

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES INSTITUTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES - CENTRO DE INVESTIGACIONES EMPRESARIALES



DIRECTIVOS

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Econ. Mauro Toscanini Segale, Ph.D.
Rector

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño, Ph.D.
Vicerrector Administrativo

Lcda. Cecilia Loo de Tamariz, Ph.D.
Vicerrectora Académica

Ing. Walter Mera Ortiz, Ph.D.
Vicerrector de Postgrado e Investigación

Dra. Mónica Franco Pombo, Ph.D.
Vicerrectora de Vinculación

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

Econ. Servio Correa Macías, Ms.C.
Decano (e)

CPA. Cecilia Vélez Barros, Mgs.
Coordinadora Académica 1

Ing. Karina Sánchez Lozano, Abg.
Coordinadora Académica 2

Ing. Ma. Belén Salazar Raymond, Mgs.
Directora de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Mgs.
Directora de la Carrera de Comercio y Finanzas Internacionales

Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs.
Directora (e) de la Carrera de Marketing

Lcda. Janett Salazar Santander, Mgs.
Directora de la Carrera de Administración de Ventas

Ing. Ángel Castro Peñarreta, Mgs.
Director (e) de la Carrera de Emprendedores

Ing. Sist. Ana Ulloa Armijos, MAE.
Directora de la Carrera de Comercio Electrónico

INSTITUTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Econ. Ernesto Fuentes Pilaló, Mgs.
Director

Ing. Roberto Lindao Montesdeoca, MBA.
Director
Centro de Investigaciones Empresariales

Ing. Gilda Véliz Salazar
Coordinadora Administrativa

Sr. Andres Campaña Freire
Investigador

REVISTA EMPRESARIAL

latindex

Dialnet

La Revista Empresarial, es una publicación científica-académica de alcance nacional.

Las temáticas tratadas abarcan las asignaturas de estudio de las Carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales. Es coordinada y elaborada por el Instituto de Ciencias Empresariales que es la unidad de investigación adscrita a la Facultad.

La revista se dirige a estudiantes, docentes, investigadores, empresas, universidades, etc.

ISSN No. 1390-3748 (Edición Impresa)
ISSN No. 2550-6781 (Edición Electrónica)
Catálogo Latindex No. 22956

Edición No. 43
VOL. 11 - No. 3, 2017

Julio - Septiembre 2017
Publicación Trimestral

CONSEJO CIENTÍFICO

Econ. Mauro Toscanini Segale, Ph.D.
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño, Ph.D.
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Dr. Andrés Valdez Zepeda
Universidad de Guadalajara, México

Lcdo. Dante Ayaviri Nina, Ph.D.
Universidad Nacional del Chimborazo

Ing. Fernando Hallo Alvear, Ph.D. (c)
Universidad Internacional del Ecuador

Lcda. Gabith Quispe Fernández, Ph.D.
Universidad Nacional del Chimborazo

Ing. Omar Jácome Ortega, Ph.D.
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Ing. Yailf Pérez Guerra, Ms.C.
Universidad Internacional del Ecuador

Econ. Ernesto Fuentes Pilaló, Mgs.
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Psic. Dennis Jiménez Bonilla, Ms.C.
Universidad Estatal de Milagro

Ing. Jesús Meléndez Rangel, Ph.D.
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

CONSEJO EDITORIAL

Ing. Orly Carvache Franco, MBA.

Econ. Julio Aráuz Mancilla, Ms.C.

Ing. Max Galarza Hernández, Ms.C.

Ing. Mao Garzón Quiroz, Ms.C.

Ing. Maximiliano Pérez Cepeda, Mgs.

Ing. Mauricio Garzón Rodas, Ms.C.

Ing. Roberto Lindao Montesdeoca, MBA.

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño, Ph.D.
Director Fundador

Instituto de Ciencias Empresariales (ICE)
Centro de Investigaciones Empresariales (CIE)
Departamento Académico y Administrativo de la Facultad de Especialidades Empresariales
Coordinación

Foto de Portada: Buscando Ideas

Diseño y Diagramación: Lab2design www.lab2de.com - Ana Villaquirán Sotomayor

Edición: Trimestral

Imprenta: Grafinpren

Tiraje: 1.000 ejemplares

Dirección: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad Especialidades Empresariales
Av. Carlos Julio Arosemena Km 1 1/2 Teléfonos: 2209207 Ext.: 5004 - 5084 - 5088
Contactos: ernesto.fuentes@cu.ucsg.edu.ec, roberto.lindao@cu.ucsg.edu.ec
www.ucsg.edu.ec

<http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg>

<http://www.latindex.org/latindex/ficha?folio=22956>

<https://dialnet.unirioja.es>

LINEAMIENTOS PARA LA PRESENTACIÓN DE ARTÍCULOS CIENTÍFICOS PARA LA REVISTA TRIMESTRAL DE LA FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

La Revista Empresarial, es una publicación científica-académica de alcance nacional, con una periodicidad trimestral. Las temáticas tratadas abarcan las asignaturas de estudio de las Carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG).

La Revista Empresarial es coordinada y elaborada por el Instituto de Ciencias Empresariales (ICE) y su Centro de Investigaciones Empresariales (CIE) que son unidades de investigación adscritas a la Facultad.

Los artículos son revisados por el método de evaluación por pares de doble ciego.

Público objetivo: La revista empresarial se dirige hacia estudiantes, docentes, investigadores, profesionales, empresas, etc.

TIPOS DE ARTÍCULOS ACEPTADOS PARA PUBLICACIÓN

1. Artículo de investigación científica y tecnológica.

Documento que presenta, de manera detallada, los resultados originales de proyectos terminados de investigación. La estructura generalmente utilizada contiene cuatro partes importantes: introducción, metodología, resultados y conclusiones.

2. Artículo de reflexión.

Documento que presenta resultados de investigación terminada desde una perspectiva analítica, interpretativa, sobre un tema específico, recurriendo a fuentes originales.

3. Artículo de revisión.

Documento resultado de una investigación terminada donde se analizan, sistematizan e integran los resultados de investigaciones publicadas o no publicadas, sobre un campo en ciencia o tecnología, con el fin de dar cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo. Se caracteriza por presentar una cuidadosa revisión bibliográfica de por lo menos 50 referencias.

ESTRUCTURA DEL ARTÍCULO

Es un documento donde se presentan los resultados de una investigación de manera sintética, cuidando los aspectos científicos y metodológicos. Su objetivo es la Comunicación o divulgación de los resultados a través de la revista.

Los elementos que contiene un artículo científico son: título, autores, resumen, palabras claves, introducción, materiales y métodos, resultado, discusión, referencias.

Contenido	Descripción	Criterios requeridos
Líneas de Investigación	Los artículos presentados deberán ser originales e inéditos, los mismos deberán estar enmarcados en las líneas de investigación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) en conjunción con las temáticas de las carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales. A continuación las áreas de investigación de las Carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales: <ul style="list-style-type: none"> . Mipymes . Comercio . Marketing y Ventas. . Turismo 	Temas pertenecientes a las áreas de estudio de las asignaturas que se imparten en las Carreras de la Facultad Especialidades Empresariales: <ul style="list-style-type: none"> . Comercio y Finanzas Internacionales. . Marketing. . Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. . Comercio Electrónico . Emprendedores . Administración de Ventas.
Título	El título debe ser interesante, preciso, claro y expresar el contenido del escrito. Debe tener relación con la problemática investigada, los objetivos y la pregunta de investigación.	Evitar que sea demasiado largo, no menos de 10 palabras no más de 15. No incluir en el título el tipo de estudio. El título debe también estar en inglés.
Autores	El nombre completo del autor o autores. Los investigadores que presentan el documento como su autoría, son los responsables del contenido del documento, no la revista.	Para efectos de reseñar brevemente al o los autores se deben adjuntar la hoja de vida de este con fotografía. Es importante que la hoja de vida contenga el email, puesto que este será publicado.
Resumen	El autor presenta de manera sintética el contenido de su artículo. El resumen hace referencia a los objetivos, métodos, resultados, y conclusiones. El objetivo del resumen es que el lector pueda valorar la importancia y relevancia de la investigación que se le presenta.	El número de palabras que debe contener el resumen normalmente van de 120 a 150 palabras. El resumen debe ser precedido por su similar en inglés "abstract".

Palabras clave	Las palabras claves tienen que ver con la esencia de la Investigación y ayudan a la indexación del artículo.	Se solicita un mínimo de 3 palabras y un máximo de 5. Estas deberán tener su versión en inglés (key words) y serán añadidas después del "abstract".
Introducción	Es la primera parte del cuerpo del artículo, presenta la problemática y su contextualización, los antecedentes, objetivos del estudio, la pregunta de investigación, la hipótesis (ideas o enunciados a defender) y la justificación.	Debe expresar originalidad sin que esto reste su lado científico. La introducción debe requerir como mínimo una página.
Materiales y métodos	Los procedimientos metodológicos empleados y el por qué de su selección.	La metodología debe ser adecuada al tipo de investigación que se desarrolla.
Resultados	Presenta los hallazgos de la aplicación de las técnicas estadísticas y/o interpretativas, así como los gráficos correspondientes a la información presentada, etc.	Mostrar los resultados en forma concisa y resumida, por ejemplo a través de gráficos, esquemas, cuadros y mapas de ideas. Si se realiza en forma amplia, debe lograrse resaltar los aspectos o hallazgos importantes, sin caer en excesiva retórica. Las tablas y gráficos deben estar enumerados y contener la respectiva fuente.
Discusión	Presenta el análisis de los resultados y la reflexión sobre el logro de objetivos, si se respondió o no a la pregunta de investigación, si se comprobó o no la hipótesis. Propone nuevas líneas de investigación.	La discusión debe analizar los resultados de forma crítica y compararlos con resultados encontrados por otros autores. Al ser un artículo de interés científico, el punto de vista personal del autor queda fuera de lugar. La discusión se hará solamente de lo que se tenga respaldo científico.
Referencias bibliográficas	Listado de fuentes documentales utilizadas para el sustento de la investigación y que aparecen referenciadas en el cuerpo del artículo.	El formato de todo el artículo deberá estar redactado bajo las normas APA Sexta Edición. Tomar especial atención a las referencias dentro del texto. Distinguir entre referencias y bibliografía, para el caso, sólo se solicita referencias. Se deberá incluir un mínimo de 10 referencias y hasta un máximo de 20. Las referencias se colocarán al final del artículo bajo la denominación de "Referencias bibliográficas".

En cuanto al formato de texto, en términos generales, este debe tener las siguientes características:

- Tipografía: Arial, tamaño 11.
- Interlineado: Sencillo. (1,00)
- Márgenes: superior e inferior 2.5cm, izquierda y derecha 3cm.
- Páginas: El artículo total incluyendo referencias no debe ser menor a 6 páginas ni mayor a 10 páginas, tomando en cuenta un mínimo de 4 000 palabras y un máximo de 6 000 palabras.
- Otras indicaciones: Se apreciará el acompañamiento de cuadros y gráficos que otorguen soporte a la tesis desarrollada. Las imágenes, entiéndase fotografías o ilustraciones deben ser de importancia para comprender el tema para ser utilizadas, caso contrario, deberán obviarse. El documento deberá ser enviado en formato "Word" o compatible y a color.
- Así también los gráficos y cuadros deben ser editables para poder modificarse, respecto a las imágenes, estas deben ser nítidas y enviadas en formato jpg.

PROCESO DE RECEPCIÓN Y SELECCIÓN DE ARTÍCULOS

Los artículos se recibirán en extenso en forma impresa y así mismo en formato digital (CD) y por vía electrónica (email) en las oficinas del Instituto de Ciencias Empresariales para seguir con el proceso de revisión, el cual tomará 30 días hábiles, para determinar si el artículo cumple con las directrices señaladas. Posterior a ello se informará al autor su aceptación o negación. En caso de ser aceptado se entregará al Consejo Editorial y Científico para su publicación en la próxima edición de la revista. Los autores deberán ceder los derechos de publicación de los artículos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG).

El Consejo Editorial y Científico, los cuales están conformados tanto por miembros de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, como por evaluadores académicos externos a la institución, serán los encargados de valorar y determinar la relevancia científica y por lo tanto la aceptación del artículo.

CONTENIDO



EDITORIAL

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño, Ph.D.

