020, situación sólo comparable con la de la crisis previa a la dolarización. La causa principal de este impresionante declive de la economía nacional fue, sin duda, el COVID-19 (Quevedo Barros, Vásquez Lafebre, Quevedo Vasquez, & Pinzón Prado, 2020). Por la facilidad de transmisión del virus, la población se vio obligada a un tiempo de confinamiento, lo cual trajo consigo un declive en la economía nacional, sobre todo en el sector comercial y turístico.

El confinamiento provocó una reducción drástica de las ventas en casi todos los sectores económicos del país y, con ello, una pérdida masiva de empleos. Esto, según se comprende, sucedió e incluso sigue sucediendo en todas las provincias y cantones del país (Cevallos, Calle, & Ponce, 2020). Pero, pese a esta generalidad, surge la duda específica de conocer cómo impactó el COVID-19 en el empleo de una ciudad en particular, una de las más importantes para el país: Quito. En este sentido, el presente artículo se enfoca en, justamente, dar a conocer esta realidad en el cantón, para así ofrecer una perspectiva más completa de hasta qué punto la pandemia afectó a la ciudad en términos de empleo y la perspectiva a futuro acerca del mismo.

Dicho planteamiento investigativo se justifica por ser una manera de arrojar luz sobre una realidad que todavía no ha acabado. La pandemia aún está lejos de terminar y es necesario evaluar correctamente, desde cualquier trinchera, los impactos de la misma sobre diferentes dimensiones, donde el empleo es una de las más importantes. En este sentido, este artículo resulta muy importante como herramienta contextual sobre el empleo en la ciudad de Quito a raíz de la pandemia. También resultará útil para referenciar y servir de base a otros trabajos futuros que

podrán encontrar en este artículo un exponente bastante completo del impacto del COVID-19 en el empleo en la ciudad de Quito. También se justifica desde lo académico, al ser este un trabajo capaz de permitir el análisis crítico de la situación desde las bases obtenidas por quien suscribe con relación a la profesión que se cursa.

De esta manera, se establece como objetivo general determinar el impacto del COVID-19 en el empleo en la ciudad de Quito. Como objetivos específicos, se determinan tres, que permitirán alcanzar el objetivo general planteado. Dicho esto, los específicos serían: analizar las consecuencias que tuvo el COVID-19 en la pérdida de empleos en la ciudad de Quito; evaluar el impacto que tuvo el COVID-19 en la degradación de las condiciones de empleo en la ciudad de Quito; valorar las mejores opciones que poseen las empresas y el sector público para reducir los impactos causados por COVID-19 en el empleo en la ciudad de Quito.

Metodología

Este artículo aplicó una metodología de enfoque cualitativo y cuantitativo. López Roldán y Fachelli (2015) aseguran que las investigaciones de tipo cuantitativa son ideales dentro de las ciencias sociales, ofreciendo ventajas de generalización de resultados y descripción rápida de las variables de estudio. También es un enfoque metodológico confiable, ya que permite la aplicación de técnicas e instrumentos cuantitativos que son los adecuados cuando se desea realizar análisis estadísticos de una realidad en concreto; por otro lado, Sampieri (2003) menciona que la metodología de enfoque cualitativa utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación.

Con respecto al tipo de estudio, el mismo se consideró empírico y descriptivo. El nivel de conocimiento empírico, según Martínez (2017) son aquellos que permiten aplicar conocimientos y evaluar una realidad en el campo, es decir, en donde ocurre en ese momento u ocurrió el fenómeno en cuestión. Como la pandemia sigue su curso y el efecto en Quito sigue siendo afectado por ella, se evidenció la pertinencia de su aplicación para este trabajo.

Finalmente, que el trabajo se haya hecho de tipo descriptivo pasó por el hecho y la necesidad de requerirse información de ciertas variables para conocer el impacto del COVID-19 en el empleo. La descripción sería en este caso otorgada por las consideraciones propias de las personas a abordar a través de los instrumentos de investigación.

Sobre la población y muestra, se consideró como población a todas las personas laboralmente capaces en la ciudad de Quito, mientras que la muestra fue seleccionada por conveniencia, a través del muestreo por bola de nieve. Con dicha técnica, se logró abordar a un total de 50 personas de la ciudad de Quito. Como instrumento de recolección de datos, la técnica que se utilizó fue el cuestionario debido a la conveniencia aplicativa y la versatilidad para el análisis de resultados que, por otro lado, se realizó mediante estadística descriptiva.

El cuestionario es de autoría de los investigadores y consta de 19 preguntas, mismas que permitirán conocer a fondo la situación laboral actual en la ciudad de Quito.

Es importante mencionar que para el desarrollo de esta investigación se trató de aplicar una fórmula de muestreo finito; sin embargo, debido a factores sociales, problemas ocasionados por la pandemia y sobre todo el tiempo limitado para su desarrollo, se optó por el muestreo probabilístico, por conveniencia a través de bola de nieve.

Resultados

De las 50 personas evaluadas, los resultados de la aplicación de la encuesta se muestran a continuación. La *Tabla 1* propone las preguntas preliminares. Como se puede observar, de las 50 personas evaluadas 40 poseían edades entre los 18 a 30 años, mientras que 10 tenían una edad comprendida entre los 30 y 50 años. En total, 31 eran hombres y 19 mujeres, 28 trabajaban en el sector público y 22 en el sector privado, perdiendo 34 personas sus puestos de trabajo, con tan sólo 16 conservándolo durante la pandemia.

Tabla 1.
Resultados de las preguntas preliminares.

Pregunta	Respuestas
Edad	18 a 30 años: 40 personas 30 a 50 años: 10 personas.
Sexo	Hombres: 31 personas. Mujeres: 19 personas.
Sector	Público: 28 personas. Privado: 22 personas.
¿Perdió su empleo?	Perdió su puesto de trabajo: 34 personas. No perdió su puesto de trabajo: 16 personas

Fuente: *elaboración propia*

En las *Tablas 2, 3, 4 y 5* se ofrecen los resultados del cuestionario para los hombres y mujeres encuestados. Debajo de cada una de estas tablas se ofrece el análisis correspondiente para las mismas. Cabe resaltar que se empleó sólo estadística descriptiva para la generación de las tablas.

Tabla 2.*Resultados de las mujeres que no perdieron su empleo.*

Mujeres que no perdieron su empleo: 1			
Sector privado:	0	0,00%	
Sector público:	1	3,50%	
#	Pregunta	Si	No
1	Desde la pandemia, tengo más trabajo que antes, pero no me aumentaron el sueldo por ello.	100%	0%
2	Sufrí una reducción de mi sueldo o de beneficios que percibía antes de la pandemia.	0%	100%
3	Algunos de mis compañeros de trabajo perdieron sus empleos a causas de la pandemia.	100%	0%
4	Algunos de mis familiares perdieron sus puestos de trabajo a causas de la pandemia.	100%	0%
5	El trabajo se ha vuelto más complicado, más estresante y menos satisfactorio.	100%	0%
6	Para no perder mi empleo, dejé de percibir salario durante varios meses...	0%	100%
7	Actualmente trabajo mediante teletrabajo.	0%	100%
8	La empresa me ha suministrado los equipos que requiero para poder trabajar desde casa.	0%	100%

Fuente: *elaboración propia*

De acuerdo con la *Tabla 2*, apenas una de las mujeres consultadas no perdió su empleo, esta mujer trabajaba en el sector público, e indicó que ha aumentado su carga laboral en la pandemia. También, a su alrededor, compañeros de trabajo y familiares se han visto afectados por la situación de la pandemia a nivel laboral.

Tabla 3.*Resultados de las mujeres que perdieron su empleo.*

Mujeres que perdieron su empleo: 18			
Sector privado:	10	45,45%	
Sector público:	8	28,57%	
#	Pregunta	Si	No
1	Al ser despedido, me pagaron los beneficios de ley según correspondía.	44,44%	55,56%
2	Hubo otros compañeros en la empresa que perdieron sus empleos en la pandemia.	66,67%	33,33%
3	En mi familia hubo personas que perdieron sus empleos durante la pandemia.	66,67%	33,33%
4	La empresa que me despidió se declaró en quiebra.	22,22%	77,78%
5	Actualmente ya poseo otro empleo.	5,56%	94,44%
6	La empresa nos ofreció posibilidad de reenganche en un futuro...	0,00%	100%
7	Si no me hubiesen despedido, igualmente hubiese renunciado poco después.	0,00%	100%

Fuente: *elaboración propia*

Un total de 18 mujeres (*Tabla 3*) perdieron sus puestos de trabajo, representando el 36% de la muestra evaluada. Estas mujeres expresaron en su mayoría que no les pagaron los beneficios correspondientes, no le ofrecieron reenganche futuro, pese a que la empresa no quebró. La mayoría manifestó que, en su entorno, ya sean familiares o amigos, perdieron su empleo a causas de la pandemia.

Tabla 4.
Resultados de los hombres que no perdieron su empleo.

Hombres que no perdieron su empleo: 15			
Sector privado:	7	31,82%	
Sector público:	8	28,57%	
#	Pregunta	Si	No
1	Desde la pandemia, tengo más trabajo, pero no me aumentaron el sueldo por ello.	100%	0%
2	Sufrió una reducción de mi sueldo o de beneficios que percibía antes de la pandemia.	20%	80%
3	Algunos de mis compañeros de trabajo perdieron sus empleos a causas de la pandemia.	86,67%	13,33%
4	Algunos de mis familiares perdieron sus puestos de trabajo a causas de la pandemia.	100%	0%
5	El trabajo se ha vuelto más complicado, más estresante y menos satisfactorio.	90%	10%
6	Para no perder mi empleo, dejé de percibir salario durante varios meses...	0%	100%
7	Actualmente trabajo mediante teletrabajo.	40%	60%
8	La empresa me ha suministrado los equipos que requiero para poder trabajar desde casa.	0%	100%

Fuente: elaboración propia

En relación a los hombres (*Tabla 4*) que no perdieron sus puestos de trabajo, estos fueron 15 en total (30% de la muestra). No obstante, la mayoría indicó que, por la pandemia, tenía más trabajo que antes con el mismo sueldo, no sufrió una degradación de los beneficios que recibía, familiares y amigos perdieron su puesto de trabajo y se ha vuelto su empleo más estresante que en el pasado.

Tabla 5.
Resultados de los hombres que perdieron su empleo.

Hombres que perdieron su empleo: 16			
Sector privado:	5	22,73%	
Sector público:	11	39,29%	
#	Pregunta	Si	No
1	Al ser despedido, me pagaron los beneficios de ley según correspondía.	62,50%	37,50%
2	Hubo otros compañeros en la misma empresa que perdieron sus empleos...	93,75%	6,25%
3	En mi familia hubo personas que perdieron sus empleos durante la pandemia.	81,25%	18,75%
4	La empresa que me despidió se declaró en quiebra.	25%	75%
5	Actualmente ya poseo otro empleo.	62,5%	37,5%
6	La empresa nos ofreció posibilidad de reenganche en un futuro...	0,00%	100,00%
7	Si no me hubiesen despedido, igualmente hubiese renunciado poco después.	0,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia

Finalmente, un total de 16 hombres perdieron su puesto de trabajo (32%) siendo más evidente esto en el sector público (*Tabla 5*). De los despedidos, la mayoría indicó que, si le pagaron los

beneficios de ley, indicaron que familiares y amigos habían perdido también sus puestos de trabajo. Por otro lado, no les ofrecieron la posibilidad de reenganche de futuro y no tenían, previo a su despido, intenciones de abandonar su trabajo.

Según los estudios realizados por la Revista digital Primicias (Coba G. , 2020) se menciona que, en junio de 2020, la tasa de desempleo en Quito fue de 22,8%, es decir, 7,9 puntos porcentuales por encima de la tasa de Guayaquil y 9,5 puntos porcentuales sobre la tasa de desempleo nacional.

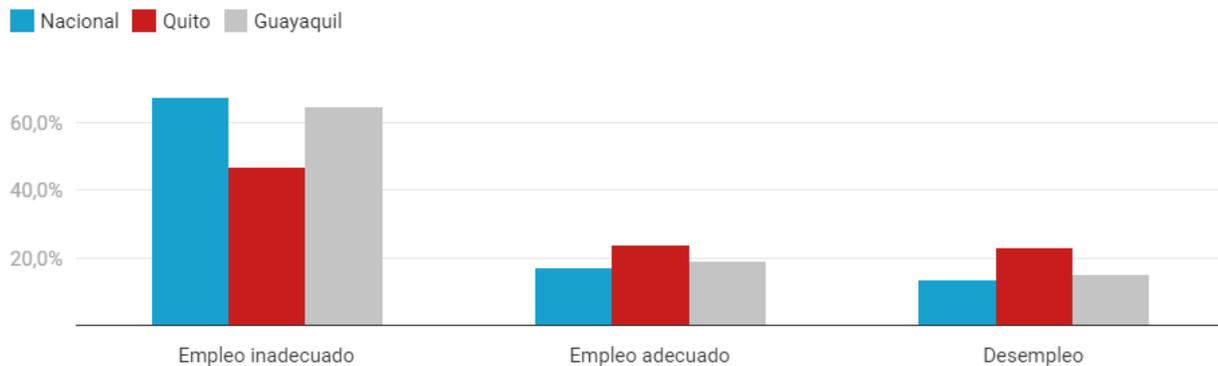


Figura 1. Evolución del empleo mayo/junio 2020

Fuente: Cámara de Comercio de Quito

En la *Figura 1* podemos observar que el 40% de empleo inadecuado se encuentra en la ciudad de Quito, así como el 20% de empleo adecuado y finalmente una tasa de desempleo del 20%, esto en los meses de mayo/junio de 2020.

De la misma manera, en el mes de mayo, El Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, preocupado por ir generando información sobre lo que viene sucediendo en el país alrededor de la pandemia (covid-19), decidió llevar a cabo el estudio Panorama Actual y Perspectivas Futuras sobre los efectos del COVID-19 en el empleo y la Economía del Ecuador, el cual tuvo como objetivo central conocer las percepciones sobre los efectos que, la pandemia que vive el Ecuador y el mundo en general, ha ocasionado en el comportamiento del empleo y las expectativas futuras que van emergiendo sobre la evolución de la economía ecuatoriana (Jaramillo, 2020), obteniendo así el siguiente resultado acerca de la percepción de las condiciones laborales.

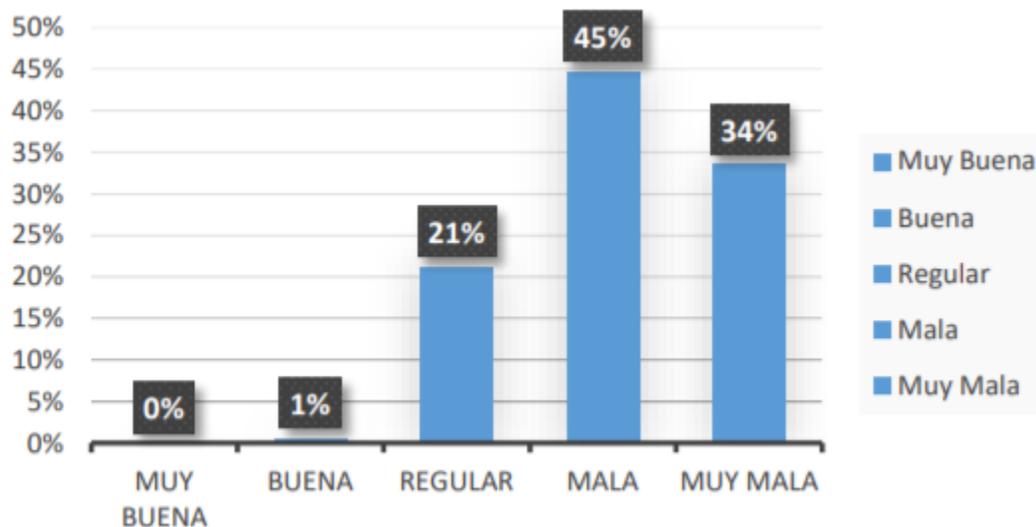


Figura 2. Percepción sobre la situación laboral actual del país

Fuente: Universidad Andina Simón Bolívar – Sede Ecuador

En la *Figura 2* se puede observar que la percepción de la mayoría de personas económicamente activas se encuentra insatisfechos con las condiciones laborales, calificándolas así, como mala y muy mala, es importante recalcar que este estudio se realizó a una muestra de 349 personas, de las cuales el 80% son de la ciudad de Quito.

Es importante mencionar que la aparición de la pandemia también trajo consigo aspectos positivos en el sector laboral, las empresas se vieron en la necesidad de adaptarse a una nueva modalidad mejorando su infraestructura tecnológica para facilitar la conexión remota de sus colaboradores. Otras organizaciones optaron por las ventas *online*, implementado plataformas digitales que le permitieron comercializar sus productos y mantener sus ingresos, ayudando así a la economía del cantón.

El desempleo permitió que muchos identificaran oportunidades de un nuevo emprendimiento que les permita obtener una estabilidad económica.

Según Enriquez (2020), el 82,7 % de ecuatorianos emprende por falta de empleo, 52,7 % por marcar una diferencia; 36,5 % por acumular riqueza y el 35,7 % por continuar una tradición familiar.

Según cifras de la Superintendencia de Compañías (citado en El Universo, 2020), de enero al 8 de mayo del 2020 se constituyeron en el país 1856 nuevas empresas, el 43,96 %. Finalmente, es relevante mencionar que el 22 de junio de 2020 se publicó en el Registro Oficial la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19, en la cual se otorgaba facultades a los empleados para reducción de jornadas lo cual conlleva una reducción salarial, ajustada a las horas laboradas; esto como los principales puntos que llevaron a inconformidades por parte de los colaboradores tanto de la empresa pública como privada.

Conclusiones

De acuerdo a lo desarrollado se concluye que el impacto del COVID-19 en el empleo de la ciudad de Quito responde a tres dimensiones básicas.

- Pérdida significativa de empleos que afectan principalmente a las mujeres y una parcial afectación a las condiciones de empleo pleno que ha provocado una sobrecarga laboral y desmejora de los beneficios percibidos por los trabajadores.
- Como producto del desempleo muchos quiteños decidieron prepararse e iniciar con un emprendimiento, lo cual no solo ayudó a la economía de su hogar, sino también a la del cantón.
- Las posibilidades de mejora para las condiciones laborales de los trabajadores, se puede llevar a cabo con diversas actividades que busquen disminuir el estrés y sobrecarga laboral que tenemos como resultado de la nueva modalidad laboral y éstas serán responsabilidad de cada organización, considerando su giro de negocio.

Referencias

- Arce, O. (2020). El impacto de la crisis del COVID-19 sobre el empleo de los jóvenes y las mujeres. *Informe El trabajador del futuro: Conectado, Versátil y Seguro*. <https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/Sa-laPrensa/IntervencionesPublicas/DirectoresGenerales/economia/Arc/arce080720.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (30 de septiembre de 2020). La economía ecuatoriana decreció 12,4% en el segundo trimestre de 2020. Boletines de Prensa. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Cevallos, G., Calle, A., & Ponce, O. (2020). Impacto social causado por la COVID-19 en Ecuador. 3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico, 44(2), 115-127. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2020.edicionespecial1.115-127>
- Coba, G. (16 de septiembre de 2020). Quito: tres indicadores muestran impacto de la pandemia en la economía. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/indicadores-quito-ciudad-golpeada-crisis-covid/>
- Delgado Jurado, G. I. (2020). Análisis de la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para enfrentar la crisis de la pandemia del COVID 19 dirigido al empleo público y privado. Escuela de Posgrado “ESPOG”. Universidad Israel. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2691/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADMP-378.242-2020-046.pdf>
- El Universo. (18 de mayo de 2020). La creación de empresas cae un 43,96 % en Ecuador en medio de la emergencia por el COVID-19. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/17/nota/7843821/constitucion-em-presas-notarias-covid-19/>
- Enriquez, C. (27 de julio de 2020). Cinco aspectos positivos y negativos sobre la realidad de los lugares de trabajo poscovid-19. Revista líderes. <https://www.revistalideres.ec/lideres/oficinas-coronavirus-teletrabajo-pandemia-encuesta.html>
- González, M. J. (2017). Políticas activas de empleo en la UE en tiempos de crisis económica. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Economía Aplicada III, Madrid. <https://eprints.ucm.es/40750/>
- Jaramillo, W. A. (18 de mayo de 2020). Estudio sobre los efectos del COVID 19 en el empleo y la Economía del Ecuador. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <https://www.uasb.edu.ec/web/observatorio-pyme/contenido?estudio-sobre-los-efectos-del-covid-19-en-el-empleo-y-la-economia-del-ecuador>
- Kubicek, B., & Korunka, C. (2017). Job demands in a changing world of work. *En Research Handbook on Work and Well-Being* (págs. 59-76). Editorial Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781785363269.00009>

- López Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163565/metinvsocua_a2016_cap1-3.pdf
- Martínez, C. A. (2017). Cuatro niveles de conocimiento en relación a la ciencia. Una propuesta taxonómica. *Ciencia Ergo-sum*, 24(1), 83-90. <https://doi.org/10.30878/ces.v24n1a9>
- Quevedo Barros, M. R., Vásquez Lafebre, L. M., Quevedo Vasquez, J. O., & Pinzón Prado, L. T. (2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3). <https://doi.org/10.23857/POCAIP>
- Sampieri, R. (2003). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Young Lee, J., & Lee, Y. (25 de julio de 2018). Job Crafting and Performance: Literature Review and Implications for Human Resource Development. *Human Resource Development Review*, 17(3), 277-313. <https://doi.org/10.1177/1534484318788269>

Copyright (c) 2021 Michel Esthefania Arévalo Ávila, Jhonnatan Vinicio Reascos Tapia y Héctor Sebastián Pérez Manosalvas



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)



Análisis de la importancia de los modelos de gestión como estrategia de mejora continua en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de la Provincia de Cotopaxi

Fecha de recepción: 01-03-2021 • Fecha de aceptación: 10-05-2021 • Fecha de publicación: 10-06-2021

Carmen Marlene Choloquina Escobar

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de “Chugchilán”

carmencholoquinae@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8516-5060>

RESUMEN

Desde el año 2009, con la implementación del Sistema Nacional de Información pública, coordinado por la Secretaría Técnica de Planificación “Planifica Ecuador” que abarca un conjunto organizado en elementos que permiten a la planificación cumplir con las metas en el desarrollo y las finanzas públicas, resulta importante en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales que apliquen un modelo de gestión como un instrumento innovador con la visión de reflejar eficiencia y eficacia a la gestión pública por procesos relacionada a resultados; de esta manera, el presente trabajo de tiene como objetivo analizar la importancia de los modelos de gestión como estrategia de mejora continua en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de la Provincia de Cotopaxi.

Se consideraron puntos importantes que afectan al resultado eficiente en la administración pública y la forma que el indicador de las Necesidades Básicas Insatisfechas territoriales tiene un impacto directo con la ejecución de los presupuestos, eje central en atender la demanda de los habitantes. El trabajo se desarrolló mediante la recolección de datos con encuestas aplicadas a los funcionarios responsables del área/unidad de planificación de los gobiernos municipales y documental, el impacto de la aplicación de un modelo de gestión por procesos permite a los municipios enmarquen su acción en estrategias de mejora continua que lleguen a cumplir con el objetivo que adopten una administración pública eficiente con resultados.

PALABRAS CLAVE: planificación, plan de desarrollo, modelo de gestión, gobiernos autónomos, administración pública, presupuesto.

ABSTRACT

Since 2009, with the implementation of the National Public Information System, coordinated by the Technical Secretariat of Planning “Planifica Ecuador”, which includes a set of organized elements that allow planning to meet the goals in development and public finances, it is important in the Municipal Decentralized Autonomous Governments to apply a management, Thus, the objective of this work is to analyze the importance of management models as a strategy for continuous improvement in the Municipal Decentralized Autonomous Governments of the Province of Cotopaxi.

Important points that affect the efficient result in public administration and the way in which the territorial unsatisfied basic needs indicator has a direct impact on the execution of budgets, the central axis in meeting the demand of the inhabitants, were considered. The work was developed through the collection of data with surveys applied to officials responsible for the planning area/unit of the municipal and documentary governments, the impact of the application of a process management model allows the municipalities to frame their action in continuous improvement strategies that reach the objective of adopting an efficient public administration with results.

KEYWORDS: planning, development plan, management model, autonomous governments, public administration, budget.

Introducción

El marco legal del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD (2015) establece que “la descentralización permite transferir de manera obligatoria, progresiva y definitiva competencias con los respectivos recursos financieros, materiales y tecnológicos desde el Gobierno Central hacia los gobiernos provinciales, municipales y parroquiales denominados (GAD’s), que actúan con autonomía política, administrativa y financiera”.

En el ámbito de procesos, Pepper (2011) considera que la gestión por procesos puede definirse o aplicarse como una forma de enfocar el trabajo, donde se estrecha el mejoramiento continuo de las acciones de una organización mediante la identificación, selección, descripción, documentación y mejora continua en los procesos.

Este modelo es considerado un instrumento estratégico de resultados aplicado en las entidades públicas con una estrategia de eficiencia, en este caso, los municipios en obra pública y prestación de servicios que se canalicen para satisfacer los requerimientos de la población territorial y mejora de la cultura organizacional. En este sentido, el modelo de gestión (Chilán et al., 2016) termina siendo una simple obligación que las instituciones públicas tienen que cumplir; sin embargo, a pesar que los gobiernos municipales deben aplicar el modelo de gestión con indicadores de resultados, evaluación y seguimiento, es una premisa que, de 7 municipios, Sigchos y Saquisilí están rompiendo paradigmas de pasar de un modelo tradicional, a un modelo de herramientas de gestión por resultados.

Para cristalizar la eficiencia de los modelos de gestión por procesos se debe ejecutar los presupuestos de los programas y proyectos planificados que están estrechamente relacionado con el porcentaje de las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), según la última encuesta de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) la pobreza por NBI en la provincia de Cotopaxi tiene una tasa promedio del 81,73% correspondiente a los siete cantones, mientras que el 17.93 % de las personas no son pobres, es decir, cuentan con todos los servicios básicos, sociales y equipamiento correspondiente.

Además, los modelos de gestión (López, 2001) deben manejarse con criterios de competitividad y sustentabilidad, entregar servicios a la ciudadanía a precios razonables y de calidad; la importancia del modelo de gestión se centralizada en las entidades que deben optimizar recursos, procesos enlazados con el recurso económico, tiempo y servicios que se prestan a la ciudadanía y un desempeño de la gestión organizacional (Vidal, 2004).

En ese sentido, el artículo presentado tiene como objetivo analizar la importancia de la aplicación de los modelos de gestión como estrategia de mejora continua en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de la Provincia de Cotopaxi, Ecuador.

1.1 Estado del arte

De acuerdo con la Superintendencia de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo (2015), en Ecuador son 221 Gobiernos Municipales y 7 Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales que corresponden a la provincia de Cotopaxi Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos son entidades públicas como menciona el COOTAD cuentan con independencia de derecho público, autonomía política, administrativa y financiera, se vinculan estrechamente con la normativa de Constitución ecuatoriana y leyes pertinentes que conducen su funcionamiento y administración en todos los ámbitos admisibles en el marco territorial

El 48% de los municipios no logra consolidar sus instrumentos de planificación, reporte y evaluación que conlleve sus modelos de gestión a ser estratégicos y el 74% según los datos recopilados los modelos de gestión necesitan ser evaluados y reestructurados. La investigación se orienta a sumar principios ideológicos básicos de la importancia de la definición y aplicación de un modelo de gestión (Fernández, 2001) que se enmarcan al desarrollo territorial público, permitiendo detectar fortalezas y/o debilidades en las entidades y pueda inferir en una evaluación más allá del reporte y publicación de información que refleje el grado de cumplimiento de la planificación estratégica, con los objetivos planteados optimizando su desempeño organizacional.