6

ARTÍCULOS:



EL CUIDADO DE LA SALUD MENTAL EN LA COMUNIDAD, VISTA COMO UN MODELO DE NEGOCIO, EN EL ECUADOR

Psic. Dennis Jiménez Bonilla, Mgs.

7



LA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO COMPETITIVO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EXPORTADORAS DEL GUAYAS

Ing. Orly Carvache Franco, Mgs.
Ing. Com. Camilo Frías Casco, MBA.
Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.
Ing. Gilda Véliz Salazar

17



INFLUENCIA DE LA PERSONALIDAD Y LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LOS ESTILOS DE LIDERAZGO

Ing. Said Diez Farhat, Mgs.
Ing. Com. Carlos Eduardo Sánchez, Mgs.

22



VENTAJAS DE COMERCIALIZACIÓN DE COLCHONES HIPOALERGÉNICOS A BASE DE FIBRA DE COCO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Lcdo. Rolando Michel García García
Lcdo. Juan Francisco López Fernández, Ph.D.
Ing. Douglas Kevin Villafuerte Rodríguez
Ing. María Anabel Muzha Chávez

29



ANALYSIS OF THE DETERMINING FACTORS OF THE QUALITY AND CULTURE OF HIGHER EDUCATION IN THE DUAL TRAINING SYSTEM: ECUADOR CASE FROM THE EUROPEAN STUDENT PERSPECTIVE

Ing. Carmen Paola Padilla Lozano, Ph.D. (c)
Econ. Danny Xavier Arévalo AVECILLAS, Ph.D. (c)
Econ. José Roberto Morales Vergara, Ph.D. (c)

36



LA EXONERACIÓN EN MATERIA TRIBUTARIA, UN DERECHO DE FAVORABILIDAD AL EMPRENDIMIENTO

Econ. Alex Patricio Riascos Chamba, Mgs.

45

bit.ly/2oCD7nG



EDITORIAL

IMPULSO A LAS PYMES EN EL ECUADOR

En el anuncio del Plan Económico (11 de octubre del 2017) del gobierno del Lcdo. Lenin Moreno, planteó que enviará un Proyecto de Ley de Reactivación Económica donde señala la necesidad de eliminar el anticipo al impuesto a la renta, pero solo de las empresas que tuvieran ventas de hasta US\$ 300.000 al año, además se exonerará a las microempresas ya establecidas de pagar el impuesto a la renta por sus primeros US\$ 11.000 de utilidad y los microemprendedores nuevos no pagarán el tributo en los dos primeros años de creada su empresa. Con estas reformas, según el gobierno se beneficiará al 82% de las empresas existentes en el país y a más de 36.000 empresarios". En cambio, para las empresas que facturan más de US\$ 300.000, se realizará una devolución progresiva del impuesto mínimo del anticipo del impuesto a la renta. "Comenzaremos con el 50% durante el año 2018, siempre y cuando se cumpla con el compromiso de mantener o incrementar las plazas de empleo".

Posteriormente el Presidente de la República anunció el 11 de noviembre del 2017, en su mensaje semanal, que "sensible a las demandas de algunos sectores" ha dispuesto "la eliminación de las reformas que modificaban el impuesto a la renta de las personas que no tienen hijos". Otro de los anuncios fue que firmará el "Decreto Ejecutivo a través del cual exonera el saldo del anticipo del impuesto a la renta de 2017 a las empresas que tengan ventas de hasta US\$ 500.000. A las que tengan ventas de hasta un millón de dólares se lo rebajará en el 60%, y para las empresas que venden más de un millón de dólares la disminución será del 40%".

En Ecuador, de acuerdo con el actual régimen legal: la ley de la Comunidad Andina de MIP y ME, la Ley de Fomento Artesanal y la Ley de Fomento de la Pequeña Industrias, se estructuró una clasificación en la cual, se destaca los principales conceptos relacionados con las micros, pequeñas, medianas y grandes empresas. De acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

Microempresas: emplean hasta 9 trabajadores, y sus tramos de ingresos son de hasta 100 mil dólares.

Pequeña Industria: puede tener hasta 49 obreros.

Mediana Industria: alberga de 50 a 199 obreros, y el tramo de ingresos no sobrepasa los 5 millones de dólares.

Grandes Empresas: son aquellas que tienen más de 200 trabajadores y más de 5 millones de dólares en tramos de ingresos.

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el Ecuador se caracterizan por el uso intensivo de la mano de obra, escaso desarrollo tecnológico, baja división del trabajo, pequeño capital, baja productividad e ingreso, reducida capacidad de ahorro y limitado acceso a los servicios financieros y no financieros existentes.

La pequeña industria ecuatoriana cuenta con un sin número de potencialidades que son poco conocidas y aprovechadas. Principalmente se refieren a:

- Son factores claves para generar riqueza y empleo.
- Al dinamizar la economía, diluye los problemas y tensiones sociales, y mejora la gobernabilidad.
- Requiere menores costos de inversión.
- Es el factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas.
- Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales.
- Tiene posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales generados en el sector.
- El alto valor agregado de su producción contribuye al reparto más equitativo del ingreso.
- Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria (subcontratación).
- Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado.



Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño, Ph.D.
Vicerrector Administrativo de la UCSG
Director Fundador
Revista Empresarial

"Comenzaremos con el 50% durante el año 2018, siempre y cuando se cumpla con el compromiso de mantener o incrementar las plazas de empleo".

ARTÍCULO

EL CUIDADO DE LA SALUD MENTAL EN LA COMUNIDAD, VISTA COMO UN MODELO DE NEGOCIO, EN EL ECUADOR

THE MENTAL HEALTH CARE IN THE COMMUNITY, SEEN AS A BUSINESS MODEL IN ECUADOR



Psic. Dennis Jiménez Bonilla, Mgs.

Actualmente me desempeño como docente en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Estatal de Guayaquil, Universidad Estatal de Milagro, Epunemi y Ecnemi así como en los cursos de Nivelación y Admisión en convenio de la Unemi con la Senescyt, Investigador en proyectos de Investigación, Vinculación y tutor de tesis de grado; en el ámbito laboral me desempeño como asesor de empresas como Cohervi S.A., así como Jefe de Talento Humano en la empresa Alkimius, todos ligados a mi área de formación, por lo que cuento con sólida experiencia como Gestor en el área del Talento Humano

E-mail: mauri0204@hotmail.com

Recepción: 04/07/2017

Aceptación: 01/08/2017

Publicación: 05/09/2017

Resumen

El presente trabajo se realizó tomando en cuenta la calidad de vida y la salud mental que se debe de fomentar a los estudiantes de las unidades educativas de la ciudad de Milagro y sus alrededores y de cómo estos proyectos benefician significativamente en los procesos de mejora continua no solo socio afectivo y cognitivo de los estudiantes sino de aprendizajes significativos de modo que ayuden a bajar los niveles de violencia o conductas no apropiadas de estudiantes, con este tipo de eventos los grandes beneficiados no solo son los alumnos, sino los docentes, autoridades, padres de familia sino la comunidad en general reduciendo o eliminando hábitos acordes a su formación.

Dentro de la principales problemáticas psicosociales, siendo los estudiantes de unidades educativas de la ciudad de Milagro y sus alrededores los más beneficiados por las capacitaciones y actividades lúdicas recibidas por los estudiantes de la materia de psicología.

Para la presente investigación se seleccionó a seis instituciones educativas de la ciudad de Milagro y sectores aledaños, capacitando a cerca de 300 estudiantes y 15 docentes, para ello se seleccionó a 25 estudiantes de admisión, para que puedan trabajar y realizar talleres de concientización para la prevención de la salud mental, logrando mejorar la calidad de vida y la salud mental de la comunidad educativa e incluso de los sectores donde viven los jóvenes estudiantes.

Es por ello que el modelo de negocio, debe centrar su atención hacia el sector comunitario, presentando proyectos que mejoren la calidad de vida de sus habitantes en sus diferentes ámbitos con indicadores de gestión que midan y realicen indicadores de evaluación y cuadros comparativos, siendo los principales clientes, instituciones privadas, públicas o gad municipales.

Palabras clave: sistema educativo, sociedad, negocio, estudiantes, docente.

Abstract

This work was performed taking into account the quality of life and mental health to encourage students of educational units of the city of Milagro and the surrounding area and how these projects benefit significantly in the process of continuous improvement not only affective and cognitive partner students but significant learning so that help lower the levels of violence or not appropriate for students with such events conduct the big winners are not only students but teachers, authorities,

parents I family but the community at large by reducing or eliminating habits that match their training.

Within the main psychosocial problems, being students of educational units of the city of Milagro and the surrounding area benefit most from the training and recreational activities received by students in the field of psychology.

For this investigation to six educational institutions were selected from the town of Milagro and surrounding areas, training about 300 students and 15 teachers, for it was selected 25 students for admission, so they can work and conduct awareness workshops for prevention of mental health, managing to improve the quality of life and mental health of the educational community and even in the sectors where young students live.

That is why the business model should focus their attention to the community sector, presenting projects that improve the quality of life of its inhabitants in different areas with management indicators that measure and make assessment indicators and comparative tables, with the major customers, private, public or municipal institutions gad.

Keywords: *education system, society, teaching, business, students.*

Introducción

Demostrar que bajo un modelo de negocios se puede trabajar en las unidades de educación y las comunidades con el fin de generar beneficios a la comunidad universitaria y a la vez generar un impacto en la comunidad.

A través del aval de la Universidad Estatal de Milagro y el departamento de Admisión y Nivelación en convenio con la Senescyt se pudo trabajar con los estudiantes de admisión y con los respectivos permisos desarrollar en las 5 unidades educativas un plan mejoras continuas, según consta en la planificación que se evidencio con los respectivos soportes y que están archivados en la secretaria del área de admisión.

Se evidencio el presente trabajo con un informe de actividades como evidencia y soporte al área de Admisión de la universidad estatal de Milagro, presidido por el Ing. Luis Solís Granda, Msc.

Cabe indicar que se realizó una evaluación por parte de las autoridades de las instituciones educativas hacia la gestión y desarrollo del proyecto, los resultados de dichas evaluaciones fueron satisfactorios, con una puntuación de excelente en la evaluación que realizaron las autoridades de las instituciones donde se realizó las actividades de investigación programas mismos que pueden servir como modelos de negocio.

Marco Teórico

Los modelos de negocio están supeditados a la generación por

una parte de ideas innovadoras y por otra a la sustentabilidad y generación de réditos económicos, en economías fuertes los planes de negocio se manejan de una manera vinculante con las comunidades, siempre va a dependiendo de fuerzas externa e internas, entendiéndose como fuerzas externas los factores climáticos o ambientales, económicos y sociales que pueden desequilibrar los proyectos de negocio y las fuerzas internas hace alusión a las necesidades de las comunidades donde se generan las principales problemáticas a partir de allí el rol del consultor, capitalista, empresario o inversor definirá los planes futuros de negocio, tomando en cuenta estos factores.

La educación como polo de crecimiento

La educación es un pilar fundamental en la economía de los estados, dependiendo del nivel y calidad educativo el estado podrá ser estratamista o no estratamista, la formación potencia las competencias, inteligencia dota de valores compartidos, los vuelve críticos de una sociedad e investigadores, rompiendo barreras mentales y paradigmas, en cualquiera caso los beneficiados siempre será el sector productivo de un país y su estado, siempre que los profesionales sean producto de una enseñanza de calidad.

Exportando no solo materia prima o productos que por décadas son insignes en el país, sino también empezar a exportar conocimiento, bienes intangibles.

Emprendimiento y Necesidad: Motivación

Alfonso Rodríguez (Rodríguez Ramírez, 2009) señala que el emprendimiento "...hay que entenderlo e interpretarlo desde diversas perspectivas para estudiar su complejidad, construyendo un discurso inter y trans- disciplinario..." situando la necesidad de poder y autorrealización que tiene todo hombre de negocios exitoso, es en esta relación que se establecerá la visión de negocios en el campo comunitario, trabajando en sectores que pocos se arriesgarían por el miedo permanente a los cambios o políticas de cada estado.

La motivación es el impulso que nos mueve ir hacia adelante, para que existe debemos de generarla, viendo carencias en las comunidades donde otros solo ven problemas, el emprendedor ve soluciones y ganancias, pensando como empresario podrá establecer alianzas y convenios con el estado, gobiernos seccionales e incluso con las propias comunidades.

Educación comunitaria

La educación comunitaria juega un rol importante en la sociedad y si logramos vender proyectos en estos espacios para la mejora en la calidad de vida, solo ahí lograríamos estaremos logrando alcanzar las metas sociales de gobiernos, ONG, fundaciones, etc.

Los programas comunitarios ligados incluso a la educación como inversiones que se puedan establecer en lo privado,

así y tal como lo describen diversos autores hay una estrecha relación entre educación y comunidad, al hablar de enseñanza no debemos de descuidar la conformación de equipos multidisciplinarios, que por lo general están compuestos por el líder barrial, psicólogo, trabajadora social, medico, psiquiatra, enfermera, abogado, estos equipos de trabajo dan asesoría legal, intervención psicológica, atención médica, brindando una atención integral.

Los programas comunitarias son manejados por el estado en muchos de los casos, ONG y fundaciones en su otros, porque se considera un gasto o un dinero sin retorno, pero a partir de resultados que mejoran la calidad de vida mediante indicadores de gestión que sustenten lo dicho, no se podrá hablar de productividad en este capo como es el de la comunidad.

Para Idalberto Chiavennato en el emprendimiento de un negocio los empleadores muchas veces arriesgan su estatus quo o forma de vida cuando asumen riesgos planificados (Chiavenato, 2011), mediante una adecuada planeación de negocios.

Elementos básicos que conforman una comunidad

Los elementos básicos de una comunidad, es su recurso humano entendiéndose como sus habitantes, lideres barriales, policías, las autoridades que pueden ser seccionales, departamentales o de estado, otro elemento son los recursos materiales que son todos aquellos bienes e infraestructura con que cuenta la comunidad, otro elemento que cuenta son el uso de las tecnologías si cuenta con internet, celulares, etc. y por ultimo otro elemento básico es el conocimiento que o preparación sea emperico o formal con que cuenta la comunidad también llamados bienes intangibles.

Según (Rodriguez Ramirez, 2009) quien cita a (McClelland, 1961) establece que el emprendimiento se basa en el desarrollo de sus sociedades y las motivaciones de logro, autorrealización y poder, mismos que se potencian a medida que avanzan los objetivos y metas trazadas.

Hay que acotar que no todas las organizaciones o agentes de cambio podrán desarrollar estos planes de negocio en las comunidades, sino cuentan con un estudio socioeconómico, para ello se deberá de establecer un diagnostico real de las principales falencias que se suscitan, ofertando sus proyectos a la empresas, a la misma comunidad, los gobiernos seccionales e incluso al estado.

Es importante aclarar que las empresas cuentan en muchas de los casos con departamentos de responsabilidad social, generando oportunidades para el agente de cambio o consultor externo de las organizaciones, por ello deben de sentirse motivados tal como lo dice (Gonzalez Serra, 2008) cuando dice que “para transformar la sociedad hay que educar al individuo y para ello hay que transformar a la sociedad ...” es en esta afirmación que pone de relieve las

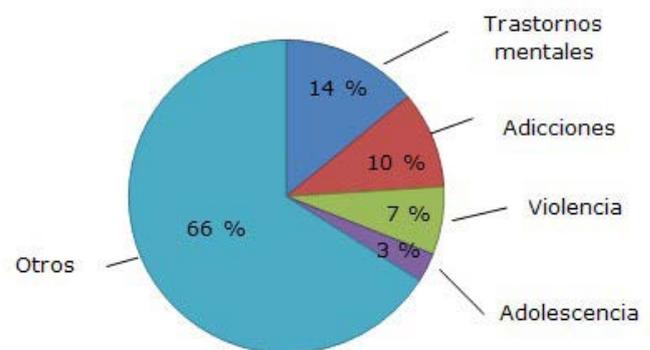
motivaciones humanas y el de generar mejoras en la sociedad con un pensamiento empresarial para los nuevos desafíos y mercados que aún no han sido explorados en su totalidad.

Los modelos de negocio social deben de ser incorporados como una fuente de empleabilidad en un corto plazo, pues se ha demostrado en el espacio y tiempo que las empresas privadas saben administradores del dinero generando rentabilidad.

La comunidad y la salud mental

La disminución de ansiedades y de técnicas para controlar los efectos estresores que afectan a los estudiantes hoy en día son más fáciles de controlar, siendo los estudiantes de la universidad quienes intervienen positivamente para un mayor impacto a beneficio de la universidad.

Gráfico 1. Temas principales de interés para la investigación en Salud Mental



Fuente: Datos de investigación

Dentro de las temáticas que se abordan en el campo de la salud mental intervienen en un 14% están los trastornos mentales, el 10% adicciones, en un 7% violencia, en un 3% adolescencia y un 66% otros, es de considerar que en otros el porcentaje es elevado y corresponde a problemáticas que se generan el hogar, en lo social, así como en el ámbito educativo.

Las prácticas de salud/salud mental y la promoción de salud

Es importante establecer los actores que intervienen en la comunidad para una buena salud mental y son:

Familia

Las familias son la piedra de toda sociedad, es un termómetro para indicarnos si una comunidad goza de salud o no.

Empresa

Lugar donde se desenvuelve el poder económico y productivo de una sociedad.

Cultural

Manifestaciones que se dan en cada sociedad, depende de los valores compartidos, de su etnia, raza e incluso idioma y prejuicios.

Estado

Gobierno de una sociedad donde se legisla, se crean leyes y se toman decisiones en base a intereses conjuntos.

Histórico

Identidad heredada y que sirve de referencia para avanzar y progresar.

Ambiente

Es el clima del entorno, el cómo se percibe a una sociedad vista por sus habitantes.

Social

Hace alusión a las características básicas de una sociedad en ella intervienen los amigos, familiares quienes mantienen contacto entre sí.

Educación

Una buena sociedad deberá de contar con una educación de calidad.

Modelo de negocio

Tal como lo establece Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, un modelo de negocio se lo puede manejar en función de múltiples variables y dependerá del negocio que se quiera desarrollar, teniendo como base este criterio he procedido a presentar un estructura base aplicado a la comunidad (Osterwalder & Pigneur, 2016), el modelo de negocio está compuesto o diseñado por:

Segmento de mercado: Dirigido a las comunidades de usuarios llamados también, urbanizaciones privadas, públicas, recintos, parroquias, ciudadelas, ciudades, las instituciones educativas, los centros recreativos, las instituciones educativas privadas, etc.

Propuestas de valor agregado: El objetivo es satisfacer de los miembros de la comunidad como es el tema de la seguridad, de empleo, vivienda, asesoría o de emprendimiento de micronegocios. Necesidades que surgen de la necesidad de los padres de familia, de los docentes, de la comunidad educativa de los miembros de las ciudadelas, por mejorar la calidad de vida de sus habitantes, etc.

Inversor: Aquí se necesita de inversionistas que ofrezcan servicios personalizados e integrados dedicados a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, ejemplo formar una compañía que ofrezca servicios de seguridad estudiantil personalizado, en el cual puedan acceder pagando una cuota adicional y en la cual su hijo estará protegido desde que sale del centro educativo hasta que llega a su casa, esto es posible creando una carencia que luego se convierte en una necesidad, misma que intentara estar cubierta por el padre de familia a través de la contratación de los servicios de seguridad y bienestar personalizado.

Canales: Se establecerá mediante la difusión de canales directos e indirectos así como canales propios y canales de socios comerciales, como por ejemplo convenios con Gobiernos Autónomos Descentralizados (Gad municipal),

Instituciones educativas, etc.

Figura 1. Actores que intervienen en el modelo de negocio de la salud mental



Fuente: Datos de investigación

Hacia una mirada integral en promoción de salud mental comunitaria

La salud mental en el campo de la psicología comunitaria avanza a pasos acelerados en algunos países como es el caso del Ecuador, con proyectos sociales, pero las investigaciones ligadas a lo social son aun escasos, por ello es imprescindible el manejo de nuevas metodologías e investigaciones centradas en el campo comunitario.

La organización mundial de la salud establece una pauta general, cuando reconoce el óptimo desarrollo no solo en la salud física de las personas, sino en aspectos psicológicos y afines, entendiéndose este último a la creación de plazas de trabajo o de pequeños negocios, mediante lo cual se deberá de dotar de cubrir de todas las necesidades a los habitantes de las comunidades.

La O.M.S. así mismo establece el rol de otros actores como el institucional para potenciar la calidad de vida de sus habitantes.

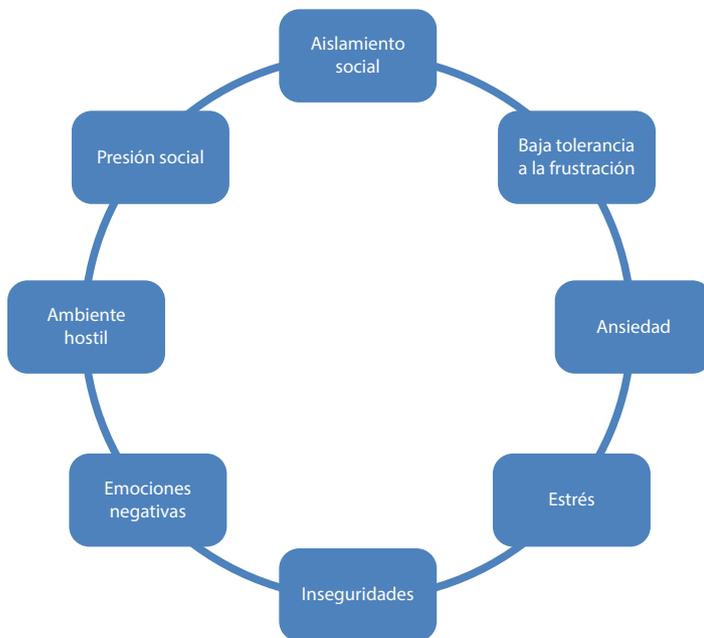
Las principales dinámicas de la acción comunitaria centran su atención en los siguientes puntos:

- Transformación activa de la comunidad
- Vinculación permanente de los diferentes actores del sistema comunitario.
- Resultados por objetivos e indicadores de gestión.

El turismo comunitario, es otro de los modelos de negocio

con énfasis en la comunidad y de cómo a través de capacitaciones y empoderamiento de sus habitantes en el desarrollo de sus fincas, haciendas o lugares recreativos pueden generar y llegar a ser muy sustentable en el espacio y tiempo, María Fernández lo establece cuando sustenta su trabajo en la consecución de resultados y emprendimientos (Fernández Aldecua, 2011).

Figura 2. Factores que afectan la salud mental



Es de tomar atención a los factores que afectan la salud mental en la comunidad como son las necesidades no satisfechas de sus habitantes, tal como se muestra en la figura 3 existen causas y efectos que afectan la calidad de vida de sus habitantes, no debemos de descuidarnos de estos factores al momento de realizar un trabajo o proyecto comunitario.

En la mayoría de los casos se trabaja con el diagnóstico encaminado a determinar las características de sus variables y subvariables para medir el nivel de satisfacción o carencia de necesidades que faltan por potenciarlas, como ejemplo la necesidad de seguridad o de logro.

Si bien es cierto los modelos de negocio que se proponen son para generar productividad o ganancias a la empresa, es también cierto que sin incentivos por parte del estado nada de lo que se realice tendrá eco en los grupos empresariales de un país, para ello se deben de generar leyes que posibiliten la entrada de las organizaciones en las comunidades, con inversiones sostenibles en el espacio y tiempo.

Los modelos de negocio son concebidos para brindar asesoría en temas relacionados a seguridad física, bienestar social, lugares de entretenimiento, centros de formación continua, formación empresarial, etc.

Emprendedor y emprendimiento

El emprendedor es el rol que se le asigna a la persona que crea un negocio, mientras que el emprendimiento es el proceso que se realiza para alcanzar los objetivos deseados.

Los sectores comerciales se abren y contraen a pasos cada vez más acelerados debido a la globalización del mercado, aquí nacen nuevas oportunidades de negocio no solo en los mercados tradicionales sino también en sectores emergentes tal como lo establece Salinas y Osorio cuando resalta la agudización de los principales problemas sociales que se empiezan a generar, aquí se crean nuevos nichos de mercado.