Cuando hablamos de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, de acuerdo con el Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización, en el art. 238 se menciona que estos “constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, concejos metropolitanos, consejos provinciales y consejos regionales, gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana”.

En el marco legal que regula el ámbito de acción a los gobiernos municipales, la COOTAD establece en el art. 193 que para la asignación y distribución de recursos a cada gobierno autónomo descentralizado se deberá aplicar un modelo de equidad territorial en la provisión de bienes y servicios públicos que reparte el monto global de las transferencias en dos tramos, de la siguiente manera, tal como lo exponen Chávez & Otavalo (2018):

- a) La distribución de las transferencias a los gobiernos autónomos descentralizados tomará el 2010 como año base y repartirá el monto que por ley les haya correspondido a los gobiernos autónomos en ese año.
- b) El monto excedente del total del veintiuno por ciento (21%) de ingresos permanentes y diez por ciento (10%) de ingresos no permanentes restados los valores correspondientes a las transferencias entregadas el año 2010, se distribuirá entre los gobiernos autónomos a través de la aplicación de los criterios constitucionales conforme a la fórmula y la ponderación de cada criterio señalada en este Código.

De conformidad a la normativa el art. 192 del COOTAD y al art. 272 de la Constitución del Ecuador, los criterios de distribución de los recursos a los GAD son los siguientes:

Considerando el “1. Tamaño de la población 2. Densidad de la población 3. Necesidades básicas insatisfechas jerarquizadas y consideradas en relación con la población residente en el territorio de cada uno de los GAD 4. Logros en el mejoramiento de los niveles de vida 5. Esfuerzo fiscal 6. Esfuerzo administrativo 7. Cumplimiento de metas del plan nacional de desarrollo y del plan de desarrollo del GAD. De cada uno de estos criterios, el COOTAD estipula la ponderación, peso o participación de cada uno de ellos en el monto general a distribuirse, diferenciado por nivel de gobierno”.

Los Gobiernos Autónomo Descentralizados, a través de las diferentes entidades de seguimiento y control, trabajan en una administración para reducir indicadores de pobreza de un territorio, los NBI están estrechamente relacionados con la eficiencia de sus instrumentos de planificación.

Para identificar cómo elaborar un modelo de gestión para un Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal nos referimos al art. 128, inciso 3, del COOTAD 2010, que menciona lo siguiente:

“Los diferentes sectores se organizarán, funcionarán y someterán a los principios y normas definidos en el sistema nacional de competencias, sí los modelos de gestión que se desarrollen en los regímenes especiales observarán necesariamente la distribución de competencias y facultades, criterios y normas, contenidas en este Código para los distintos niveles de gobierno”.

En este sentido, el modelo de gestión de los Gobiernos Municipales, en concordancia con los planes de desarrollo y ordenamiento territorial (Peñeherrera, 2016), son procedimientos y acciones que encaminan a la implementación de los programas y proyectos que son considerados acorde a las necesidades territoriales para resolver problemas y fortalecer potencialidades a través del espacio de la democracia participativa. Adicional, permite establecer una orientación y un marco de referencia objetiva para actuar ante el diagnóstico situacional de la entidad, encaminado a enlazar esfuerzos estratégicos que identifiquen ejes para proceder y evaluar el alcance de la productividad de la entidad seccional.

De acuerdo a lo anterior, la importancia de los modelos de gestión (*Figura 1*) tiene que ver con que últimamente varias entidades del sector público han insertado procesos de administración que optimicen recursos con sistemas o modelos de gestión, que reflejen sistemas o flujos de trabajos administrativos que acceden a la variedad de estrategias en el control automático y preciso de los recursos y ocupaciones en una gerencia administrativa de ocupaciones burocráticas (Waissbluth, 2020).

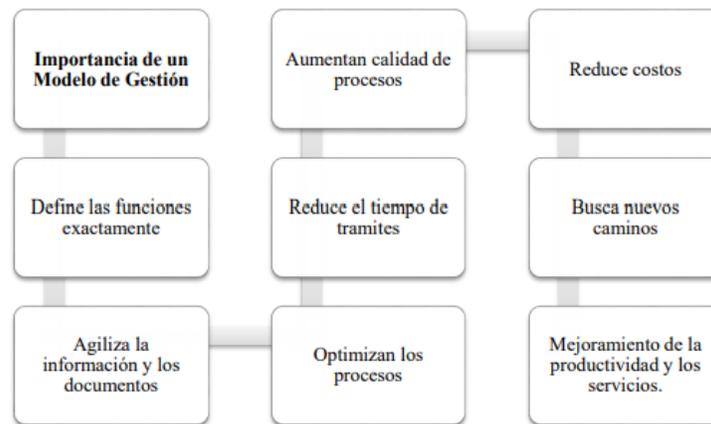


Figura 1. *Importancia de un modelo de gestión*

Fuente: *elaboración propia*

El conocimiento de la importancia, aplicado en una entidad, requiere la colaboración de todos los involucrados, ya que se realiza un diagnóstico organizacional, se definen funciones, se agiliza la información y los documentos, se optimizan los procesos, se reduce el tiempo de trámites, se aumentan la calidad de procesos, se reducen costos, se buscan nuevos caminos de mejoramiento de la productividad y los servicios con impactos a resultados satisfactorios ante los actores territoriales (Izquierdo, 2015).

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, al aplicar un modelo de gestión idóneo con enfoque a un modelo por procesos, podrán reflejar estrategias de mejora continua para fortalecer la administración pública (Bañón, 1993) acorde a sus competencias, y a su vez permitirá mejorar los servicios a la ciudadanía como a los usuarios de los municipios logrando eficiencia y eficacia en el marco institucional.

1.2 Estrategias

Una administración pública eficiente genera mejoras continuas, por lo que una estrategia es una acción que asegura los servicios públicos sean de calidad y se enfoquen en la excelencia de la gestión pública (Peteiro, s.f) de acuerdo con los ejes de acción en los Gobiernos Autónomos Descentralizados. El modelo de excelencia es una adaptación del Modelo CAF (Marco Común de Evaluación o Common Assessment Framework), este permite obtener ventajas estratégicas con valuación cuantitativa y cualitativa, análisis de tendencias, análisis comparativo, intercambio de experiencias, metodologías y forma de aplicación del modelo, reducción de costos e información de apoyo para la toma de decisiones (Flores, 2017).

Son primordiales las directrices y estrategias transversales a cada una de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, los que se ven traducidos en normativas, proyectos, metodologías y formación en cada una; y junto con la innovación tienen la posibilidad de conseguir los recursos deseados con la ciudadanía y sociedad.

Metodología

El enfoque metodológico aplicado en este estudio fue el mixto, en vista que se utilizó el enfoque cualitativo en base a la revisión documental y cuantitativa (Hernández et al., 2014), aplicando encuestas a los funcionarios del departamento de planificación de los gobiernos municipales.

A través de la utilización de los métodos descriptivo y analítico, se logró profundizar sobre los resultados obtenidos mediante la investigación documental, correspondiente a la información obtenida de la fuente principal que es la Secretaría Técnica Planifica Ecuador, antes SENPLADES, con las estadísticas de la NIB, frente a una administración, Superintendencia de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión del Suelo función de vigilar y controlar los procesos de ordenamiento territorial de todos los niveles de gobierno, y del uso y gestión del suelo, hábitat, asentamientos humanos y desarrollo urbano que realizan los Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales y metropolitanos dentro del marco de sus competencias y los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial con énfasis al modelo de gestión.

El tipo de muestreo aplicado fue no probabilístico (Scharager, 2001), teniendo como resultado 42 funcionarios encuestados en forma virtual en la plataforma google. De la población en la que se desarrolló el estudio fueron los 7 Gobiernos Municipales de la Provincia de Cotopaxi.

Así también las técnicas utilizadas en el presente trabajo obedecen a la observación del Código Orgánico Organización Territorial Autonomía, Sistematización de Buenas Prácticas Institucionales en el marco del modelo de gestión del Conocimiento (SENPLADES, 2016) y los objetivos de Desarrollo Sostenible (PNUD, S.F) relacionado al Plan Nacional de Desarrollo.

Resultados

Partiendo de un análisis de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de la Provincia de Cotopaxi acorde al art. 42 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas señala que los contenidos mínimos son: diagnóstico estratégico, propuesta y modelo de gestión y tomando en cuenta lo mencionado se estructuró la siguiente matriz identificando factores internos y externos que se muestran en la *Figura 2*.

<p>Fortalezas</p> <p>Los Gobiernos Autónomos Municipales constituyen un nivel de Gobierno Autónomo Descentralizado.</p> <p>Disponer de indicadores de gestión</p>	<p>Oportunidades</p> <p>Articulación con diferentes niveles de Gobierno.</p> <p>Establecer convenios de gestión interinstitucional o delegación de competencias.</p>
<p>Debilidades</p> <p>Cultura Organizacional parcial</p> <p>Desconocimiento de lineamiento de la ejecución de un modelo de gestión</p> <p>Débil seguimiento y evaluación</p> <p>Modelos de gestión por procesos desactualizados</p>	<p>Amenazas</p> <p>Recortes presupuestarios por parte del Gobierno Central.</p> <p>No reducir los indicadores de NBI.</p>

Figura 2. Matriz de identificación de factores internos y externos

Fuente: elaboración propia

Los modelos de gestión territoriales de los municipios tienen que ser actualizados, reestructurados y proponer nuevas estrategias de articulación vinculadas con los factores acorde a la realidad con el fin de reducir las demandas / necesidades el territorio con y los programas y proyectos ejecutables para beneficio social.

El análisis de la investigación también parte que desde el año 2009, frente a la necesidad de regir, articular e integrar la información de las instituciones productoras de datos, traducida en herramientas que contenga datos que orienten la toma de elecciones, el diseño de políticas públicas y las intervenciones del Estado, está el Proyecto Nacional de Desarrollo y demás aparatos de organización; conforme al Estatuto Orgánico de la Entidad y la normativa que existe. En este entorno, el desarrollo del Sistema de Nacional de Información (2009) implica la responsabilidad de seguir los pasos metodológicos basados en el Modelo de Gestión de la Información del Estado recogido en el documento “Sistema Nacional de Información: Un nuevo modelo de gestión de la información nacional”, en el cual la toma de decisiones para la gestión pública se realiza en alguno de los tres niveles organizacionales de gobierno: estratégico, táctico y operativo.

Incluye un modelo de seguimiento (*Tabla 1*) y evaluación la Secretaria Técnica Planifica Ecuador que permita a los Gobiernos Autónomos Descentralizados el control de la implementación, avance y resultados de su instrumento de planificación, con la finalidad de encontrar las causas y consecuencias del incumplimiento de sus planes, a través de procesos de análisis, indicadores, metas y productos.

Tabla 1.
Matriz de reporte, evaluación y seguimiento –SOT

Categoría de evaluación	Número	Porcentaje
Sí tienen evaluación	35	16%
Actualización y alineación	42	19%
Otras acciones	38	17%
No tienen evaluación	12	5,5%
No reporta	94	42,5%
Total general	221	100%

Fuente: *elaboración propia*

Como respuesta a un factor adicional a la importancia de la aplicación de un modelo de gestión en los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, se reflejan los resultados emitidos en el informe de rendición de cuentas por la Superintendencia de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión del Suelo (2019), responsables de vigilar y controlar los procesos de ordenamiento territorial de todos los niveles de gobierno, y del uso y gestión del suelo, hábitat, asentamientos humanos y desarrollo urbano, los Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales y metropolitanos dentro del marco de sus competencias, el 35% ejecuta evaluaciones, actualiza y alinea su instrumento de planificación, un 17% toma otras acciones como justificación en documentación, mientras que el 48% no tiene evaluación y no reportan, accionar que resulta de los gobiernos municipales que no toman el interés necesario que tan importante es aplicar y tener actualizado un modelo de gestión que permite obtener una administración territorial eficiente, y por ende, permite alcanzar porcentajes de calificación óptimos.

Realizamos un análisis de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los funcionarios del área responsable de planificación en la cual se obtuvieron los siguientes resultados esenciales:

Los funcionarios responsables del área/unidad de planificación encuestados demuestran que se debe mejorar la eficiencia de los modelos de gestión institucionales aplicados en un 74%, se debe trabajar en la definición de funciones, responsabilidades y compromisos, mientras que el 26% manifiesta que en la actualidad los resultados arrojados son eficientes y suficientes; estos resultados una vez más reflejan que a pesar de la parte documental que mantienen un modelo de gestión por procesos, 2 de 7 municipios atraviesan un cambio de lo tradicional a un modelo actualizado que implica la consideración de herramientas de evaluación como un GPR, pero que ningún gobierno seccional aun no lo dispone. A pesar que los Gad Municipales aplican un modelo de gestión al sector público por procesos enlazado con resultados, es evidente que no existe la eficiencia y satisfacción que haya llegado a su punto de resultados de coadyuvar el desarrollo por parte los usuarios internos (funcionarios) y externos (ciudadanía) de los servicios prestados, de la cultura organizacional y el alcance de los objetivos institucionales.

Por otro lado, los responsables del área de planificación mencionan que un 69% de los Gobiernos Municipales no priorizan su accionar ante la ejecución eficiente de los modelos de gestión por temas de planificación, definición y responsabilidades asignadas en sus instrumentos de trabajo

descartando el impacto que genera una articulación con los diferentes niveles de gobierno en beneficio territorial.

En este sentido, a más de la normativa el impacto de la eficiencia de los modelos de gestión en términos de financiamiento a nivel general el Banco Central de Ecuador, citado por Fárez et al. (2014) “los Gobiernos Municipales ecuatorianos recibieron ingresos próximos a los USD 2.000 millones por concepto de asignaciones desde el Gobierno Central, en comparación con los USD 1.156 millones que recibieron en el 2008, lo que implica un incremento anual del 10% durante los últimos años” Ministerio de Finanzas (2014). En cuanto a gastos, los gobiernos seccionales municipales “destinan cerca del 80% a inversión; en los últimos años se han registrado altos niveles en los gastos de inversión, pasando de USD 1.244 millones en el 2008 a USD 2.009 millones en el 2013”, acotando que a partir de la implementación de un sistema de información del 2009 se ha presentado cambios significativos en la administración y ejecución de los gobiernos seccionales.

Otro factor a considerar que influye en la eficiencia como mejora continua en los modelos de gestión está estrechamente relacionado con el porcentaje de las NBI (*Tabla 2*), según los datos tomados del 2010 de las encuestas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, la provincia de Cotopaxi presenta una tasa promedio del 81,73% de los siete cantones, mientras que el 17.93 % de las personas no son pobres e decir cuentan con todos los servicios básicos, sociales y equipamiento correspondientes.

Tabla 2.
Estadísticas de las Necesidades Básicas Insatisfechas

Nombre de cantón	NO POBRES	POBRES	Total	NO POBRES	POBRES	Total
LATACUNGA	59.313	108493,00	167806,00	35,3%	64,7%	100,0%
LA MANA	11.590	30361,00	41951,00	27,6%	72,4%	100,0%
PANGUA	2.177	19688,00	21865,00	10,0%	90,0%	100,0%
PUJILI	8.455	60432,00	68887,00	12,3%	87,7%	100,0%
SALCEDO	14.284	43664,00	57948,00	24,6%	75,4%	100,0%
SAQUISILI	3.962	21321,00	25283,00	15,7%	84,3%	100,0%
SIGCHOS	1.371	20515,00	21886,00	6,3%	93,7%	100,0%

Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*

En la siguiente *Figura 3* se evidencia la tendencia de las necesidades insatisfechas con los resultados de los modelos de gestión.

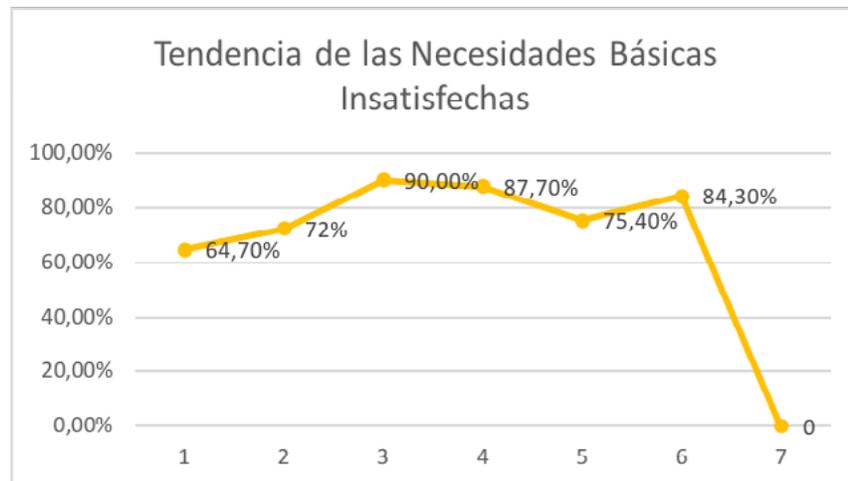


Figura 3. Importancia de un modelo de gestión
Fuente: elaboración propia

La realidad de las Necesidades Básicas Insatisfechas radica en las acciones que debe considerar y priorizar cada Gobierno Municipal en territorio, en donde un modelo de gestión correctamente aplicado es la herramienta estratégica que reduce el porcentaje de las NBI y aumenta la satisfacción de los usuarios por los servicios prestados. En la actualidad, el Gad Municipal de Sigchos, a pesar que en el 2010 presentó un índice del 93.7% más representativo en necesidades, se entiende que las herramientas de planificación, ejecución y seguimiento no fueron los adecuados; sin embargo, al presente, Sigchos y Saquisilí atraviesan un proceso de cambio de modelos tradicionales a modelos de gestión por procesos con enfoques de mejora continua.

De tal manera que algunas instituciones, incluyendo las entidades públicas, han agregado nuevas herramientas de administración pública que buscan optimicen recursos las empresas. Los municipios, al ejecutar el modelo administrativos por procesos, podrán reflejar estrategias de mejora continua para fortalecer la administración pública acorde a sus competencias, a la vez permitirá mejorar los servicios públicos logrando eficiencia y eficacia en el marco institucional.

No obstante, si los Gobiernos Municipales se resisten a los cambios de los modelos de gestión tradicionales, su accionar permanecerá conexas a las funciones, la importancia de un modelo de gestión por procesos si converge a generar servicios y/o productos enfocados a cubrir las necesidades de los ciudadanos de manera productiva.

Con el objetivo de promover acciones de mejoramiento continuo de servicios públicos en concordancia con la constitución en el art. 227, se expresa la nueva administración pública, su importancia y la relación con la Carta Iberoamericana de Calidad en la Gestión Pública que detalla “la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficiencia, eficacia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación”; centrada en el prestación de servicios al ciudadano y una gestión de resultados.

Maldonado (2013) focaliza la importancia del fortalecimiento de los Gobiernos Municipales para el desarrollo equitativo, solidario y equilibrado en todo el territorio del acercamiento de la administración a la ciudadanía y el ejercicio de los derechos de participación con todos los actores de la población.

A la vez, se convierten en el eje del progreso respondiendo el desarrollo cantonal, la igualdad de oportunidades y la satisfacción de las necesidades básicas de forma eficiente y eficaz que requieren también un dinamismo con un enfoque basado en procesos para la efectividad de su gestión (Maldonado, 2013).

De acuerdo a esto tienen una importante función los Gobiernos Municipales en el ámbito político y administrativo encaminados a responder desafíos de la dinámica social que requieren ajustes estructurales y a la vez tienen como misión reducir el impacto de las necesidades insatisfechas de la población de un marco territorial bajo los principios de la productividad.

Las estrategias (Figura 4) son modelos de excelencia que permiten obtener ventajas y cumplir los objetivos institucionales, a la vez son metodologías y acciones de aplicación que aportan a la toma acertada de decisiones. La consecución de un modelo por resultados se base en la mejora continua mediante la incorporación de acciones por lo que se plantea un mapa estratégico con cuatro procesos o punto de perspectiva en procesos, talento humano, financiero y ciudadano, y tres ejes enfocados en la parte social, económico, control y seguimiento.

MAPA ESTRATÉGICO:

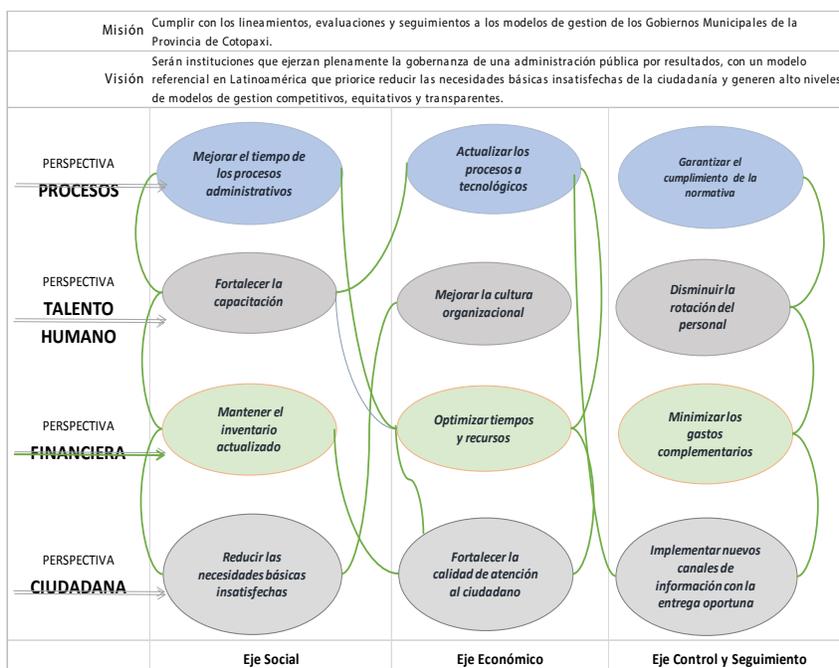


Figura 4. Propuestas de acciones estratégicas

Fuente: elaboración propia

A través del presente mapa estratégico, que es una presentación visual de las estrategias transversales enlazadas a los Gobiernos Municipales, se reflejan los vínculos estrechos con cada uno de las perspectivas y ejes que permiten articular esfuerzos e iniciativas institucionales para mejorar la prestación de los servicios públicos territoriales. Además, el control y seguimiento ayudará a implementar canales y entrega oportuna de la información con proceso de descentralización.

Discusión

Al analizar la forma de ejecución de los Gobiernos Municipales, el cumplimiento de cada uno de sus objetivos institucionales es mejor exigir se impulsen en generar recursos y servicios públicos que solventen las demandas de los ciudadanos de manera oportuna, mejorando la administración pública con el impacto de la reducción de los índices de la necesidades básicas insatisfechas, colaboración de los funcionarios de aplicar el modelo de gestión en procesos que generen resultados trascendentales que permiten una mejor calidad de vida y el bienestar social.

A pesar que la asignación presupuestaria es otro rol que influyen en los modelos de gestión para su cumplimiento, debe unir esfuerzo para articular con los diferentes niveles de gobierno y buscar las estrategias necesarias o convenios interinstitucionales en beneficio de la ciudadanía territorial.

Conclusiones

La presente investigación permitió analizar la importancia de los modelos de gestión como estrategia de mejora continua. A través de los resultados obtenido se ha logrado identificar que en los modelos de los Gobiernos Municipales de la provincia de Cotopaxi el 74% expresa que se debe tomar acciones para mejorar los modelos tradicionales a modelos reestructurados que propongan estrategias vinculadas a la articulación y progreso a fin de reducir las debilidades diagnosticadas en el desconocimiento de los lineamiento de la ejecución y desactualización de los modelos que no permiten el incremento de personas que accedan al buen vivir con todo los servicios y equipamientos necesarios.

En la administración de los Gobierno Municipales se debe actuar en virtud que el 48% no tiene evaluación y no reportan acciones que impiden que tomen el interés necesario de aplicar y tener actualizado un modelo de gestión focalizado a obtener una administración territorial eficiente, y por ende, no permite alcanzar porcentajes de calificación óptimos; un modelo de gestión correctamente aplicado es la herramienta estratégica que reduce el porcentaje de las NBI y aumenta la satisfacción de los usuarios por los servicios prestados.

Finalmente, se construyó un mapa estratégico que constituye una herramienta especialmente necesaria que prioriza las acciones en base a las perspectivas y los ejes para el desarrollo sostenible y sustentable de cada uno de uno de los territorios cantonales identificados a generar objetivos estratégicos para cada misión de trabajo, resaltando un vez más la importancia de trascender con los modelos de gestión tradicionales a innovadores coadyuvados con la eficiencia

permite una administración pública por resultados a fortificar la duración del desarrollo integral de un territorio y solventar las necesidades básicas de los diferentes actores territoriales.

Referencias

- Asamblea Nacional (2015). Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización. https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_ORGANIZACION_TERRITORIAL.pdf
- Bañón i Martínez, R. (1993). La modernización de la Administración Pública española. Balance y perspectivas. *Política Y Sociedad*, 13, 9-20. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO9393220009A>
- Chávez Camacho, K & Otavalo Quizhpe, D. (2018). *Evaluación al ciclo presupuestario del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cuenca, período 2016*.
- Chilán Robles, S., Chilán Indacochea, J., Marcillo Indacochea, M., & Álvarez Indacochea, A. (2016). Modelo de gestión administrativa para optimizar el desempeño de los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales. *3C Empresa. Investigación Y Pensamiento Crítico*, 5(2), 99 - 113. <https://doi.org/10.17993/3comp.2016.050226.99-113>
- Fárez Plasencia, M. I., & Quinde Lituma, M. E. (2014). Análisis de la eficiencia del gasto de inversión de los gobiernos autónomos descentralizados municipales del Ecuador para el año 2014: estimación de una frontera estocástica.
- Fernández, A. (2001). El Balanced Scorecard. *Revista de antiguos alumnos del IESE*, 81, 83.
- Flores Barcia, L. D. (2017). *Diseño y aplicación de un modelo de excelencia y mejora continua en un gobierno autónomo descentralizado* (Master's thesis, Espol). <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/38586/D-CD102527.pdf?isAllowed=y&sequence=-1>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hervas, J. A. V. (1977). *Guía para la ejecución de estudios de organización y métodos: la encuesta administrativa*. Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f). Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobreza-por-necesidades-basicas-insatisfechas/>
- Izquierdo Acosta, R. D. P. (2015). *Modelo de gestión administrativa para el gobierno autónomo descentralizado parroquial rural de Guayllabamba, distrito metropolitano de Quito, provincia de Pichincha* (Bachelor's thesis, Quito: UCE.).

- López Cubino, R. (2001). Modelos de Gestión de Calidad. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del año 2001, "Modelo Europeo de Excelencia". <https://www.jesuitasleon.es/calidad/Modelos%20de%20gestion%20de%20calidad.pdf>
- Maldonado Vizcaíno, F. V. (2013). Propuesta de implementación del modelo de gestión por procesos para mejorar la eficiencia y eficacia organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sigchos.
- Peñeherrera Cabezas, J. (2016). La planificación nacional en Ecuador: planes de desarrollo y ordenamiento territorial y el sistema de seguimiento y evaluación SIGAD. Ciencia Unemi, 12, 3-13. *Revista Ciencia UNE-MI*, 9(21), 168-179. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6018808>
- Pepper Bergholz, S. (2011). Definición de gestión por procesos. *Medwave* 11(05). <https://doi.org/10.5867/medwave.2011.05.5032>
- Peteiro, D. R. (s.f). Calidad y Excelencia Empresarial. Sinapsys Business Solutions. <https://www.sinap-sys.com/es/content/calidad-y-excelencia-empresarial>
- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2010). CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, AUTONOMIA Y DESCENTRALIZACION. (última modificación: 16-ene.-2015). https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD (s.f). OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.
- Sistema Nacional de Información. (2009). Un nuevo modelo de gestión de la información Nacional.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – SENPLADES. (2016). Sistematización de Buenas Prácticas Institucionales en el marco del Modelo de Gestión del Conocimiento. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/07/Sistematizacion-de-Buenas-Practicas-Institucionales-en-el-marco-del-Modelo-de-Gestion-del-Conocimiento.pdf>
- Scharager, J & P. Reyes. (2001). Muestreo no probabilístico. *Pontificia Universidad Católica de Chile*, Escuela de Psicología (2001): 1-3.
- Superintendencia de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo - SOT. (2015). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025.
- Vidal Arizabaleta, E. (2004). Diagnostico organizacional: evaluación sistemática del desempeño empresarial. *Colección Textos Universitarios*.