El rol del emprendedor en los mercados emergentes será el de dar soluciones innovadoras y creativas a las principales problemáticas que se puedan presentar para ello se establecerá mediante diagnósticos, planes de acción que lleven a soluciones y eleven la calidad de vida mental de sus habitantes, por ello es de considerar el rol del vínculo familiar, social y ambiental para el equilibrio de una sociedad.

Tal como se establece en el proyecto de investigación, los modelos de negocio son resultado muchas veces de investigaciones o necesidades que se generan en el medio, como por ejemplo la necesidad de mejorar el comportamiento en los estudiantes mediante talleres, técnico de relajación, etc.

Los mecanismos de acción para la mejora continua depende entre otros factores de leyes y regulaciones que impulsen al sector empresarial a apostar por los planes de calidad y conservación del medio ambiente y comunitario.

Modelo social empresarial

Las organizaciones comunitarias, como también se las denomina a las empresas que trabajan en el campo comunitario según Castro y Pedraza “el objetivo de aportar elementos que contribuyan a una aproximación comprensiva de la dinámica de organización de empresas comunitarias” establece mediante un estudio de caso la relación y los aspectos favorables de trabajar con el sector comunitario, resaltando los beneficios” (Castro Sánchez & Pedraza Rendón, 2012).

Ya en el libro de empresa comunitaria (G. Araujo, 1975) se habla de generar negocios a partir de la autogestión, en base a la labor comunitaria agrícola, que bien vale citar para explicar que los modelos de negocio funcionan en las sociedades comunitarias para ofrecer servicios.

Organizaciones comunitarias como modelos de negocio social

Las organizaciones tienden a formarse por más de dos personas vinculadas por un interés en común entre empleado y empleador, desde el punto de vista empresarial las motivaciones son distintas para los dos, pero persiguen un mismo objetivo que es por un lado generar dinero mediante la rentabilidad de

su negocio y por otro generar dinero mediante su esfuerzo o cuota de trabajo.

Según Sonia Benito (Benito Hernandez, 2009), quien hace énfasis en el papel de las microempresas y su rol en el sector productivo de una sociedad, nos recuerda la importancia de trabajar con la comunidad para generar réditos económicos.

Los modelos de negocio son creados con el fin de generar rentabilidad a las empresas, también llamados modelos de negocio social, mismos que están encaminados al asesoramiento, consultoría y creación de proyectos que son vendidos a los gobiernos seccionales, fundaciones, ONG, el mismo estado y que pretenden ser una alternativa para solucionar los principales problemas que se puedan generar en la sociedad.

Una de las principales razones para invertir en una comunidad son:

Recursos económicos invertidos

Los recursos económicos invertidos en este modelo de negocio es mínimo tomando en cuenta los beneficios a nivel de la salud mental, como es la disminución de problemas dados en el ámbito comunitario, es por ello que se realizó con un valor aproximado de \$150 USD, en donde se establecen los egresos.

Los beneficios económicos en el presente trabajo no es tema primordial de estudio en el presente trabajo, siendo el tema central la disminución de problemas psicosociales, de seguridad, etc.

Por su situación geográfica

Cuando el sector es alejado y se requiere de sistema de transporte, vías asfaltadas, agua, luz o teléfono, en este caso se genera una carencia misma que puede ser cubierta por el emprendedor dotando de paneles solares, una cooperativa de taxis o buses, etc.

Por su situación socioeconómica

El sector se divide en clases, como son clase alta, media y baja, para cada una de ellas las necesidades presupuestos y proyectos serán en base a sus problemáticas o carencias.

Por su situación poblacional

Se da cuando existe población alta en algunas ocasionando caos vehicular, atrasos a los lugares de trabajo, desempleo, competitividad, delincuencia, problemas sociales.

Cuando existe una población moderada en una comunidad no se presentan los problemas como en una población alta, en estos casos por el contrario se requiere de mano de obra como para citar un ejemplo.

Las empresas implementarán ideas creativas para mejorar la calidad de vida lugares que exista población alta.

Por su sistema educativo

Lugares donde no existe una institución educativa el empresario podrá junto a la comunidad administrar un centro de estudios, la idea de la coadministración es precisamente con el fin de que la cuiden y también la sepan administrar, para ello se buscará seleccionar de entre la comunidad a los que reúnan las competencias necesarias para que ocupen cargos dentro de la institución educativa, para ello se capacitará en la administración de sistemas educativos.

Por centros de formación continua

En las comunidades en especial atención a los niveles medios y bajos, se pueden crear con la comunidad centros de formación continua para que puedan desarrollar herramientas mismas que podrán utilizarse para la conformación de microempresas.

Por centros de esparcimiento y diversión

Cobrar una pequeña cuota por ingresar a un parque de diversiones en un lugar de clase baja es una opción casi loca, pero que es muy rentable considerando los beneficios que traerán a la comunidad.

Es de considerar que puede ser coadministrador por la comunidad, las ganancias se repartirán en porcentajes que estimen las partes.

Creación de Cooperativas comunitarias

Es un modelo de negocios ya adoptado en el Ecuador y que tiene como finalidad el dar crédito y asesoramiento a las microempresas, cuidando de esta manera la inversión de la cooperativa como del cliente.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Valor agregado

El presente trabajo se realizó con el fin de generar beneficios sociales a la universidad a través de la captación de estudiantes, generando valor agregado en la disminución de problemas psicosociales que se presentan en los establecimientos educativos, a partir de una problemática detectada desde las aulas y estableciendo diferentes soluciones.

Se tomó como punto de referencia mediante el método de la observación directa los principales problemas que se presentan en las instituciones educativas y que se relacionan con las encontradas en la comunidad.

Canales

A través del área de admisión se realiza la parte de vinculación entre la universidad y los centros de educación, por otra parte el departamento de comunicación de la Universidad es la encargada de cubrir y de mantener informada no solo a la comunidad universitaria sino a la población de ciudad y de sectores aledaños con la publicación de los eventos que se realizan.

Grupo Objetivo

Captar estudiantes para las diferentes carreras de la Universidad.

Mejorar la calidad de vida de la comunidad estudiantil de instituciones educativas.

Objetivo específico

Elevar el número de estudiantes en el alma mater, en sus diferentes carreras.

Diseñar programas de atención para el cuidado de la salud mental.

Analizar la relación entre la salud mental y los modelos de negocio.

Segmento de mercado

Se contó con el respectivo permiso de las autoridades mismas que contribuyeron en la evaluación final del proyecto.

Dirigido a cerca de 300 estudiantes y a 15 docentes de cuatro establecimientos educativos.

Duración

Las fases del proyecto fueron las siguientes:

Cuadro 1: Fases del proyecto

MAYO - JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Inducción a evaluadores de la universidad	Entrega de oficios por parte de admisión a las instituciones educativas	Diseño de las Actividades como talleres, capacitaciones a realizar en las instituciones educativas	Implementaciones de las Actividades como talleres, capacitaciones. Actividades lúdicas. Evaluación por parte de las autoridades de las actividades realizadas.

Fuente: Datos de investigación

De una población de 2000 estudiantes y de 60 docentes aproximadamente.

Asociación clave

Aquí se establecerán convenios de cooperación interinstitucional entre la universidad y el ministerio de inclusión económica y social educativa, así como el ministerio de educación con la finalidad de poder acceder a los establecimientos educativos.

Recursos clave

Capacitadores

Del área de admisión de la materia de psicología de la universidad, se conformaron 23 estudiantes para ser capacitadores, de los cuales se dividió en equipos de trabajo de 5 personas que trabajaron en las distintas temáticas del proyecto de aula:

- Estrés
- Sustancias Psicotrópicas
- Agresión
- Bullying
- Violencia intrafamiliar

Se fomentó a los capacitadores con el fin de fortalecer el vínculo para el éxito de la actividad a realizar estrategias que permitan el involucramiento a los objetivos deseados, para ello se fortaleció los siguientes tópicos:

Se capacitó y reforzó los conocimientos en las clases, adicional antes de realizar los talleres hicieron las simulaciones en el aula de clases, con esto se monitoreo en todo momento los conocimientos y herramientas que debían desarrollar en clases.

Estructura de costes

Las capacitaciones y talleres se realizaron tomando que los establecimientos educativos ya cuentan con la infraestructura en donde se dictaron los cursos y talleres.

Instituciones educativas:

- Paul Ponce Rivadeneira
- Otto Arosemena Gómez
- Simón Bolívar, en Milagro
- Eloy Alfaro, Parroquia Virgen de Fátima del cantón Yaguachi

El tiempo destinado a este estudio fue de 160 horas aproximadamente.

Técnicas grupales

Se trabajó en las técnicas grupales que debían desarrollar los capacitadores y en la forma de llevar las dinámicas, las técnicas empleadas fueron presentación de grupos, lluvia de ideas, exposiciones, videoconferencia, mesa redonda, sociodrama, psicodrama y actividades lúdicas.

Valores compartidos

Se fortaleció los valores entre compañeros y se sensibilizo acerca del rol que debían de asumir frente a los estudiantes que se iban a capacitar generando valores compartidos entre los capacitadores y estudiantes.

Beneficios hacia la comunidad universitaria y estudiantil

Mediante las capacitaciones dirigidas a estudiantes y docentes se establecieron los principales problemáticas que se presentan en las aulas y las herramientas básicas para la prevención en el cuidado de la salud mental.

Meta

Elevar el número de captación de estudiantes interesados en estudiar en la universidad así como mejorar el nivel de vida de docentes y estudiantes poniendo énfasis en los siguientes ítems para lograr establecer los objetivos planteados por la comunidad universitaria.

Disminuyendo los problemas psicosociales y elevando:

- Autoestima
- Motivación
- Liderazgo positivo
- Manejo de estrés
- Herramientas en prevención en el consumo de drogas
- Asesoría psicológica
- Consejería de lugares donde acudir en caso de sufrir de violencia psicológica
- Mejora de comunicación
- Adecuado manejo de canales de comunicación
- Sensibilización y desensibilización
- Técnicas de relajación
- Manejo de actividades lúdicas para fomentar el ejercicio

Se realizó la retroalimentación mediante el empleo de la entrevista a los docentes y estudiantes que habían sido parte del proceso de capacitación, en el cual se pudo evidenciar una mejoría en la conducta, en las semanas siguientes disminuyeron según registros de las unidades educativas las agresiones y aumento, el nivel de confianza entre los estudiantes a los cuales se los acosaba, los estudiantes comenzaron a tener mejor rendimiento académico, así también los docentes indicaron que había una resiliencia en los procesos de aprendizaje.

El modelo Canvas se utiliza tanto para el desarrollo de negocios con beneficios económicos así como para proyectos sociales, cuyos beneficios no son siempre de carácter económico, sino que estos pueden ser tanto de inclusión social como de mejorar la calidad de vida de una comunidad, etc.

Tabla 1: Aplicación del modelo Canvas para la propuesta en el cuidado de la salud mental en las comunidades.

Asociaciones clave	Actividades Clave	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de mercado
MIES	Seguimiento Control	Disminución de problemas psicosociales	Universidad	Estudiantes Docentes
Ministerio de educación	Recursos clave Instructores Expositores Docentes		Canales Área de admisión, de Bienestar estudiantil, departamento de comunicación de la Universidad	Autoridades
Estructura de costes		Beneficios		
Recursos Humanos, tecnológicos y materiales		Beneficios sociales para la Universidad y estudiantes		

Fuente: Datos de investigación

Dentro de las actividades desarrolladas podemos citar las siguientes:

Capacitación en aulas de la Unidad Educativa Otto Arosemena



Foto 1: Con la autoridad de la institución



Foto 2: Con los alumnos de la institución



Foto 3: Entrega de incentivos a estudiantes



Foto 4: Material de trabajo



Foto 5: Actividades lúdicas a estudiantes



Foto 6: Exposición a estudiantes

Como se puede evidenciar la Universidad es beneficiario directo en beneficios sociales, a través de la captación de estudiantes para las diferentes carreras de que oferta así como en la vinculación de sus estudiantes con la comunidad, beneficiarios directos de estos programas de salud mental.

Dentro de la propuesta de valor agregado está la de disminuir los problemas psicosociales en los estudiantes, se ha comprobado mediante la técnica de la observación directa que el docente sufre de estrés en muchas ocasiones producidas por los grupos con los cuales trabaja, dentro de los planes de negocio se puede ofrecer planes de mejora en la salud mental.

Existe un nicho de mercado inexplorado por empresas ecuatorianas, son contadas aquellas que se arriesgan a ofrecer este tipo de servicios, por eso se deja este espacio de reflexión para desarrollar proyectos vinculados a la productividad.