Waissbluth, M., & Larrain, F. (2020). Modelos de gestión pública: implicancias para la planificación, evaluación y control de gestión del Estado. *Un mejor Estado para Chile. Propuestas de Modernización y Reforma*, 541-559. <http://www.sistemaspublicos.cl/wp-content/uploads/2018/02/Modelos-de-gesti%C3%B3n-p%C3%BAblica-implicancias-para-la-planificaci%C3%B3n-evaluaci%C3%B3n-y-control-de-gesti%C3%B3n-del-Estado.pdf>



Copyright (c) 2021 Carmen Marlene Choloquina Escobar



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

Influencia del uso de redes sociales en la venta de productos: Microempresa Color Rosa

Fecha de recepción: 01-04-2021 • Fecha de aceptación: 28-05-2021 • Fecha de publicación: 10-06-2021

Dayana Lizbeth Campoverde Ochoa

Asiacar, Ecuador

dayana_campoverde92@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9367-1182>

RESUMEN

En la actualidad, las redes sociales son un aliado estratégico de los entes económicos para generar ventas, además de ser las estrategias de marketing de gran importancia para potenciar la publicidad y elevar los márgenes de ganancia de medianas y grandes empresas. De esta manera, la presente investigación que se planteó responde a lo anterior, teniendo como objetivo analizar la influencia del uso de redes sociales en la venta de productos de la Microempresa Color Rosa de Ecuador. El estudio es empírico – descriptivo, a su vez, se aplicó una encuesta a posibles clientes que se encuentran situados en el sector de Calderón, ubicación actual de la microempresa, adicional, se obtuvo datos estadísticos de la página de Facebook de Color Rosa, donde se presenta el alcance de sus publicaciones. El hallazgo más importante denota que la mayoría de encuestados usan la plataforma de Facebook para buscar y comprar productos o servicios de su interés, y la información que se presenta en esta red influye en la decisión de compra.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, marketing digital, estrategias, ventas.

ABSTRACT

Currently, social networks are a strategic ally of economic entities to generate sales, in addition to being marketing strategies very important to enhance advertising and increase profit margins of medium and large companies. Thus, the present research responds to the above, with the objective of analyzing the influence of the use of social networks in the sale of products of the Microcompany Color Rosa of Ecuador. The study is empirical - descriptive, in turn, a survey was applied to potential customers who are located in the sector of Calderon, current location of the microenterprise, in addition, statistical data was obtained from the Facebook page of Color Rosa, where the scope of their publications is presented. The most important finding shows that most respondents use the Facebook platform to search for and purchase products or services of interest to them, and the information presented on this network influences the purchase decision.

KEYWORDS: social networks, digital marketing, strategies, sales.

Introducción

Las redes sociales son aplicaciones que la sociedad usa para subir contenidos de su vida e información en general. Actualmente, la mayoría de personas, por no decir casi todas, tienen acceso a estas redes, y su uso para crear páginas de emprendimientos y negocios ha aumentado relativamente, debido a lo fácil y llamativo que es llegar a la mente del consumidor aplicando ciertas claves de marketing digital. Según Mejía (2018); consultor y speaker de marketing digital, las redes sociales son una comunidad de personas que se conectan a una plataforma de Internet que tienen intereses en común. Es decir, son aplicaciones que permiten al usuario interactuar con otros usuarios.

Una de las redes sociales más utilizadas en todo el mundo es Facebook, en esta las personas pueden interactuar y publicar desde fotos, videos hasta los productos y servicios que ofrecen. El reconocido especialista Mejía (2020) menciona en su blog que es una red social que conecta a familiares y amigos o personas con los mismos intereses y es por esta razón que las empresas usan este entorno, por la frecuencia de uso de esta red, de manera que el posible cliente puede evidenciar la veracidad del negocio e incluso puede publicar su opinión con respecto a su experiencia de compra, permitiendo que, con el uso de estas herramientas, el emprendedor o empresario pueda aumentar su embudo de ventas.

Otra herramienta es WhatsApp Business, una aplicación que las empresas utilizan a menudo para tener una comunicación más rápida, directa y efectiva con los clientes, mediante mensajes automatizados (Mejía, 2020).

Comparando con la investigación titulada “Impacto del uso de las redes sociales como estrategia de marketing en las ventas de sociedad predial y mercantil Milatex S.A.” se concluye que el uso de las redes sociales, como canal de publicidad y sus ventajas, es un tema de interés global. Y cada vez son más las empresas que se unen a esta era digital, siendo la aplicación de Facebook la más utilizada por estas; para aprovechar las cualidades en cuanto a cantidad de información, segmentación, capacidad de control y el precio que ofrecen las redes sociales, a diferencia de los demás canales de publicidad (Cabrera, 2018).

En la investigación realizada en el año 2015 sobre estrategias de marketing a través del uso de redes sociales, se determinó mediante tabulaciones que estas plataformas son los canales actuales para difundir información y para que el cliente encuentre los productos o servicios de su interés, ya que existen varias empresas o personas que ponen a disposición sus artículos, y que cada uno se diferencia por las estrategias que implementan (Torres & Yupangui, 2015).

Así mismo se toma como referencia otro trabajo relacionado al tema presentando, donde en función de los métodos que aplicaron concluyen que la red social más utilizada es Facebook con 82,94%, debido a que es fácil y rápido contactarse con familiares y amigos, y este medio ofrece mucho entretenimiento a los usuarios (Tica, Isabel, Ruiz y Augusto, 2018).

A su vez, en el trabajo de investigación sobre un manual de uso de las redes sociales en la promoción de MiPymes de Guayaquil, el autor concluye que las redes sociales han tomado poder

en los últimos tiempos, sobre todo para la comercialización, y mencionan que si las MIPYMES manejan adecuadamente estos medios, los negocios pueden crecer, aumentar sus beneficios económicos e incrementar las fuentes de trabajo. El crecimiento de seguidores en las redes sociales viene de la mano con la rentabilidad, confianza y reputación de la empresa o negocio (Fuentes, 2018).

En base a lo descrito, el objetivo de la presente investigación es analizar la influencia del uso de redes sociales en la venta de productos de la Microempresa Color Rosa que inició sus actividades en el año 2015, en la ciudad de Quito, idea de la emprendedora Daniela Redrobán que ofrece una gama de arreglos con frutas, globos, flores, entre otros.

Metodología

La investigación es empírica pues se basa en la experiencia (Rodríguez & Pérez, 2017). El tipo de investigación es descriptiva, acorde con la realidad de los acontecimientos (Cabezas, Andrade & Torres, 2018). La técnica de investigación aplicada es la encuesta, ya que permite levantar datos referentes al uso de las redes sociales, misma que constó de 14 preguntas cerradas y de opción múltiple revisadas y aprobadas por el Mg. Sebastián Pérez, profesor universitario de la Universidad Tecnológica Israel.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la técnica de muestreo aleatorio simple sobre la población de Calderón, dando como resultado 384 personas a ser encuestadas.

Conjuntamente se obtuvo datos estadísticos de la página de Facebook de Color Rosa, para conocer el alcance que han logrado sus publicaciones y se utilizó el método cuantitativo en la medición de las características de los fenómenos sociales que permite al investigador obtener datos y luego realizar un análisis de estos (Reyes, 2016).

Resultados

Partiendo de los resultados más relevantes de la encuesta aplicada en esta investigación, se puede mencionar que el 84.1% de personas encuestadas manifestó que es Facebook la red social de mayor frecuencia de uso, seguido de Instagram en un 42.7%, Tik Tok con un 15.7%, Twitter con un 15.4%, YouTube con un 47%, WhatsApp con un total de 6%, tal como se evidencia en la *Figura 1*.

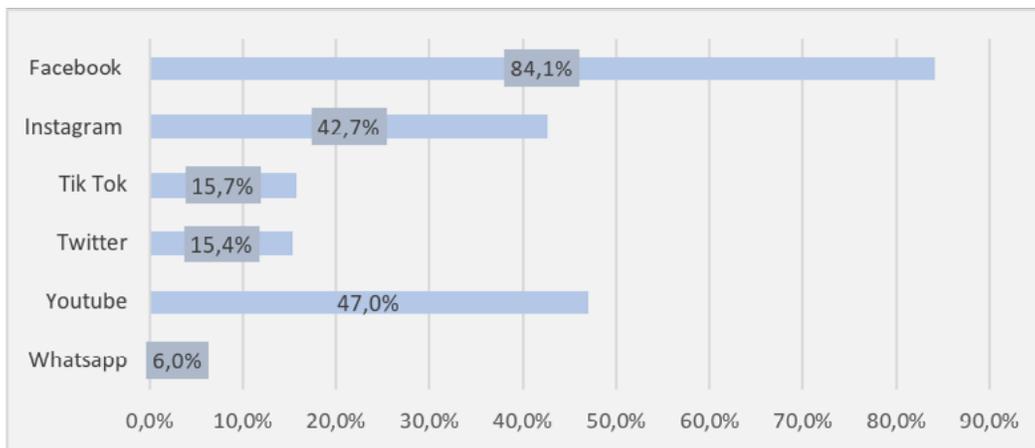


Figura 1. Análisis de las redes sociales más utilizadas en Calderón.

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, como se observa en la *Tabla 1*, las respuestas indicaron que Facebook, con un 80.6%, es la red social en donde según este estudio los usuarios observan mayor cantidad de publicidad, debido a que la mayoría de empresas y emprendedores están utilizando esta herramienta para tener mayor presencia en el mundo del Internet, YouTube es la plataforma siguiente con un 39,5%, Instagram posee el 25%, y las siguientes redes sociales obtuvieron porcentajes bajos con respecto a la publicidad que emiten.

Tabla 1.

Red social que contiene mayor publicidad

Red Social	Respuestas
Facebook	80,6%
YouTube	39,5%
Instagram	25,0%
Tik Tok	5,4%
Twitter	2,4%

Fuente: elaboración propia

De igual forma se identificó que el 92,8% de encuestados (*Figura 2*) opinan que las redes sociales si son una buena plataforma para ofertar un abanico de opciones para escoger los productos o servicios, afirmando que las redes sociales son la mejor manera de llegar a las personas en la actualidad, ya que la gran mayoría de personas tienen actualmente acceso a redes sociales.

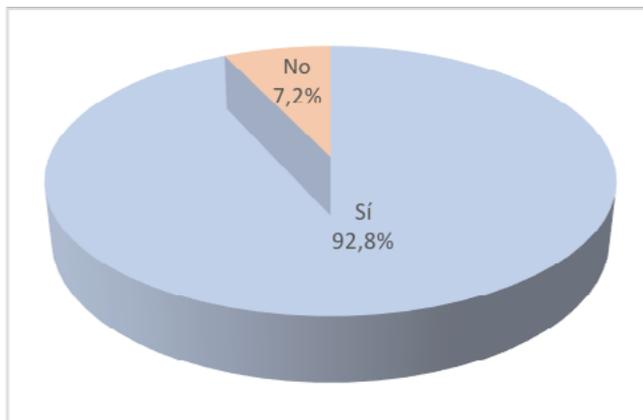


Figura 2. Estudio referente a si las redes sociales son útiles para ofertar productos y servicios
Fuente: elaboración propia

Analizando los datos obtenidos (*Figura 3*), de la muestra encuestada, el 77.9% opina que el contenido y publicidad en redes sociales pertenecientes a empresas o emprendimientos sí influyen en su decisión de compra, siendo éste un dato importante para la presente investigación ya que mediante la aplicación de marketing digital las publicaciones tienen mayor impacto en los compradores.

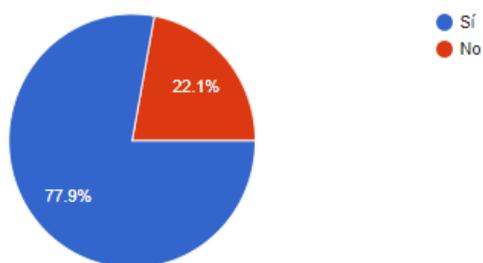


Figura 3. Influencia del contenido y publicidad de las redes sociales en la decisión de compra
Fuente: elaboración propia

Adicional, se puede indicar que el 84,2% de encuestados (*Tabla 2*) determinó que Facebook es la plataforma que más usan las personas para buscar productos o servicios de interés, entonces la aplicación del marketing digital en esta plataforma permite crear contenido de calidad que atrae a clientes potenciales, Instagram es la segunda red con mayor uso con el 25.6%, YouTube con 10,9% y las redes sociales de menor uso son Tik Tok y Twitter y WhatsApp.

Tabla 2.
Red social más utilizada para conocer y comprar productos o servicios

Red Social	Respuestas
Facebook	84,2%
Instagram	25,6%
YouTube	10,9%
Tik Tok	4,4%
Twitter	2,5%
WhatsApp	0,12%

Fuente: *elaboración propia*

Otros resultados que se destacan en el presente proyecto son que de 384 encuestas aplicadas en total, el rango predominante de edad de los encuestados esta entre 26 años a 30 años, 367 personas que representan el 98.9 % indican que usan o usaron en algún momento redes sociales siendo la de mayor frecuencia de uso Facebook con un 84.1%, seguido de Instagram en un 42.7%, Tik Tok con un 15.7%, Twitter con un 15.4%, YouTube con un 47%, WhatsApp con un 6%, entonces, al ser Facebook la red social con mayor frecuencia de uso, se consultó a los encuestados el porqué de su uso y algunos de sus comentarios son que se trata de una red muy versátil en contenido, entretenida, dinámica y muy amigable con los usuarios.