Análisis y Conclusiones

Con cerca de 315 personas atendidas entre personal docente y estudiantes, sumado a las familias de los estudiantes y docentes como beneficiarios indirectos en la atención a la salud mental, la universidad se beneficia directamente con la captación de estudiantes de esos centros de educación.

La intervención comunitaria a través de prácticas de promoción de salud mental crea condiciones para el desarrollo de un desarrollo cognitivo creativo, crítico y dirigido a la acción. Esto es de fundamental importancia, lo que se considera como indicador de salud mental comunitaria.

El trabajo fue concebido entre otros puntos para dar a conocer las potencialidades que brinda la universidad en la comunidad, con modelos de negocio encaminados a la generación de beneficios, la relación entre comunidad y universidad aunque poco estudiado, es un sector que merece ser estudiado, investigado para a partir de allí empezar a generar conciencia en las bondades que se pueden conseguir de este tipo de estudios mismos que servirán como base para el proceso proyectos emprendedores que mediante técnicas innovadoras fomenten una participación activa de los principales actores de una comunidad.

Listado de Referencias

- Benito Hernandez, S. (2009). *EL PAPEL DE LAS MICROEMPRESAS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO REGIONAL: LAS*. Redalyc, 30.
- Castro Sánchez, F. J., & Pedraza Rendón, Ó. H. (2012). *Organización comunitaria para el desarrollo local a partir de empresas exitosas*. Revista Nicolaita de estudios socioeconómicos, 39.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Fernández Aldecuá, M. J. (2011). *Turismo comunitario y empresas*. Redalyc, 45.
- G. Araujo, J. E. (1975). *La empresa comunitaria*. San Jose, Costa Rica: Imprenta IICA.
- Gonzalez Serra, D. J. (2008). *Psicología de la motivación*. La Habana, Cuba: Ecimed.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (Lunes de Agosto de 2016). www.generaciondemodelosdenegocio.planetadelibros.com/. Obtenido de www.generaciondemodelosdenegocio.planetadelibros.com/: file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/Modelo%20de%20negocio.pdf
- Rodríguez Ramirez, A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Scielo, 26.
- Rodríguez Ramírez, A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Pensamiento y Gestión, 18.



CARRERA DE MARKETING

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES 1ER. PISO
Pbx: 2209207 - 2200804 EXT. 5039 - 5014 - 5021 - 5009 - 5025 - 5029
AV. CARLOS JULIO AROSEMENA KM 1 1/2
www.ucsg.edu.ec

ARTÍCULO

LA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO COMPETITIVO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EXPORTADORAS DEL GUAYAS

THE ORGANIZATIONAL CULTURE FOR THE INNOVATION AND COMPETITIVE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) EXPORTERS FROM GUAYAS

Recepción: 23/05/2017

Aceptación: 28/07/2017

Publicado: 13/09/2017

Resumen

La investigación realizada por los autores dentro del proyecto “Incidencia de la innovación y la tecnología en el desarrollo competitivo de las Pymes de exportación. Diseño de un modelo de desarrollo basado en innovación y tecnología para las pymes exportadoras del Guayas”, se tomó como muestra a 126 Pymes del Guayas durante el año 2016. Se encontró evidencia empírica que la tecnología está relacionada positivamente con la competitividad, y que la innovación no está relacionada a la competitividad de las Pymes exportadoras, por consiguiente estas empresas tienen niveles bajos en innovación y que requieren planes estructurales que permitan implementar estos procesos de innovación con la finalidad de incrementar su competitividad en los mercados donde exportan. Así mismo los hallazgos de dicha investigación indican que existe una correlación positiva baja entre la cultura organizacional y la innovación en las pymes exportadoras. Es por eso, que el presente artículo trata la cultura organizacional para la innovación, como una parte del modelo de desarrollo basado en innovación y tecnología del proyecto mencionado y que corresponde a las directrices sobre cómo implementar la cultura organizacional para la innovación en las pymes exportadoras.

Palabras clave: cultura organizacional, innovación, desarrollo competitivo.

Abstract

The research carried out by the authors in the project “Incidence of innovation and technology in the competitive development of export SMEs. Design of a development model based on innovation and technology for exporting SMEs in Guayas”, was taken as a sample of 126 SMEs in Guayas during the year 2016. Empirical evidence was found that technology is positively related to competitiveness, and innovation is not related to the competitiveness of exporting SMEs, therefore these companies have low levels of innovation and requires structural plans to implement these innovation processes in order to increase their competitiveness in the markets where they export. Also the findings of this research indicate that there is a low positive correlation between organizational culture and innovation in exporting SMEs. This is why the present article addresses the organizational culture for innovation, as a part of the development model based on innovation and technology of the project mentioned and that corresponds to the guidelines on how to implement the organizational culture for innovation in exporting SMEs.

Keywords: Organizational culture, innovation, competitive development.

Introducción

La Cultura Organizacional es un concepto que se ha construido con el pasar del tiempo a través de los cambios de la sociedad, la ciencia, la tecnología, la economía, la política y normas que rigen en un país. Su definición es utilizada en el contexto mundial empresarial. Por otro lado, la innovación significa una herramienta fundamental para que las empresas tengan mayor



Ing. Orly Carvache Franco, Mgs.

Doctorando en Administración Estratégica de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú – Centrum.
Maestría en Administración de Negocios, Universidad de Quebec (Canadá).
Maestría en Sistemas de Información Gerencial, Espol.
Docente de la Facultad de Especialidades Empresariales –UCSG.

E-mail: orly.carvache@cu.ucsg.edu.ec

Ing. Com. Camilo Frías Casco, MBA.

Ingeniero Comercial con especialización en Marketing y Finanzas.
Máster en Administración de Empresas por INCAE BUSINESS SCHOOL, concentración en Desarrollo Sostenible.
Consultor empresarial.
Docente de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

E-mail: camiloincea@hotmail.com

Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.

Economista, Magister en Negociación y Comercio internacional, Docente de la Carrera Comercio y Finanzas Internacionales UCSG.
Doctorando en Ciencias de la Administración -Universidad Nacional de la Plata (UNLP).

E-mail: glenda.gutierrez@cu.ucsg.edu.ec

Ing. Gilda Véliz Salazar

Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe de la Universidad Católica de Santiago Guayaquil (UCSG). Actualmente es Coordinadora Administrativa del Instituto de Ciencias Empresariales de la UCSG.

Fue Investigadora y Ayudante de Investigación del Centro de Investigaciones Empresariales de la UCSG.

Ha participado como Investigadora en proyectos de investigación del Sinde-UCSG. Articulista, revisora de proyectos de investigación y de artículos científicos en la Revista Empresarial.

Es Analista financiera y económica, experta en tributación y finanzas.
Empresaria en el sector inmobiliario y de consumo.

E-mail: gilda-veliz@hotmail.com

capacidad de adaptarse a cambios y con ello lograr cambios de manera inmediata antes que su competencia. En efecto los aspectos teóricos encontrados en la literatura especializada sobre la cultura organizacional para la innovación, se mencionan a continuación:

La innovación

La innovación tiene un importante rol en la empresa ya que es considerada como un factor importante para la competitividad empresarial (Porter, 1990; Schumpeter, 1957) debido que dicha capacidad de innovar es la que permite a las empresas adaptarse a las necesidades y exigencias de los mercados cada vez más globalizados.

Escandón y Hurtado (2014) investigaron los factores que influyen en el desarrollo exportador de las Pymes con internacionalización temprana en empresas colombianas, concluyeron que las variables que influyen en la temprana internacionalización son las características del emprendedor, los factores internos, las características del sector y del entorno, la innovación, los recursos y las capacidades de la Pyme. No obstante, Astudillo, Carpio y Cordero (2013) realizaron un estudio sobre el efecto de la innovación en las Mipymes de cuencanas del Ecuador, concluyeron que las innovaciones en las pymes de Cuenca son más incrementales que radicales y estas básicamente se relacionan a la mejora de productos y procesos, la incorporación de promociones en la comercialización y mejora en las prácticas empresariales.

Álvarez (2009) mencionó que la innovación es la implementación de un nuevo y/o significativamente mejorado producto o servicio, proceso, método organizacional, práctica de negocio. Mientras que para Drucker (1985) la innovación fue descrita como una práctica empresarial sistémica, es decir, que corresponde a una práctica permanente gestionada como un proceso al interior de la organización que se retroalimenta permanente de sus resultados. La innovación tiene directa relación con el rendimiento financiero de la firma, de hecho se considera que a las firmas innovadoras como empresas con mayor capacidad de producir rendimiento financiero (Atalay, Anafarta, & Sarvan, 2013) por su mayor capacidad de competir y adaptarse a los mercados.

Según mencionaron Candía, Coliñanco, Caro, y Hernández (2014) existen diversas formas de gestionar la innovación dependiendo de la cultura organizacional y del liderazgo, recalando que existen algunos principios para gestionar la innovación como estimular el pensamiento disruptivo y actuar con conocimiento de las fuentes de innovación, disruptivo debido a la búsqueda constante de cambios para mejorar e innovar en los procesos de la empresa. Shafie, Siti-Nabiha, y Cheng Ling (2014) mencionaron que existe relación entre liderazgo y la innovación, de tal manera que la cultura organizacional y el liderazgo juegan un rol importante al conducir a los recursos humanos a la innovación.

Por otro lado el Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES) señaló que el proceso de innovación se define como el desarrollo y la puesta en marcha de un sistema interno para producir innovaciones de modo sistemático, optimizando el ciclo por el que se desarrollan innovaciones que brindan a la empresa ventaja competitiva (CIES, 2010). En cambio García Pérez De Lema, Martínez García y Aragón Sánchez (2009) mencionaron que la innovación se considera al cambio en los productos y procesos, la mejora de los mismos, los nuevos enfoques de marketing o las nuevas formas de distribución.

Cultura organizacional

La cultura organizacional fue descrita por Mirón, Erez y Naveh (2004) como un conjunto de costumbres, valores compartidos que practican los miembros de una organización, esta forma común de pensar y desarrollarse del equipo de trabajo de una empresa, considerando que esta cultura depende del nivel de homogeneidad de los miembros de sus percepciones y creencias.

Ul Hassan, Shaukat, Shakeel y Imran (2012) enfatizaron que la cultura organizacional está compuesta por varios determinantes tales como: la misión, los valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment, la preocupación por los empleados y la confianza, considerando los de mayor incidencia los valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment.

En cambio Saari y Judge (2004) señalaron que la cultura de un país está situada en la organización, es decir, se convierte como una fuerte predictor para analizar las actitudes que tiene un empleado sobre la institución donde trabaja, para Markovits, Davis y Van Dick (2007) la cultura del sector en el que se encuentra una organización influye en la satisfacción del trabajo, mientras que Park, Baker, y Lee (2008) mencionaron que cada rubro al que se dedica la organización lo relacionan con la satisfacción laboral de los empleados. Es por ello, para ciertas empresas implementar una cultura organizacional dentro de sus instituciones representa un papel primordial para determinar o medir el éxito o fracaso (Martins, Terblanche, 2003).

La cultura organizacional y la innovación

Ul Hassan et al. (2012) demostraron empíricamente que existe una fuerte relación entre la cultura organizacional y la innovación, y esta a su vez conduce a una mayor productividad de los trabajadores. La cultura organizacional puede afectar el comportamiento de los trabajadores y puede fomentar o frenar la innovación en las empresas (Hartmann, 2006; Lukić, Džamić, Knežević, Alčaković, y Bošković, 2014; Satsomboon & Pruetipibultham, 2014; Naranjo-Valencia, Jiménez-Jiménez, & Sanz-Valle, 2016).

A pesar de las evidencias empíricas existentes, la relación cultura organizacional e innovación no ha sido suficientemente estudiada sobre todo en países latinoamericanos (Naranjo-

Valencia, Sanz Valle, & Jiménez, 2008) por lo que corresponde un mayor análisis dado que la cultura organizacional está compuesta por determinantes como la misión, los valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment, siendo este último muy variable entre una cultura a otra, como por ejemplo las culturas anglosajona y latinoamericana.

Hartmann (2006) comentó que la cultura organizacional influye en el comportamiento de los trabajadores de una empresa al hacer que los trabajadores acepten a la innovación como un valor fundamental en la organización, es decir, a través de la cultura organizacional la innovación se impregna como un valor fundamental, convirtiéndose en una cultura de la innovación, que impulsa a los trabajadores de una empresa a buscar la innovación. Mientras que Lukić et al. (2014) mencionaron que la cultura organizacional puede afectar a una empresa en forma positiva o negativa, además señalaron que no toda cultura organizacional tiene el mismo impacto en el comportamiento de los empleados, ya que existe una fuerte cultura organizacional cuando los valores claves son profundamente respetados, siendo la innovación un valor fundamental para inducir y fortalecer en la organización.

Leal-Rodríguez, Ariza-Montes, Morales-Fernández y Eldridge (2015) consideraron que la cultura basada en la adhocracia son las mejores orientadas a la innovación que otras como la cultura jerárquica que presenta barreras para la innovación, considerando la adhocracia, que es contraria a la burocracia, es una cultura organizacional donde todos los miembros de una organización tienen la autoridad para tomar decisiones, en forma similar Naranjo-Valencia et al. (2016) señalaron que la cultura adhocrática es el mejor predictor de la innovación y el desempeño en la empresa. Naranjo-Valencia y Calderón-Hernández (2015) mencionaron la necesidad de un modelo de transformación cultural basada en aquellos rasgos culturales que favorece la innovación en una empresa.

La innovación requiere de gestión de conocimientos, Du Plessis (2007) señaló que la administración del conocimiento es una planificada estructura para manejar la creación, compartir y obtener beneficios del conocimiento, como un activo organizacional, para habilitar a la empresa a incrementar su capacidad de mejorar e innovar sus productos y servicios para beneficios de los clientes y con ello lograr el mejoramiento del posicionamiento estratégico para tener una mejor administración del conocimiento en múltiples perspectivas de los niveles de procesos, cultura organizacional y tecnología.

La innovación requiere creatividad, Da Costa, Páez, Sánchez, Gondim y Rodríguez (2014) señalaron que existen factores psicosociales que se asocian a la creatividad en el ámbito organizacional, mencionando que existen tres dimensiones de la estructura organizacional que se han asociado a la innovación: la integración organizacional, la existencia de recursos organizacionales y la flexibilidad organizacional. Mientras que Lukić et al. (2014) señalaron la existencia de

los ambientes creativos, los cuales demandan tres tipos de soportes. Uno de ellos es cuando los administradores estimulan nuevas ideas creativas; el segundo soporte es cuando de los supervisores se encuentran enfocados en la creatividad y el tercero es cuando los equipos de trabajo desarrollan miembros con distintas experiencias abierto a nuevas ideas.

Para obtener empresas innovadoras hay que trabajar en transformar la cultura organizacional en una cultura orientada a la cultura innovadora a través de un modelo de transformación cultural (Naranjo-Valencia y Calderón-Hernández, 2015) y a la gestión de los determinantes de la cultura organizacional como los valores de la empresa, el aprendizaje organizacional y empowerment (Ul Hassan et al., 2012), en este esquema de transformación de la cultura o de la gestión de la cultura, el liderazgo ocupa un rol impulsador ya que directamente impulsa a los trabajadores a fortalecer valores fundamentales en la organización y es el gestor del cambio organizacional (Shafie et al., 2014; Candia et al. 2014).

Cabe notar que la importancia de la cultura organizacional es uno de los factores clave de la innovación de las empresas, ya que ellas pueden fomentar o frenar la innovación en las empleados que laboran dentro de ellas (Naranjo-Valencia et al., 2016). De acuerdo a las estadísticas de innovación de las empresas en el Ecuador realizadas por Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2013, muestra que la innovación se ha implementado en actividades para los productos o los procesos, teniendo una participación de 36,21% y 36,88% respectivamente. Esto significa la adquisición de maquinarias y equipos por parte de las Pymes con el objetivo de mejorar los procesos productivos y la calidad de bienes o servicios que van a ser comercializados en mercados nacionales e internacionales.

Materiales y métodos

Para la presente investigación del proyecto se consideró una población-universo de 234 empresas y una muestra de 126 Pymes exportadoras del Guayas. Se utilizó un muestreo no probabilístico y se consideró un diseño mixto cuantitativo y cualitativo. A su vez, se realizó la investigación cuantitativa utilizando como instrumento de medición una encuesta con 31 preguntas sobre competitividad, tecnología, innovación, marketing, calidad, gestión, recursos humanos, cultura organizacional, etc.

En la encuesta la pregunta cuantitativa sobre cultura organizacional fue: ¿La empresa tiene una adecuada cultura organizacional para la internacionalización? Con una escala de medición de cuatro categorías: No relevante, bajo, media y alta. Se utilizó análisis factorial para identificar a partir de las 31 preguntas, constructos de competitividad, innovación, tecnología, marketing, calidad, recursos humanos y además se realizó una regresión con la finalidad de contrastar las hipótesis planteadas. Posterior a la regresión se obtuvo las correlaciones de la cultura organizacional con la innovación,

competitividad, etc.

Se realizó investigación cualitativa utilizando la técnica de entrevista en profundidad a 5 Pymes innovadoras, desarrollando un protocolo para la entrevista abierta para captar información adicional a la encuesta realizada sobre la innovación en las pymes exportadoras. Con la información obtenida en la investigación cuantitativa y cualitativa se procedió a realizar un modelo de desarrollo para las Pymes exportadoras basado en innovación y tecnología, donde se diseñaron directrices para implementar una cultura organizacional para la innovación en las Pymes exportadoras del Guayas.

Resultados

En la Tabla 1, se muestran los coeficientes obtenidos, se determina que el coeficiente de la innovación es mayor a 0,05, por lo que no es estadísticamente significativa para el modelo, rechazando la hipótesis que la innovación incide en la competitividad de las pymes exportadoras del Guayas.

Tabla 1: Coeficientes

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	-9,312E-017	,052			
Tecnología	,304	,098	,304	3,085	,003
Innovación	,214	,149	,151	1,435	,154
Calidad	,092	,078	,092	1,183	,239
Recursos Humanos	,226	,095	,226	2,384	,019
Gestión	,124	,095	,124	1,307	,194
Marketing	,041	,083	,041	,490	,625

En la Tabla 2 se muestran las correlaciones, y se observa que la variable cultura organizacional tiene correlación positiva baja con innovación (0,362) y con competitividad (0,295), estadísticamente significativa.

Tabla 2: Correlaciones

		¿La empresa tiene una cultura organizacional adecuada para la internacionalización?	Competitividad	innovación	Tecnología	Calidad	Recursos Humanos	Marketing
¿La empresa tiene una cultura organizacional adecuada para la internacionalización?	Correlación de Pearson	1	,295**	,362**	,286**	,184*	,211*	,327**
	Sig. (bilateral)		,001	,000	,001	,039	,018	,000
	N	126	126	126	126	126	126	126

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

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En la tabla 3 se muestra la media de la variable cultura organizacional = 2,56 está entre el nivel bajo y medio. Analizando los resultados se concluye que en las pymes exportadoras del Guayas se requiere mejorar la cultura organizacional orientada a la innovación, como aspecto fundamental para desarrollar la innovación en las pymes exportadoras, que les permita mejorar su competitividad.

Tabla 3: Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
¿La empresa tiene una cultura organizacional adecuada para la internacionalización?	126	1	4	2,56	1,047
	126				

Discusión

La literatura especializada señala que la cultura organizacional puede afectar el comportamiento de los trabajadores y con ello fomentar o frenar la innovación en las empresas (Hartmann, 2006; Lukić et al., 2014) y que los determinantes para la cultura organizacional son la misión, los valores, el aprendizaje organizacional y empowerment (Ul Hassan et al., 2012). Se requiere una cultura basada en la adhocracia (Leal-Rodríguez et al., 2015) y asociada con el liderazgo para conducir a los recursos humanos a la innovación (Shafie et al., 2014) con el objetivo de impulsar el desarrollo de equipos de trabajo y ambientes creativos (Lukić et al., (2014), para que estimule el pensamiento disruptivo en los colaboradores (Candía et al., 2014) Además se requiere en las Pymes exportadoras una transformación cultural basada en aquellos rasgos culturales que favorece la innovación en la empresa (Naranjo-Valencia & Calderón-Hernández, 2015), donde la innovación es un valor fundamental a inducir y fortalecer en la empresa (Lukić et al., 2014). La innovación se convierte en un aspecto primordial para el desarrollo de las Pymes exportadoras que buscan una cultura organizacional con la finalidad de implementar innovación en sus productos y procesos.

Implementar la cultura organizacional para la innovación puede tener sus características específicas en cada sector

de las Pymes exportadoras tales como: banano y plátano, productos y/o alimentos de origen animal, productos de origen vegetal frescos y congelados, manufacturas industriales (plásticos, caucho, cartón o papel), cacao y derivados, madera y derivados, productos farmacéuticos y químicos, alimentos procesados, productos de origen mineral metálicos y no metálicos, manufacturas textiles, café y derivados. Por lo que se recomienda a los administradores observar las características y necesidades específicas en cada sector de la economía ecuatoriana.

Existen directrices que están dirigidas a los administradores de las Pymes exportadoras con la finalidad de implementar una cultura organizacional para la innovación, entre las principales podemos mencionar las siguientes:

1. Implementar los objetivos de innovación de cada Pyme, con el objetivo de definir los alcances y las metas de la innovación en formas anuales y alineadas a la demanda del mercado de acuerdo a cada sector específico donde se desenvuelve cada pyme. Además desarrollar nuevos productos, mejorar la calidad, mejorar procesos, ingresar a nuevos mercados, etc. Cada pyme exportadora debería tener sus objetivos de innovación adecuados al mercado y al sector que se desenvuelve, ya que los mercados de exportación continuamente están cambiando por las tecnologías y las tendencias.

2. Definir para la organización: la misión y los valores de la empresa, adecuados al sector donde se desenvuelve la pyme, fijando como meta que la innovación sea un valor fundamental a desarrollar en la empresa. Lo que permite que se focalice a la innovación dentro del equipo de trabajo de la empresa. Cada pyme exportadora debe tener la misión y los valores claros para promover entre los colaboradores, la innovación que debe ser elevada a un valor fundamental con la finalidad de ser desarrollado por la administración de la Pyme, especialmente en los sectores más competitivos.

3. Implementar un liderazgo efectivo que promueva en cada Pyme: la misión, los valores definidos, promuevan la cultura basada en la adhocrécia, el trabajo en equipo, la formación de ambientes creativos y estimule el pensamiento disruptivo para la innovación. Lo que constituye implementar un nuevo ambiente o cultura organizacional necesarios para la innovación en cada proceso en la empresa.

4. Realizar una transformación cultural basada en aquellos rasgos culturales que favorece la innovación en la empresa. La administración de cada Pyme debe gestionar el cambio cultural dentro de la empresa y considerando el sector donde se desenvuelve. La transformación se debe realizar a través del seguimiento de la implementación de los cambios al ambiente o cultura organizacional y el seguimiento de todos los rasgos culturales que favorece la innovación en cada Pyme exportadora.