En lo que respecta al tiempo de interacción al día con las redes sociales, el 34.9% de los encuestados interactúan de 1 a 2 horas diarias en redes sociales, el 24.5% interactúa de 15 minutos a una hora diaria, el 30.4% de 3 a 4 horas siendo estos los rangos más representativos en lo que se refiere a la interacción en redes, el rango predominante de 1 a 2 horas arroja que es un tiempo prudente para observar publicidad de varias empresas, siendo justamente en Facebook con un total de 80.6%, en donde según este estudio los usuarios observan mayor cantidad de publicidad.

Igualmente se identificó que el 92.8% de encuestados opinan que las redes sociales si son una buena plataforma para ofertar productos o servicios, al mismo tiempo, consideran que las redes sociales son la mejor manera de llegar a las personas en la actualidad debido a que la gran mayoría de personas tienen actualmente acceso a redes sociales. El 80.2% de personas encuestadas indican que han realizado una compra en alguna red social, y el 56.6% mencionan que sus compras por este medio han sido de forma satisfactoria.

Analizando los datos obtenidos, de la muestra encuestada el 77.9% opina que el contenido y publicidad en redes sociales pertenecientes a empresas o emprendimientos sí influyen en su decisión de compra, siendo éste un dato importante para la presente investigación por que se concluye que el uso de redes sociales influye de manera positiva en las ventas y que es Facebook, con un total de 84,2%, la plataforma que más usan las personas para buscar productos o servicios de interés.

Los datos obtenidos de la encuesta también arrojaron que la mayoría de participantes regala

arreglos florales o frutales en ocasiones como cumpleaños y los principales factores que influyen en la compra de productos o servicios son el precio en su mayoría con el 73.6%, seguido de la calidad con el 67.7%, la atención al cliente con un total de 38.8%, las opiniones de otros compradores con un total de 28% y las publicaciones de los modelos con el 27%. Finalmente, el 92.5% de encuestados dice no conocer a la empresa Color Rosa y el 7.5% que, si conoce a la empresa, indican que ha sido por medio de Facebook.

Adicionalmente, se obtuvo las estadísticas de Facebook de la empresa Color Rosa correspondientes al período del 21 de diciembre de 2020 al 17 de enero 2021, con la observación directa de estos datos se ha considerado el análisis de: “alcance de las publicaciones”, “interacción de las publicaciones” los nuevos “me gusta” de la página, los registros de “nuevas visitas” a la página, los “nuevos seguidores” como principales impulsores de la influencia que llega a tener esta red social para beneficio de la empresa Color Rosa y como enfoque a la problemática planteada en este trabajo, a continuación los resultados en detalle:



Figura 4. Estadísticas de la página de Facebook de Color Rosa

Fuente: página de Facebook de Color Rosa

En cuanto al alcance de las publicaciones, durante el período de diciembre 21 de 2020 a enero 17 de 2021 la página de Color Rosa obtuvo 198.600 de alcance total (Figura 4), esto se refiere a la cantidad total de personas a las que la empresa Color Rosa llegó con sus publicaciones y que a su vez interactuaron en ella, esto en comparación al periodo referencial de noviembre de 2020 de la misma empresa nos refleja que existe un incremento de 22.2% de personas nuevas que interactúan con la página.

Para la interacción de las publicaciones, durante el período de diciembre 21 de 2020 a enero 17 de 2021 la página de Color Rosa obtuvo 22.900 interacciones en su página, esto se refiere a la cantidad de: me gusta, comentarios, las veces que se compartió una publicación, clics de las publicaciones, de la misma manera, en comparación al período correspondiente a noviembre de 2020, existe un incremento del 2.4% de nuevas interacciones en la página de Color Rosa. Mientras

que para los nuevos me gusta, como parte de la interacción de las publicaciones a la página de Color Rosa durante el período de diciembre 21 de 2020 a enero 17 de 2021 la página obtuvo 314 me gusta (*Figura 5*).



Figura 5. Actividad de la página de Facebook de Color Rosa

Fuente: página de Facebook de Color Rosa

A su vez, refiriéndose a los nuevos seguidores, durante el período de diciembre 21 de 2020 a enero 17 de 2021 la página obtuvo 333 nuevos seguidores a su página de Facebook de acuerdo a la figura anterior.



Figura 6. *Visitas de la página de Facebook de Color Rosa*

Fuente: *página de Facebook de Color Rosa*

Como se evidenció en la *Figura 6*, en cuanto a las nuevas visitas a la página, la actividad de la página correspondiente al período de diciembre 21 de 2020 a enero 17 de 2021 fue de un total de 2065 visitas nuevas.

Comparando los resultados obtenidos con un estudio realizado en el año 2018 acerca del impacto que tienen las redes sociales en las ventas de *Food Truck*, se puede notar que existe similitud en que, cada vez se maneja más las redes sociales predominando el uso de Facebook tanto por empresas grandes, como pequeños negocios, debido a que es un medio por el cual se dan a conocer y pueden captar más clientes e incrementar sus ventas.

En base a las preguntas de las encuestas aplicadas en el trabajo investigativo de Valdiviezo, se observa que, de un total de 232 personas encuestadas, el 96.1% utilizan redes sociales para promocionar su negocio y el 61,6%, es decir, 143 encuestados indicaron que es Facebook el medio donde lo hacen debido a que gran parte de la población se encuentra en esta red social.

Otro dato interesante que obtuvo la autora es que 171 personas, es decir el 73.7%, creen que estar presentes en las redes sociales si influye para que el cliente realice una compra, debido a que el contenido publicado atrae al consumo por parte de los clientes, además, Valdiviezo, basándose en un estudio realizado por social media marketing el 13 de febrero de 2014, indica que “el 74% de los consumidores busca información en las redes sociales para poder decisiones de compras y de este modo hacer que influya en las ventas de los productos y servicios de diferentes marcas” (Valdiviezo, 2018).

Sin embargo, así como las redes sociales pueden ser de beneficio, también existen ciertas

desventajas de su uso, como se indica en el trabajo de investigación realizado en el año 2019, donde se menciona que la publicidad puede ser engañosa y generar ventas a base de una farsa, es decir, estafas por las redes sociales que vulneran los derechos de los clientes al no cumplir con la calidad o expectativa que se genera por un anuncio y como consecuencia se crea el desprestigio y la desconfianza para realizar compras por estos medios.

Las redes sociales sirven como medio publicitario debido a que tienen mayor alcance, no obstante, hay que tener en cuenta que no todo lo que se publica es real, y para no verse afectado por estas circunstancias se puede recabar información con la opinión y experiencia de otros clientes. Es necesario que los post en las redes sociales sean reales para que este canal de comunicación sirva de ayuda para generar ventas (Jiménez & Flores, 2019).

Conclusiones

Son varios los beneficios que se obtiene cuando una empresa o microempresa utiliza las redes sociales para generar publicidad, pues en la actualidad, éstas, son el primer contacto con el cliente.

Facebook se posiciona como la red social más utilizada por los usuarios y negocios debido a la fácil interacción y manejo de esta plataforma, permitiendo ofrecer y encontrar variedad de servicios y productos al gusto de cada consumidor.

Mediante la aplicación de estrategias de marketing digital se puede captar una mayor cantidad de clientes generando un incremento de ventas y una posición en el mercado.

Existen varias herramientas gratuitas y de pago que se pueden aplicar para potenciar el contenido en las redes sociales, permitiendo ser innovadores, eficientes, únicos y cumplir con los objetivos y metas establecidas.

Referencias

- Cabezas, E., Andrade, D. & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. (1ra ed.). Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Cabrera, M. (2018). Impacto del uso de las redes sociales como estrategia de marketing en las ventas de sociedad predial y mercantil Milatex S.A. (*Tesis de maestría*). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Fuentes, M. (2018). Manual de uso de las redes sociales en la promoción de MiPymes de la Av. Víctor Emilio Estrada entre Ficus y Miguel Aspiazu de la ciudad de Guayaquil, 2018. (*Tesis de pregrado*). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Jiménez, S. & Flores, J. (2019). Análisis de la publicidad engañosa en redes sociales Facebook e Instagram de establecimientos de comida rápida del norte de la ciudad de Guayaquil. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/03/publicidad-enganosa-redes.html>
- Mejía, J. (17 de agosto 2018). Qué son las redes sociales: beneficios y cuáles son las más usadas. [Entrada de blog]. <https://www.juancmejia.com/redes-sociales/que-son-las-redes-sociales-beneficios-y-cuales-son-las-mas-utilizadas/>
- Mejía, J. (2 de abril de 2020). Diferencias entre facebook, instagram y twitter ¿Qué tipo de contenido es mejor para cada uno? [Entrada de blog]. <https://www.juancmejia.com/y-bloggers-invitados/facebook-twitter-e-instagram-que-tipo-de-contenido-es-mejor-para-cada-uno/>
- Mejía, J. (11 de mayo 2020). *WhatsApp para empresas (WhatsApp business): Qué es, beneficios y funcionalidades + Video*. [Entrada de blog]. <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/whatsapp-para-empresas-whatsapp-business-que-es-beneficios-funcionalidades-y-usos-en-los-negocios/>
- Reyes, M., (2016). *Metodología de la investigación. Sexto Semestre*. México.
- Rodríguez, A. & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 82, pp. 1-26. Doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Tica, E., Isabel, G., Ruiz, P., & Augusto, D. (2018). El marketing digital en las redes sociales Facebook, LinkedIn y YouTube y su influencia en la fidelización de los clientes de la empresa Atanasovski corredores de seguros. (*Tesis de pregrado*). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. <http://hdl.handle.net/10757/623548>

Torres, C., & Yupangui, M. (2015). Proyecto de aplicación de estrategias de marketing viral a través del uso de redes sociales para promocionar los productos del mercado artesanal del distrito metropolitano de Quito. (*Tesis de pregrado*). Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Ecuador.

Valdiviezo, G., (2018). Estudio comparativo del impacto de las redes sociales en las ventas de food truck en el distrito metropolitano de Quito y los Valles. (*Tesis de pregrado*). Universidad de las Fuerzas Armadas, Quito, Ecuador.



Copyright (c) 2021 Dayana Lizbeth Campoverde Ochoa



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

Ensayo

Del comportamiento organizacional a la práctica de producción del sentido

Fecha de recepción: 15-01-2021 • Fecha de aceptación: 22-03-2021 • Fecha de publicación: 10-06-2021

Galo Hernán García Tamayo
Instituto Superior Tecnológico España, Ecuador
galoh.garcia@iste.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2268-2730>

RESUMEN

El presente ensayo tiene como propósito presentar algunas reflexiones sobre la práctica en la producción del sentido que se atribuyen a las organizaciones, producto del tránsito de las mismas, de la modernidad a la posmodernidad.

El trabajo consistió en hacer una revisión documental con un recorrido por la literatura respecto de la temática planteada, con el fin de entender desde un punto de vista teórico, cuáles han sido los cambios que ha soportado la sociedad desde la modernidad hasta la posmodernidad.

El estudio se basó en la lectura crítica del tema presentado; para ello se consiguieron artículos científicos, mismos que fueron analizados a profundidad con la finalidad de relevar los datos pertinentes. La comprensión de la información se complementó con métodos de análisis de contenido y de frecuencia.

Se concluye que, a lo largo de la historia, la marcada incertidumbre característica de dicha época, abre la posibilidad a una nueva vía que se dirige a la búsqueda de sentido en las personas.

PALABRAS CLAVE: comportamiento organizacional, producción del sentido, organizaciones.

ABSTRACT

The purpose of this article is to present some reflections on the practice in the production of meaning attributed to organizations, as a result of their transition from modernity to postmodernity.

The work consisted of a documentary review with a review of the literature on the subject, in order to understand from a theoretical point of view, what have been the changes that society has endured from modernity to postmodernity.

The methodology used in this work was based on the critical reading of the topic presented; for this purpose, several scientific articles were obtained, which were analyzed in depth in order to gather the pertinent data. The understanding of the information was complemented with content and frequency analysis methods.

It is concluded that, throughout history, the marked uncertainty characteristic of this era opens the possibility of a new path towards the search for meaning in people.

KEYWORDS: organizational behavior, production of sense, organizations.

Introducción

La sociedad, a lo largo del tiempo, se ha enfrentado a grandes cambios producto de su devenir histórico, mismo que se ha derivado en una progresiva diferenciación social y distintos sentidos que han conllevado a una pregunta lógica: ¿los seres humanos están recorriendo por vías que los lleven a la producción de un sentido organizacional?

Frank López (2001), estudioso de este campo, demuestra que, bajo el enfoque tradicional, lo que se suele estudiar son las categorías del modelo analítico estructural funcionalista, así como (ayudado en la hermenéutica genealógica–fenomenológica), el comportamiento como una práctica de producción de sentido dentro del modo de vida organizacional.

Para ello, este trabajo parte con dos preguntas: ¿es el comportamiento organizacional una realidad discursiva cuyo modelo analítico lo vuelve objeto estudiable? ¿es un objetivo que preexiste a toda teoría en dónde los modelos analíticos le han ido develando su forma y dimensionamientos reales?

1.1 Las organizaciones modernas

Herrera (2000) manifiesta que el camino de las sociedades por distintos estadios puede ser descrito como efecto ambivalente de una creciente diferenciación global. En la misma línea, Descartes, como principal pensador de la modernidad, manifiesta que la razón es fundadora de la realidad (pienso, luego existo).

En este contexto, el sentido toma forma, ya que éste ha ido experimentando muchos cambios, que, en palabras de Rojas et al., (2001) “es cierto que la modernidad involucra las grandes modificaciones experimentadas por la humanidad, representando una importante era de trascendencia mundial” (p.26).

Pero la sociedad en su trascendencia a nivel mundial ha ido tomando ciertos rasgos que, según Bericat (2003), “el rasgo básico que caracteriza a la sociedad moderna es la creciente diferenciación de sus estructuras tanto sociales, como culturales” (p.12), entendiéndose que, dicha diferenciación tiene su entramado en la división social del trabajo y de la actividad económica en unas funciones cada vez más específicas (De Baptista, 2012, p.2).

Uno de los primeros cambios en el ámbito social y económico se dio en Inglaterra con el inicio de la incorporación de la máquina de vapor en las fábricas, en reemplazo de la mano humana, dando comienzo a la era de la revolución industrial que trajo consigo la producción a gran escala y, por ende, las relaciones de trabajo se vieron modificadas.

Adam Smith, John Stuart Mill y David Ricardo, partidarios de la economía de mercado, aproximadamente en el siglo XVII defendieron dicha economía caracterizada por la libre oferta y demanda, más, en el siglo XX, surge la revolución científica que trae consigo aportaciones sobre el modo de vida organizacional con visión hacia la productividad.

Otro de los pensadores sobre la temática planteada es Bericat (2003), quien destacó que



la modernidad con la racionalidad específica está relacionada al vincular medios y fines. La justificación está dada por la eficiencia, esto aunado a que en la modernidad poco se admite la incertidumbre, el caos, etc.

Así mismo y de acuerdo a TWI Press (1998) el aprendizaje viene dado por modelos, métodos y técnicas que son aplicados por el gerente ante determinadas situaciones y cuya acción gerencial resulta planificada, estructurada y racional; interpretaciones de la realidad organizacional que, frente a los cambios impuestos por la globalización, se tornan insuficientes y deficientes frente a las nuevas realidades, lo cual se dificulta a medida que la organización crece (De Baptista, 2012, p.3).

La ambivalencia de la modernidad ha invitado a las organizaciones a transformarse, reinventarse, a transitar hacia un nuevo modo de vida organizacional. Como lo plantea López (2001): “entrada la segunda mitad del siglo XX se hizo ostensible una transformación aguda de las organizaciones funcionales” (p. 120), y, a decir de Senge (2005) “creo que se está formando una nueva ola: el comienzo de una época que se extenderá... y que todavía carece de nombre” (p.14).

Para otros investigadores como Loyotart, 1979; Foucault, 1994; Follari y Lanz, 1998; Derrida, 1981; Habermas, 1981; Morin & Pakman, 1994; De Sousa, 1996; Rojas et al., 2001, se da paso a una etapa que han coincidido en llamar posmodernidad.

“Estos autores son partidarios de la importancia de la información y la comunicación, la virtualización de las organizaciones, la multidimensionalidad, la complejidad y la transversalidad como paradojas que afectan tanto a la sociedad como a las organizaciones empresariales” (De Baptista, 2012, p.3).

Unido a lo anterior, Touraine (1969), a finales de la década de los sesenta, avizó cambios desde una sociedad de industrialización capitalista hacia una “sociedad programada” pos-industrial. Según Bell et al. (1976) y Naisbitt (1983), con la aparición de la sociedad pos - industrial surgió la primera propuesta sistematizada que tomaba en cuenta algunos factores determinantes de cambio que transcendía la lógica mecanicista, dando paso a nuevas formas de hacer negocios y de gerenciar, inspirados por las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), hecho que impactó en la sociedad, en las organizaciones y el individuo (De Baptista, 2012, p.4).

1.2 El enfoque estructural – funcional del comportamiento organizacional

A lo largo de los años se ha podido ver que el estudio del comportamiento organizacional estuvo influenciado por los enfoques clásicos que dominaron el campo discursivo de las ciencias sociales; y es así que, al realizar un arqueo de los principales exponentes de esta corriente de pensamiento, se muestra que muchos autores sostienen un discurso sobre el comportamiento organizacional que se expresa a través de las categorías clásicas del enfoque epistemológico que se impuso con el discurso positivo.

Estos autores definen al comportamiento como la relación de unas cuantas categorías como: individuo, motivación, liderazgo, conflicto, grupo, entre otras.

Así mismo, es importante advertir que el paradigma funcional está tan arraigado en el ámbito académico que no admite una idea distinta del comportamiento que no se exprese a través de dichos conceptos. Este paradigma funcional ha dominado tanto al ámbito académico como la estructura de los diversos libros que se producen al respecto (López, 2001).

Siguiendo en esta línea, en la primera mitad del siglo XX nació una herramienta más poderosa de la que se valió el pensamiento social, denominada el modelo analítico estructural – funcional. Este nuevo modelo concibe al comportamiento humano como la consecuencia de la interrelación funcional de determinadas estructuras o sistemas como: a) sistema cultural, b) sistema organizacional, c) sistema grupal y, d) sistema individual.

El enfoque estructural – funcional creó un campo discursivo cerrado que excluyó todo enfoque alternativo e hizo del modelo y sus categorías el comportamiento mismo, convirtiéndose en un problema para la reflexión en este campo.

Bajo la metáfora mecanicista y burocrática, De Baptista (2012) diferenció un modo de vida organizacional apoyado en la división y especialización de las tareas, organizaciones jerárquicas, piramidales y funcionales, haciendo de éstas un tejido de relaciones interpersonales que se articulan mediante las tareas especializadas.

En este modo de vida organizacional el sujeto se adaptó a una vida mucho más compleja construyendo tejidos funcionales, lo que desembocó en las funciones y tareas especializadas.

El sujeto moderno es considerado un aparato social fabricado al interior de los enmarañados tejidos organizativos de las estructuras mecanicistas, constituyendo a su vez todo un entramado organizativo, donde sólo podrá realizarse como sujeto racional, ético y epistemológico, y a cuya realización accederá mediante el despliegue práctico de sus acciones políticas, epistemológicas, económicas, sociales, morales y estéticas.

Max Weber destacó sobre la modernidad que ésta estaba alentada por la racionalidad específica, una coherencia instrumental que vinculaba medios y fines (De Baptista, 2012), ya que las organizaciones modernas se organizaban con la lógica justificada por la eficiencia.

1.3 La práctica de producción del sentido moderno

De acuerdo a Adam Smith, la forma organizativa de la vida laboral inglesa dominada por la organización espiritual, había cambiado tanto que el mismo Smith no tuvo más que tomar esta nueva forma organizativa como punto de partida de sus investigaciones económicas.

Esta reflexión de acuerdo a López (2001) hizo que, el análisis de la riqueza en el nuevo contexto organizacional, lo condujera a concluir que la riqueza de las naciones estaba posibilitada por una nueva manera de organización del trabajo basada en la división y especialización de las tareas.

Lo relevante de esta nueva forma de organización es que, estas formas, luego de un largo proceso político, terminaron hegemonizando los procesos de vida para luego convertirse en el ámbito

laboral conocido posteriormente como el modo de vida moderno.

Este modelo, nacido en las filas militares, comenzaba a hegemonizar la vida fabril inglesa que más luego se convirtió en un modelo de muchas empresas a nivel mundial. Estos terminaron convertidos en matrices orgánicas a partir de las cuales, esos sujetos tendrían que producirse a sí mismos como sujetos morales, racionales y epistemológicos.

1.4 Las organizaciones basadas en la división de las tareas y la lógica de la producción del sentido moderno

Para abordar este tema, es trascendente recordar que las organizaciones militares clásicas son organizaciones jerárquicas piramidales y funcionales, lo que conlleva a que este tipo de empresas se conviertan en un tejido de relaciones interpersonales articulado mediante las tareas.

En este engranaje mecánico, los sujetos se han vuelto piezas fundamentales en dónde sus cuerpos quedan descompuestos en infinitos movimientos corporales mecánicos que más tarde tomaron el nombre de *therbligs* (elementos básicos empleados cuando se realiza una tarea manual altamente repetitiva).

Estos *therbligs* harán funcionales a las tareas especializadas y a la organización funcional, logrando la eficacia y la eficiencia en su comportamiento. Estas tareas o funciones especializadas deben ser relacionadas con las categorías determinadas en los principios establecidos en la economía del movimiento.

Al relacionar estas cinco categorías con las tareas o funciones especializadas de estas organizaciones funcionales, no admiten otra modalidad de sujetos que no sean los funcionarios, los sujetos definidos y determinados por las funciones.

En este sentido, el sujeto moderno no es cualquier sujeto, sino es un artefacto social específico que se construye así mismo en la acción práctica y cognitiva de producción del sentido de su propia vida que no podrá ser sino una vida organizacional, es decir, un modo de vida organizacional.

1.5 El sujeto en su práctica organizacional se construye así mismo como un sujeto racional

López (2001) acertadamente al tocar este tema manifiesta que el sujeto organizado, al ir desplegando su modo de vida organizacional, va construyendo el tejido funcional que lo regula de manera estratégica, y con ellos se construye así mismo en una dialéctica organizacional donde, sin la conciencia plena de ello, termina convirtiéndose en causa de sí mismo en su propio demiurgo (p.110).

En esta lógica organizacional los sujetos sólo pueden actuar exitosamente al interior de sus

organizaciones, sólo pueden tener un modo de vida organizacional exitoso, un comportamiento laboral deseable en la medida en que guíen sus acciones prácticas y cognitivas bajo el imperativo práctico de los fines organizacionales que son las tareas especializadas.

Los sujetos, al desplegar sus acciones prácticas y cognitivas, se incorporan a un circuito de racionalidad medio-fines, en el cual los medios terminan totalmente subordinados a los fines, lo que ha provocado un doble efecto en los sujetos modernos: los que producen en las acciones prácticas y los efectos que producen en las acciones cognitivas.

Los que producen en las acciones prácticas indican que el efecto de estas acciones se va produciendo cuando los sujetos organizados van desplegando su modo de vida organizacional. Al desplegarlo, se subordinan a los fines organizacionales y acciones prácticas, lo que les conlleva a cambiar su status como: de recibir a dar órdenes, de realizar trabajos manuales a realizar trabajos intelectuales, de recibir menores a recibir mayores remuneraciones, entre otras.

Toda esta situación sólo puede brotar de una dinámica organizacional propia de la institución militar, en dónde ese racional instrumental característico de ese tipo de instituciones se volvió la única garantía de toda victoria y de la preservación de la vida de los ejércitos.

Así mismo, Frank López (2001) sostiene que, al imponerse estos modelos organizacionales militares, esta racionalidad se erigió en lógica organizacional sobre la cual se desplegó el comportamiento mecánico al interior de las organizaciones modernas; que en el ámbito económico dio la positividad a la existencia de una fuerza productiva sobre la cual se estructuró un modelo de producción característico de la modernidad (p.112).

1.6 La realización epistemológica o de cómo el sujeto moderno construye sus representaciones

En este sentido, el autor López (2001) manifiesta que los juicios racionales de estos sujetos organizados terminan siendo también destrezas cognitivas, toda vez que los imperativos cognitivos son también funcionales. Pero todo ello precisamente es lo que les permite a los sujetos modernos el desarrollo de una actividad heurística que queda integrada al circuito de racionalidad y con la cual los sujetos organizados crean sus propias representaciones que le sirven de guías en el despliegue de su comportamiento organizacional y que hace exitoso su modelo de vida organizacional (p.113).

Un imperativo importante dentro de este tema radica en que la primera condición de todo enunciado verdadero, es que el sujeto que enuncia debe ser él mismo verdadero; es decir, estos sujetos van fabricando el sentido de sus propias vidas y, definiendo un comportamiento organizacional que refuerza su modo de vida moderno y el éxito de su comportamiento organizacional.

Esta relación, de acuerdo a López (2001) “será la que sostendrá el modelo de saber científico durante la modernidad clásica, que hará posible las escuelas clásicas de comportamiento, ya

que, convertida la estructura cognitiva en una estructura funcional, todo juicio racional termina estructurándose como un juicio sintético” (p.114).

En otras palabras, todo enunciado con pretensión de verdad termina siendo un enunciado hipotético o funcional. De allí que toda verdad emergerá como hipótesis y, toda certidumbre metodológica solo podrá ser alcanzado a través de la contrastación de esas hipótesis y, mediante los procedimientos de falsación. En este aspecto López (2001) manifiesta que esto no muestra cómo el sujeto moderno, al tiempo que se fue fabricando así mismo en el entramado de un tejido orgánico funcional, se fue haciendo un funcionario racional cuya acción cognitiva, subordinada a la función, le iba permitiendo la elaboración de sus propias representaciones, con las cuáles no solo se inventaba como sujeto verdadero, sino que inventaba a su vez un discurso científico y racional sobre la economía, sobre el trabajo, sobre la administración y sobre el comportamiento organizacional (p.116).

De este modo, los sujetos al tiempo que se hacen racionales, subordinando sus acciones prácticas y cognitivas a las funciones, racionalizan sus prácticas, cumplen de manera óptima sus tareas especializadas, ascienden en la escala jerárquica de funciones organizacionales, pasando de la realización de trabajos manuales a la realización de trabajos intelectuales.

1.7 La realización política: las positivities de los modelos de liderazgos modernos

López (2001) manifiesta que “no obstante, en este acto único y total, dónde los sujetos se hacen racionales, virtuosos y, se realizan epistemológicamente al construir sus propias representaciones inventándose así mismo, también logran, y de una manera simultánea, su propia realización política” (p.116).

Los sujetos en la medida en que subordinan sus acciones, tanto a los fines organizacionales, como a las funciones, se convierten en funcionarios definidos por la función. De esta manera la empresa nace y va construyendo de manera progresiva una estructura política de naturaleza tecnocrática, puesto que los sujetos se convierten en la pura función técnica, volviendo racional y verdadera una estructura política caracterizada por las líneas de mando verticales sobre las cuales se sostiene el liderazgo formal y, así mismo, fue de esas estructuras de gobierno de las cuales se fueron derivando los modelos gerenciales autocráticos.

Ahora bien, en todas las organizaciones se fue dando las prácticas eleccionarias, creándose una realidad organizacional sincrética que fundía la organización disciplinaria con las formas de organización eleccionarias de dónde surgían formas de gobierno organizacionales caracterizados por las democracias centralizadas, de cuyo interior emergieron modelos gerenciales basados en el centralismo democrático, que luego fue flexibilizando la rigidez disciplinaria del gobierno organizacional autocrático, dando lugar a nuevos modelos gerenciales.

1.8 La práctica de producción de sentido post-moderno

En esta época hubo una transformación de las organizaciones funcionales. Es decir, se pasó de las burocracias verticales a la gran empresa horizontal, en donde se dejó la sociedad de

empleados y se transformó en una sociedad de redes.