Listado de Referencias

Álvarez, C. (2009). *Innovación, competitividad y nuevos modelos de negocio. Cuadernos de investigación EPG, Perú*

Astudillo, S., Carpio, X., & Cordero, F. (2013). *El efecto de la innovación en las mipymes de Cuenca, Ecuador: Estudio observacional descriptivo transversal. Maskana, 4(2), 35-46.*

Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). *The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. Procedia - Social And Behavioral Sciences, 75(The Second International Conference on Leadership, Technology and Innovation Management (2012), 226-235. doi:10.1016/j.sbspro.2013.04.026*

Candia, J. G., Coliñanco, L. G., Caro, C. L., & Hernández, N. R. (2014). *Estrategia*

y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. Pensamiento & Gestión, (36), 107-133. doi:10.14482/pege.36.5567

CIES (2010). *Innovación empresarial y comportamiento tecnológico sectorial Experiencias exitosas y estudio de casos. Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES). Lima, Perú: Ediciones Nova Print.*

Da Costa, S., Páez, D., Sánchez, F., Gondim, S., & Rodríguez, M. (2014). *Factors favoring innovation in organizations: An integration of meta-analyses. Revista De Psicología Del Trabajo y de las Organizaciones, 3067-74. doi:10.1016/j.rpto.2014.06.006*

Du Plessis, M. (2007). *The role of knowledge management in innovation. Retrieved from http://137.215.9.22/bitstream/handle/2263/5785/DuPlessis_Role%282007%29.pdf?sequence=1*

Drucker, P.F. (1985). *La Innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios, ed. Edhasa. Clásicos del Management. Barcelona: Apóstrofe.*

Escandón, D. & Hurtado, A. (2014) *Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. Estudios Gerenciales, vol. 30, núm. 131, pp. 172-183 Universidad ICESI Cali, Colombia*

García Pérez De Lema, D., Martínez García, F. J., & Aragón Sánchez, A. (2009). *Análisis estratégico para el desarrollo de la MPYME en Iberoamérica: Informe MPYME, Iberoamérica 2009, FAEDPYME*

Hartmann, A. (2006). *The role of organizational culture in motivating innovative behaviour in construction firms. Construction innovation 6(3), 159-172.*

Leal-Rodríguez, A., Ariza-Montes, J. A., Morales-Fernández, E., & Eldridge, S. (2015). *The Effects of Organizational Culture Typologies on Unlearning and Innovation Capabilities. Proceedings Of The European Conference On Intellectual Capital, 217-226.*

Lukić, T., Džamić, V., Knežević, G., Alčković, S., & Bošković, V. (2014). *The Influence of Organizational Culture on Business Creativity, Innovation and Satisfaction.Management (1820-0222), (73), 49-57. doi:10.7595/management.fon.2014.0027*

Martins, E., Terblanche, F., 2003. *Building organisational culture that stimulates creativity and innovation. European Journal of Innovation Management 6, 64-74*

Markovits, Y., Davis, A. J., & Van Dick, R. (2007). *Organizational commitment profiles and job satisfaction among Greek private and public sector employees. International Journal of Cross Cultural Management, 7(1), 77-99.*

Mirón, E., Erez, M., & Naveh, E. (2004). *Do Personal Characteristics and Cultural Values That Promote Innovation, Quality, and Efficiency Compete or Complement Each Other?. Journal of Organizational Behavior, 25, 175-179.*

Naranjo-Valencia, J. C., Sanz Valle, R. & Jimenez, D. (2008). *Cultura organizacional e innovación. Un estudio empírico. En Payne, G. y Pindado, J. (Ed.). Estableciendo puentes en una economía global. XXII congreso AEDEM, (pp.5-23). España.*

Naranjo-Valencia, J. C., & Calderón-Hernández, G. (2015). *Construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural. Estudios Gerenciales, 31(135), 223-236. doi:10.1016/j.estger.2014.12.005*

Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2016). *Original article: Studying the links between organizational culture, innovation, and performance in Spanish companies. Revista Latinoamericana de Psicología, 4830-41. doi:10.1016/j.rlp.2015.09.009*

Park, H. S., Baker, C., & Lee, D. W. (2008). *Need for cognition, task complexity, and job satisfaction. Journal of Management in Engineering, 24(2), 111-117.*

Porter, M. (1990). *The competitive advantage of the nations. Harvard Business Review. March -April 1990.*

Saari, L. M., & Judge, T. A. (2004). *Employee attitudes and job satisfaction. Human resource management, 43(4), 395-407.*

Satsomboon, W., & Pruetipibultham, O. (2014). *Creating an organizational culture of innovation: case studies of Japanese multinational companies in Thailand. Human Resource Development International, 17(1), 110-120. doi:10.1080/13678868.2013.812330*

Shafie, S. B., Siti-Nabiha, A. K., & Cheng Ling, T. (2014). *Organizational culture, transformational leadership and product innovation: a conceptual review. International Journal Of Organizational Innovation, 730-43.*

Schumpeter, J. (1957). *Teoría del desenvolvimiento económico. Tercera Edición. Ed. Fondo de Cultura Económica. México.*

Ul Hassan, M., Shaukat, S., Shakeel, M., & Imran, M. (2012). *Interrelations between Organizational Culture, Innovation and Employee Performance: Evidence from Banking Sector of Pakistan. Pakistan Journal Of Social Sciences (PJSS), 32(2), 339-355.*

ARTÍCULO

INFLUENCIA DE LA PERSONALIDAD Y LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LOS ESTILOS DE LIDERAZGO

INFLUENCE OF PERSONALITY AND EMOTIONAL INTELLIGENCE ON LEADERSHIP STYLES

Recepción: 28/07/2017

Aceptación: 23/08/2017

Publicado: 12/09/2017

Resumen

En la actualidad las organizaciones requieren que su personal de nivel superior jerárquico tenga un estilo definido de liderazgo, el cual les sirva de insumo con sus colaboradores y transmitir la importancia del logro de los objetivos planteados. Por otro lado, en un mundo tan competitivo es relevante analizar la influencia de la personalidad en los distintos estilos de liderazgo, como lo son el transformacional y transaccional, y así conseguir que las estrategias funcionales generen una ventaja competitiva.

Las emociones son uno de los aspectos más fascinantes de la existencia humana. Juegan un papel central en las relaciones interpersonales debido a su fuerte influencia sobre los pensamientos y comportamientos. Las personas con mayor inteligencia emocional (IE) son propensas a tener una ventaja natural durante la manipulación de las relaciones interpersonales, ya que pueden leer el lenguaje corporal de los demás de una manera más precisa y también son buenos para recoger las señales emocionales durante las interacciones. Por esta razón en un mundo actual tan competitivo es relevante conocer las implicancias de la IE en los estilos de liderazgo y así poder comprender el éxito de las organizaciones que cuentan con líderes emblemáticos.

Palabras claves: personalidad, inteligencia emocional, liderazgo, estilos de liderazgo.

Abstract

Organizations nowadays require that their hierarchical top-level staff have a defined style of leadership, which serves as input with their collaborators and conveys the importance of achieving the stated objectives. On the other hand, in a world so competitive it is important to analyze the influence of the personality in the different styles of leadership, such as the transformational and transactional, and thus to get the functional strategies generate a competitive advantage.

Emotions are one of the most fascinating aspects of human existence. They play a central role in interpersonal relationships because of their strong influence on thoughts and behaviors. People with higher emotional intelligence (EI) are likely to have a natural advantage in manipulating interpersonal relationships because they can read each other's body language more accurately and are also good at picking up emotional signals during Interactions. For this reason, in today's competitive world, it is important to know the implications of EI in leadership styles so that we can understand the success of organizations that have emblematic leaders.

Keywords: personality, emotional intelligence, leadership, leadership styles.



Ing. Said Diez Farhat, Mgs.

Ingeniero Comercial, Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
Magíster en Administración de Empresas con Mención en Negocios Internacionales, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
Doctor of Business Administration, Pontificia Universidad Católica del Perú.

E-mail: said.diez@cu.ucsg.edu.ec



Ing. Com. Carlos Eduardo Sánchez, Mgs.

Ingeniero Comercial
Diplomado Superior en Comercio Exterior
Magíster en "Gerencia Educativa"
Magíster en "Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior".
Egresado del Doctorado en "Administración Estratégica de Empresas" en la Pontificia Universidad Católica de Perú DBA LATAM II (Proceso de Investigación).
Doctorando en "Ciencias de la Educación" en la Universidad de Rosario - Argentina.

E-mail: carlos.sanchez02@cu.ucsg.edu.ec

Introducción

Los resultados de las investigaciones relativas a los rasgos de la personalidad para el liderazgo han sido inconsistentes y a menudo decepcionantes. La mayoría de las revisiones de la literatura han llegado a la conclusión de que la teoría de los rasgos ha caído en desuso entre los investigadores de liderazgo (Judge, Bono, Ilies, & Gerhardt, 2002). Sin embargo, una búsqueda reciente PsycINFO reveló que 1.738 de los 15.000 artículos publicados desde 1990 sobre el tema del liderazgo incluída la personalidad; los investigadores tienen un interés fuerte y continuo en las bases de disposición del comportamiento de liderazgo (Bono & Judge, 2004). De hecho, un estudio realizado por Lord, DeVader y Alliger (1986) informó de algunas asociaciones entre los rasgos de la personalidad y las percepciones de liderazgo.

Por otro lado, un meta-análisis de Judge et al. (2002) avanzó aún más en la literatura, proporcionando evidencia que algunos rasgos fueron consistentemente asociado con la emergencia del liderazgo. A pesar de que estos meta-análisis hicieron una contribución importante al conocimiento de la relación entre la personalidad y el liderazgo, no abordan la relación entre la personalidad y los estilos de liderazgo, como lo son el transformacional y transaccional.

La primera aproximación en el mundo científico es la que proporciona Thorndike (1920) que identificó la inteligencia social como una dimensión de la inteligencia, precisamente la conceptualizó como la capacidad de comprender y gestionar los hombres y las mujeres, niños y niñas, para actuar sabiamente en las relaciones humanas. Esta definición se refiere a la capacidad del individuo para entender y manejar sus habilidades en las relaciones interpersonales, una esencia de la IE como se entiende en la actualidad (Dabke, 2016). Con este autor empezó la revolución en la literatura por la inclusión de la parte social enfocada a la inteligencia de cada individuo.

Las organizaciones se enfrentan a numerosos retos asociados a lo que va cambiando en la naturaleza del trabajo. A medida que las organizaciones expanden sus fronteras a nivel mundial, se basan en la tecnología de la comunicación y el desarrollo de los trabajadores del conocimiento para lograr ser adaptable en respuesta a las cambiantes demandas de trabajo (Tannenbaum, 2002), es evidente que las organizaciones tendrán que ajustar sus estrategias para lograr una ventaja competitiva. En el entorno de trabajo dinámico de hoy en día, se reconoce que los líderes con talento pueden ayudar a superar estos desafíos y allanar el camino hacia la consecución de los objetivos (Parr, Lanza, & Bernthal, 2016). A través de su interacción con los subordinados y las partes interesadas, los líderes puede influir profundamente en los comportamientos de los seguidores y de ese modo crear una fuerza de trabajo preparada para el éxito (Barling, Christie, & Hopton, 2010).

Revisión de la Literatura

Inicialmente guiada por la teoría de los rasgos de liderazgo, varios estudios buscaban descubrir características que definen los líderes con talento. Los primeros estudios produjeron resultados inconsistentes (por ejemplo, Bass, 1990; Mann, 1959; Stogdill, 1948), pero no hubo un renovado interés en el descubrimiento de rasgos asociados con el éxito de los líderes después de la aparición del modelo de cinco factores de la personalidad (Costa & McCrae, 1992). Por ejemplo, Judge et al. (2002) realizaron un meta-análisis que demuestra que el liderazgo estaba relacionada con varios factores específicos de la personalidad. Sus resultados revelaron que se asocian de forma moderada y positivamente con el liderazgo (Judge et al., 2002). Además, DeRue, Hahrgang, Wellman y Humphrey (2011) realizaron un meta-análisis que reiteró la importancia de los rasgos de un líder y los comportamientos para la efectividad del líder. Ellos llegaron a la conclusión de que los rasgos y el comportamiento explican alrededor de un tercio de la variación en la eficacia del líder y efectividad del líder (DeRue et al., 2011).

Dada la importancia del liderazgo para el éxito o el fracaso de las organizaciones e incluso las sociedades, es la razón por la que el liderazgo se ha convertido en un área de grandes investigaciones académicas. En los últimos 20 años, un progreso considerable se ha hecho en el tratamiento de la efectividad del líder de acuerdo con un punto de vista teórico, la teoría de liderazgo transformacional (Judge & Bono, 2000). Por lo tanto, es importante saber que el liderazgo es la persuasión, no la dominación; personas que pueden requerir otros a hacer sus órdenes debido a su poder no son líderes. El liderazgo sólo se produce cuando otros voluntariamente adoptan, por un período de tiempo, los objetivos de un grupo como propio. Por lo tanto, el liderazgo se refiere a la construcción de equipos cohesionados y orientados hacia un objetivo; ahí es una relación de causalidad y conceptual entre el liderazgo y el desempeño del equipo (Hogan, Curphy, & Hogan, 1994).