En este mundo post-moderno el sentido de producción ha tomado dos vías: la administrativa y la sociológica. López (2001) respecto de la administrativa manifiesta que el paso de las estructuras jerárquicas a las redes aplanadas, se observa como un proceso en el cual las funciones organizativas que caracterizaron las grandes jerarquías organizacionales, se han ido fusionando unas con otras para dar lugar a actividades, que al irse integrando entre sí han dado lugar a procesos, ya que los procesos no son más que la secuencia más o menos direccionada de un conjunto de actividades (p.122).

Respecto del área sociológica, el autor anteriormente mencionado indica que este es un proceso sociológico dado que al integrarse las funciones y construir actividades, los funcionarios que realizaban dichas funciones se integraron unos con otros formando grupos. Sin embargo, al integrarse unas actividades con otras para dar lugar a los procesos, los grupos que corresponden a esas actividades, se integraron entre sí formando equipos. (p.122).

En este sentido, el sujeto post-moderno ha entrado en un proceso en dónde ha perdido su forma disciplinaria y monológica, pero al mismo tiempo, refundándose y adoptando la forma comunicativa y simbólica.

Todo esto ha dado como resultado el nacimiento del *empowerment*, dejando de lado viejos modelos gerenciales centrados en la estructura.

El *empowerment* (empoderamiento), en palabras de López (2001), se definiría como el que moviliza a los individuos y a los equipos auto dirigidos no sólo para ejecutar órdenes, sino para innovar y mejorar los productos, los servicios y los programas, a menudo con resultados que abren nuevos caminos.

Conclusiones

En la época posmoderna se observa que se van produciendo transformaciones de interés en las estructuras organizacionales, específicamente en los modelos de gestión que fundamentan el desarrollo de las organizaciones, poniendo mayor énfasis en la necesidad de hacer reingeniería en las estructuras de organización burocrática para pasar a un siguiente nivel; es decir, a las organizaciones caracterizadas por su capacidad de evolución partiendo de la comunicación, a pesar del caos característico de esta era.

Todos estos cambios también afectan al tipo de liderazgo, en dónde el líder puede interpretar esa realidad a partir de sus principios para reconstruirla y proyectarse hacia el futuro impulsando acciones para hacerla realidad.

Por otro lado, la modernidad dio gran importancia a la racionalidad individual en dónde se visualizó cómo éstas ideas han estado presentes en la representación de las organizaciones, y, por lo tanto, en la conceptualización del liderazgo como proceso organizacional.

Finalmente, de la revisión documental se puede concluir que la sociedad se está yendo hacia una nueva conciencia y espíritu organizacional, en dónde, la orientación está encaminada a la construcción del sentido de las personas y por ende, de las organizaciones; es decir, se vuelve importante la búsqueda de la trascendencia del ser.

Referencias

- Bell, D., García, R., & Gallego, E. (1976). *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*. Madrid: Alianza.
- Bericat, E. (2003). Fragmentos de la realidad postmoderna. *Revista española de investigaciones sociológicas*, 102, 9-46. http://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_102_031167995793345.pdf
- De Baptista, O. L. S. (2012). Hacia la producción de un sentido organizacional: el dilema postmoderno. *Gaceta Técnica*, (9), 35-44.
- De Sousa, B. (1996). Introducción a una ciencia posmoderna. (Caracas: CIPOST – FACES – UCV), Colección Estudios Avanzados 3.
- DERRIDA, J. (1981). *Positions*. USA: University of Chicago.
- Follari, R., & Lanz, R. (1998). Enfoque sobre la postmodernidad en América Latina. Editorial Sentido. Caracas.
- Foucault, M. (1994). La verdad y las formas jurídicas. Barcelona: Gedisa. Segunda Edición.
- Habermas, J. (1981). Modernidad versus postmodernidad. Barcelona. En José Picó Ediciones.
- Herrera, M. (2000). Representaciones de la sociedad: de la modernidad a la posmodernidad. pp. 163-190 <https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n61/02102862n61p163.pdf>
- López, F. (2001). Del comportamiento organizacional a la práctica de la producción del sentido. *R. Lanz (Comp.), Organizaciones Transcomplejas*, 97-144.
- Loyotart, J. (1979). *La Condición Posmoderna*. Madrid.
- Morin, E., & Pakman, M. (1994). Introducción al pensamiento complejo. Barcelona: gedisa.
- Naisbitt, J. (1983). *Macrotendencias*. Editorial Mitre.
- Rojas, L., Torres, R., & Arapé, E. (2001). Posmodernidad: Lógicas organizacionales, lógicas tecnológicas. *Organizaciones Transcomplejas*. Editorial Imposmo/Conicit, Caracas.
- Senge, P. (2005). *La Quinta Disciplina*. Granica. Argentina.
- Touraine, A. (1969). *La Sociología de la Acción*. Barcelona: Ediciones Ariel.

Copyright (c) 2021 Galo Hernán García Tamayo



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)



NORMAS DE PUBLICACIÓN REVISTA ERUDITUS

La **REVISTA ERUDITUS** es una publicación científica de la Universidad Tecnológica Israel, cuya difusión es trianual: febrero, junio y octubre. Está especializada en Ciencias Administrativas, Económicas y disciplinas afines, con énfasis en la Administración Empresarial y Pública, la Gestión Contable y Financiera y el Turismo Sostenible.

Está orientada a la publicación de artículos de carácter científico, de reflexión y de revisión relacionados con estudios e investigaciones sobre teorías, metodologías y aplicaciones en estas áreas.

La revista acepta trabajos tanto en español como en inglés a fin de facilitar su proyección internacional. Es de acceso abierto y gratuito, e incluye artículos originales de investigación, ensayos y reseñas.

Es importante acotar que las evaluaciones se hacen con pares a doble ciego para garantizar la objetividad y la calidad de las publicaciones.

1. ALCANCE Y POLÍTICA

Las aportaciones tienen que ser originales y no haber sido publicados previamente o estar en proceso de revisión de otro medio.

Estas pueden ser mediante:

- **Artículos:** trabajos de naturaleza teórica y empírica con una extensión de entre 12 y 16 páginas, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), institución, correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se aceptarán traducciones provenientes de traductores automáticos), keywords, introducción, metodología, resultados, conclusiones y referencias bibliográficas.

- **Ensayos:** son revisiones exhaustivas del estado de la cuestión de un tema de investigación reciente y actual justificado mediante la búsqueda sistemática de autores que traten sobre esa problemática. Para esta sección se aceptan trabajos con un máximo de entre 12 y 16 páginas, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), institución, correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se aceptarán

traducciones provenientes de traductores automáticos), keywords, introducción, desarrollo, debate/discusión/conclusiones y referencias bibliográficas.

- **Reseñas:** consiste en la valoración crítica de un autor, un libro u obra artística en la que se realice una evaluación o crítica constructiva. Tiene una extensión de máximo 12 páginas incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se aceptarán traducciones provenientes de traductores automáticos debido a su baja calidad), keywords, introducción, desarrollo, debate/discusión/conclusiones y referencias bibliográficas.

2. PROCESO EDITORIAL

Se informa a los autores que los trabajos que se publicaran deben respetar el formato de la plantilla establecida y ser enviados exclusivamente por el OJS (Open Journal System): <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re>, por esa vía se manejará el proceso de estimación/desestimación y de aceptación/rechazo, así como en caso de aceptación, el proceso de revisión.

En el período máximo de 30 días, a partir de la recepción de cada trabajo, los autores recibirán una notificación. En caso de que el manuscrito presente deficiencias formales o no se incluya en el focus temático de la publicación, el Editor principal o Director Científico desestimarán formal o temáticamente el trabajo sin opción de reclamo por parte del autor. Por el contrario, si presenta carencias formales superficiales, se devolverá al autor para su corrección antes del inicio del proceso de evaluación. Para ello se establecen las siguientes categorías: **aceptado, aceptado con cambios menores, aceptado con cambios mayores, rechazado.**

Se solicita a los autores que una vez recibida la resolución por parte del Editor de la Revista o del Director Científico envíen el documento corregido en no más de 30 días para una segunda revisión, salvo a aquellos autores a quienes se ha notificado su documento como rechazado.

Los manuscritos serán evaluados científicamente, de forma anónima por pares expertos en la temática, con el fin de garantizar la objetividad e independencia de la Revista.

Los criterios de valoración para la aceptación/rechazo de los trabajos por parte del Consejo Editor son los siguientes:

- Actualidad y novedad.
- Relevancia y significación: avance del conocimiento científico.
- Originalidad.
- Fiabilidad y validez científica: calidad metodológica contrastada.



- e. Organización (coherencia lógica y presentación formal).
- f. Coautorías y grado de internacionalización de la propuesta y del equipo.
- g. Presentación: buena redacción.

3. PRESENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE ORIGINALES

Los trabajos se presentarán en tipo de letra Times New Roman 12, interlineado simple, con alineación a la izquierda y sin tabuladores ni retornos de carros entre párrafos. Solo se separan con un retorno los grandes bloques (autor, título, resúmenes, descriptores, créditos y epígrafes. Los trabajos se presentan en Word para PC. Las normas de citas y bibliografía se basan en APA 6ta edición.

A continuación, se detalla en profundidad como debe desarrollarse el texto académico:

- Nombres y apellidos completos de cada uno de los autores (máximo 4) por orden de prelación, el número de escritores deberá estar justificado por el tema, su complejidad y extensión. Junto a los nombres ha de seguir la institución, correo electrónico de cada autor y código ORCID.
- Resumen en español con un máximo de 200 palabras, donde se describirá de forma concisa el motivo y el objetivo de la investigación, la metodología empleada, los resultados más destacados y principales conclusiones, con la siguiente estructura: justificación del tema, objetivos, metodología del estudio, resultados y conclusiones. Ha de estar escrito de manera impersonal en tercera persona: “El presente trabajo se analizó...”.
- Abstract en inglés con un máximo de 200 palabras. Para su elaboración, al igual que para el título y los keywords, no se admite el empleo de traductores automáticos. Los revisores analizan también este factor al valorar el trabajo
- De 4-6 palabras clave en español/ 4-6 keywords en inglés.
- Introducción: debe incluir los fundamentos y el propósito del estudio, utilizando citas bibliográficas, así como la revisión de la literatura más significativa proveniente de fuentes válidas y de calidad académica.
- Metodología: Será presentado con la precisión que sea conveniente para que el lector comprenda y confirme el desarrollo de la investigación. Se describirá el enfoque metodológico adoptado, la población y muestra, así como las técnicas seleccionadas.
- Resultados: se realizará una exposición de la información recabada durante el proceso de investigación. En caso de ser necesario los resultados se expondrán en figuras o/ y tablas (**Ver plantilla de estilo**)
- Conclusiones: resumirá los hallazgos, relacionando las propias observaciones con otros

estudios de interés, señalando aportaciones y limitaciones sin reiterar datos ya comentados en otros apartados.

- Referencias bibliográficas: Las citas bibliográficas deben reseñarse en forma de referencias al texto. No debe incluirse bibliografía no citada en el texto. El número de referencias bibliográficas deben ser como mínimo 12 y máximo 20, cantidad necesaria para contextualizar el marco teórico, la metodología usada y los resultados de investigación. Se presentarán alfabéticamente por el apellido primero del autor (agregando el segundo solo en caso de que el primero sea de uso muy común, y unido con guion). Debe usarse la norma APA 6ta edición.
- Apoyo financiero (opcional): El Council Science Editors recomienda a los autor/es especificar la fuente de financiación de la investigación. Se considerarán prioritarios los trabajos con aval de proyectos competitivos nacionales e internacionales. En todo caso, para la valoración científica del manuscrito, este debe ir anonimizado con XXXX solo para su evaluación inicial, a fin de no identificar autores y equipos de investigación, que deben ser explicitados posteriormente en el manuscrito final.

4. DERECHOS DE AUTOR

Los autores que participen de los procesos de evaluación y publicación de sus ediciones conservan sus derechos de autor, cediendo a la revista el derecho a la primera publicación, tal como establecen las condiciones de reconocimiento en la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional \(CC BY\)](#), donde los autores autorizan el libre acceso a sus obras, permitiendo que los lectores copien, distribuyan y transmitan por diversos medios, garantizando una amplia difusión del conocimiento científico publicado.

5. LISTA DE COMPROBACIÓN PARA ENVÍOS

Los investigadores deberán llenar en el OJS la lista de comprobación para envíos. En caso de que no cumpla uno de los requisitos, el autor no podrá subir el archivo. Por ello es necesario que se revisen los siguientes parámetros antes de enviar el documento.

- El envío no ha sido publicado previamente ni se ha sometido a consideración por ninguna otra revista (o se ha proporcionado una explicación al respecto en los comentarios al editor/a).
- El archivo de envío está en formato Microsoft Word.
- Siempre que sea posible, se proporcionan direcciones URL para las referencias.
- El texto alineado a la izquierda con tiene interlineado sencillo; letra Times New Roman, 12 puntos de tamaño de fuente.
- Si se envía a una sección evaluada por pares de la revista, deben seguirse las instrucciones en asegurar una evaluación anónima.



6. PRÁCTICAS DESHONESTAS: PLAGIO Y FRAUDE CIENTÍFICO

En el caso de que haya algún tipo de infracción contra los derechos de la propiedad intelectual, las acciones y procedimientos que se deriven de esa situación serán responsabilidad de los autores/as. En tal sentido, cabe mencionar las siguientes infracciones graves:

- Plagio: consiste en copiar ideas u obras de otros y presentarlas como propias, como por ejemplo el adoptar palabras o ideas de otros autores sin el debido reconocimiento, no emplear las comillas en una cita literal, dar información errónea sobre la verdadera fuente de la cita, el parafraseo de una fuente sin mencionarla, el parafraseo abusivo, incluso si se menciona la fuente.
- Fraude científico: consiste en la elaboración, falsificación u omisión de información, datos, así como la publicación duplicada de una misma obra y los conflictos de autoría. CITACIÓN Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS el sistema de citación y referencias bibliográficas se ajustarán a las American Psychological Association (Normas APA, 6ta. edición).
- Se respetará de forma tácita el orden de los autores que figure en el documento original enviado.



Uisrael - 2021

Francisco Pizarro E4-142 y Marieta de Veintimilla

Teléfono: (593) 2 255-5741

reruditus@uisrael.edu.ec

Quito - Ecuador