La teoría de los rasgos del liderazgo propone que ciertos rasgos diferencian a los líderes de otros individuos. Las pruebas de la teoría de los rasgos, la búsqueda de los rasgos de los líderes efectivos, han dominado la investigación durante la primera mitad del siglo XX. (Colbert, Judge, Choi, & Wang, 2012). Sin embargo, los resultados de estos estudios eran a menudo inconsistentes. En las revisiones de Stogdill (1948) y Mann (1959) expresaron su escepticismo respecto a la teoría de los rasgos de liderazgo y en consecuencia la teoría cayó en desgracia con muchos investigadores de liderazgo. En parte, los resultados inconsistentes que llevaron a este escepticismo se debieron a los numerosos rasgos que habían sido considerados en esta investigación (Colbert et al., 2012). Por otro lado, Bass (1990) observó que 43 características separadas que se examinaron en estos estudios. Con este gran número de rasgos de liderazgo, la falta de un marco de

organización de la personalidad hace difícil la comparación de resultados entre los estudios. Finalmente, House y Aditya (1997) señalaron: “Un problema con las primeras investigaciones fue el rasgo que había poca teoría de la personalidad empíricamente fundamentadas para guiar la búsqueda de rasgos de liderazgo” (p. 410).

Recientemente, un consenso sobre la estructura de la personalidad ha surgido alrededor del modelo de los cinco factores de la personalidad (Digman, 1990). El análisis factorial de los dos adjetivos de rasgos de personalidad y los inventarios se ha puesto de manifiesto en los rasgos de personalidad se pueden clasificar en cinco factores principales:

- (a) neuroticismo,
- (b) extraversión,
- (c) apertura a la experiencia,
- (d) agradabilidad y
- (e) la escrupulosidad (Colbert et al., 2012).

La personalidad de los cinco grandes rasgos ha demostrado ser indicadores de diversos criterios de interés en el campo de la psicología industrial y organizacional, incluyendo rendimiento en el trabajo (Barrick & Mount, 1991). Asimismo, Judge et al. (2002) en los estudios meta-analizados que examinan la relación entre la personalidad y el liderazgo, se encontró que extraversión, responsabilidad, estabilidad emocional, y la apertura se relacionaron positivamente con el liderazgo. Como grupo, los cinco grandes rasgos de la personalidad predijeron tanto surgimiento de liderazgo y la efectividad del liderazgo (Colbert et al., 2012).

Los cinco grandes rasgos son constructos de la personalidad que se manifiestan en los rasgos más específicos. Factor 1, extraversión, representa la tendencia a ser sociable, enérgico, activo, y la emoción. Los individuos que puntúan alto en extraversión son fuertemente predispuestos a la experiencia de emociones positivas (Watson & Clark, 1997). El factor 2, agradabilidad, consiste en la tendencia a ser amable, gentil, confiado y digno de confianza, y cálido (Judge & Bono, 2000). El factor 3, escrupulosidad, se indica mediante dos facetas principales: logros y confianza. (Barrick & Mount, 1991). Factor 4, neuroticismo, se etiqueta a menudo por su opuesto, neuroticismo, que es la tendencia a ser ansioso, temeroso, deprimido, y de mal humor. (McCrae & Costa, 1991). Por último, el Factor 5, apertura a la experiencia representa la tendencia a ser creativo, imaginativo, perceptiva, y reflexivo (Judge & Bono, 2000).

Los estudios previos sobre la relación entre la personalidad y el liderazgo han recurrido principalmente a los cinco grandes modelos de la personalidad (Bono & Judge, 2004). Sin embargo, recientes estudios léxicos (Ashton et al., 2004, Ashton, Lee, & Goldberg, 2004; Lee y Ashton, 2008; Wasti, Lee, Ashton, & Somer, 2008) han puesto en duda el alcance de los cinco grandes rasgos de la personalidad, lo que demuestra

que en lugar de cinco, seis factores correspondientes cruz-cultural de la personalidad se pueden obtener a partir de un conjunto diverso de lenguas y culturas. Estos seis factores son conocidos por el acrónimo HEXACO, que es la abreviatura de: (a) honestidad, la (b) emocionalidad, (c) extraversión, (d) agradabilidad (frente a la ira), (e) escrupulosidad y (f) apertura a la experiencia (de Vries, 2012).

Por otro lado, los resultados de los estudios que relacionan la personalidad de los estilos de liderazgo, tales como el liderazgo transformacional y transaccional, han sido más ambiguos (de Vries, 2012). De hecho, dos de los autores del artículo que une a los rasgos de emergencia líder y eficacia (Bono & Judge, 2004) llegó a la conclusión de que “los resultados de la personalidad enlazan con puntuaciones de liderazgo transformacional y transaccional eran débiles” (p. 906). En apoyo a Bono y la conclusión Judge (2004), otros que han estudiado las relaciones entre la personalidad y estilos de liderazgo han indicado que existen enlaces débiles similares (de Hoogh, den Hartog, & Koopman, 2005; DeRue et al., 2011; Judge & Bono, 2000; Lim & Ployhart, 2004).

De acuerdo a Thorne (1987) puso a prueba la idea de que las personas interactúan diferencialmente entre sí es función de su personalidad. Se encontró que los extrovertidos suscitaron diferentes comportamientos aleatoriamente seleccionados, socios desconocidos que hicieron introvertidos. En la teoría de activación de carácter, el contexto (por ejemplo, personas, políticas) pueden limitar o facilitar el comportamiento. Estos estudios sugieren al menos dos formas en las que los seguidores pueden afectar la conducta del líder (Bono, Hooper, & Yoon, 2012); Los líderes pueden interactúan diferencialmente con seguidores como una función de la personalidad seguidor (Thorne, 1987), por ende los rasgos seguidores pueden servir como parte de contexto que puede servir para limitar o facilitar un comportamiento de un líder o de un futuro líder.

A pesar de que los resultados contradicen las conclusiones alcanzadas en el meta-análisis de Bono y Judge (2004), no debería ser una gran sorpresa que la personalidad está fuertemente relacionada con los estilos de liderazgo. Como se ha discutido antes:

Es de destacar [...] que muchos de los instrumentos medir el liderazgo se han construido sin hacer referencia a las principales dimensiones de la personalidad, mientras que las características prototípico de los líderes, tales como dinamismo, confiable y organizado [...] son similares a los rasgos utilizados en la investigación de la personalidad léxica (De Vries, 2008, p. 403).

Salovey y Mayer (1990) establecieron por primera vez el término inteligencia emocional. Su hipótesis es un marco

que describe un conjunto de habilidades:

Relevantes para la valoración exacta y la expresión de las emociones en uno mismo y en otros, es una regulación efectiva de la emoción en sí mismo y los demás, y el uso de la sensación de motivar, planificar y lograr en la vida de uno (Salovey & Mayer, 1990, p. 185).

Por lo tanto, dieron a entender que los dos procesos mentales distintos, pensar y sentir, en realidad trabajan juntos. Su teoría de la IE se centra en la medida que las capacidades cognitivas son informadas por las emociones y el grado en el que las emociones están cognitivamente administradas (George, 2000). Dado que, Salovey y Mayer (1990) efectuaron la conceptualización de la IE, este ámbito ha sido inundado con un diluvio de diferentes pruebas que pretenden ser evaluaciones eficaces de la IE de un individuo. Estos autores proporcionan la ideología que no solo se debe considerar la parte autoritaria y energética de las organizaciones.

En los años siguientes la IE se ha definido de diversas maneras en la literatura actual. Mayer y Salovey (1997) definieron la IE como la “capacidad de percibir con precisión, evaluar y expresar la emoción; la capacidad de acceder y / o generar sentimientos que faciliten el pensamiento; la habilidad para entender las emociones y el conocimiento emocional; y la capacidad de regular las emociones a promover el crecimiento emocional e intelectual” (p. 10). Sin embargo, otros autores tienen adoptada una perspectiva más amplia de la IE, extendiendo así el modelo de la capacidad cognitiva. Estas conceptualizaciones incorporan factores adicionales tales como el celo, la persistencia o la asertividad (Bar-On, 1997; Goleman, 1995), y por lo tanto incluir rasgos de personalidad, además de la capacidad mental (Kerr, Garvin, Heaton, & Boyle, 2006). Partiendo de estos conceptos se deriva la importancia de la IE en los estilos de liderazgo dentro de las organizaciones.

Desde que el concepto de IE ha adquirido importancia, las personas han expresado opiniones encontradas sobre su viabilidad. Sin embargo, ha sido descrito como un “concepto difícil de alcanzar” (Davies, Stankov, & Roberts, 1998, p. 989). Algunos han afirmado que la IE proporciona una base para competencias importantes en casi todos los puestos de trabajo (Cherniss, 2000). Pero “aparece IE para ser más un mito que una ciencia” (Matthews, Zeidner, & Roberts, 2004, p. 547). De acuerdo a los sentimientos encontrados de esa época es una de las razones de la falta de consenso sobre la definición del término en la literatura.

Por otro lado, Goleman (1998) definió la inteligencia emocional como habilidades tales como ser capaz de motivarse y persistir en las frustraciones; para controlar los impulsos y retrasar la gratificación; para regular los estados de ánimo de uno y mantener alerta de inundar la capacidad de pensar; empatizar y esperar. El modelo de Goleman se considera un modelo mixto y se compone de cinco áreas

de la habilidad, tres se relacionan de competencia personal y dos están relacionados con la competencia social. Las competencias personales incluyen:

- (a) Auto-conciencia como conocimiento interno de uno estados, preferencias, recursos e intuiciones,
- (b) Autorregulación como gestión de los estados internos, impulsos y recursos,
- (c) la motivación como tendencias emocionales que guía o facilitan la consecución de objetivos.

Las competencias sociales incluyen:

- (a) La conciencia de los sentimientos, necesidades y preocupaciones de otras personas y
- (b) Las habilidades de destrezas sociales para inducir respuestas deseables en los demás.

Como referentes empíricos existen Mayer, Salovey y Caruso (2004) que definieron la inteligencia emocional como la capacidad sobre las emociones, y las emociones para mejorar el pensamiento. Incluye las habilidades para percibir con precisión las emociones, para el acceso y generan emociones tanto como para ayudar a pensar, de entender las emociones y el conocimiento emocional, y para regular las emociones de forma que favorezca emocional e intelectual crecimiento (Sadri, 2012). Su modelo, considerado un modelo de capacidad, ha sido ampliamente aceptado por la comunidad académica y contiene cuatro niveles de habilidades emocionales, para lo cual Mayer, Salovey y Caruso (2004) lo especificaron así:

- El primer nivel es la capacidad de percibir la emoción e incluye habilidades tales como el reconocimiento de las expresiones faciales de los demás y la interpretación de lo que estas expresiones significan.
- El segundo nivel es la capacidad de utilizar la emoción para facilitar lo pensado e incluye habilidades tales como pensar emociones conflictivas para determinar cómo se debe reaccionar.
- El tercer nivel es la comprensión de las emociones y la comprensión de las relaciones asociadas con los cambios en la emoción.
- El cuarto nivel es la capacidad de gestionar las emociones, para gestionar eficazmente los sentimientos dentro de uno mismo y los demás.

Para entender lo que conlleva la inteligencia emocional y el proceso de liderazgo, se debe recordar que el liderazgo es un proceso de interacción social en el que la capacidad del líder para influir en el comportamiento de sus seguidores puede influir fuertemente en los resultados de rendimiento (Humphrey, 2002; Pirola-Merlo, Hartel, Mann & Hirst, 2002). También es importante tener claro que el liderazgo es intrínsecamente un proceso emocional, mediante el cual los líderes reconocen los estados emocionales de los seguidores,

tratan de evocar emociones en seguidores y, a continuación, buscan administrar los estados emocionales de los seguidores en consecuencia (Humphrey, 2002) y según Pescosolido (2002) sostuvo que los líderes aumentan la solidaridad del grupo y la moral compartida mediante la creación de experiencias emocionales. En definitiva, la capacidad de los líderes para influir en el clima emocional puede influir considerablemente en los resultados (Humphrey, 2002).

La inteligencia emocional es un factor clave en la capacidad de un individuo para ser socialmente eficaz (George, 2000; Mayer et al., 2000b) y se visualiza en la literatura de liderazgo como un determinante clave de liderazgo efectivo (Ashkanasy & Tse, 2000; Boal & Hooijberg, 2000; George, 2000). Además, George (2000) sostiene que los líderes emocionalmente inteligentes pueden promover la eficacia en todos los niveles de las organizaciones. La IE del líder juega un importante papel en la calidad y la eficacia de las interacciones sociales con otros individuos (House & Aditya, 1996).

La literatura relacionada al liderazgo, ha teorizado que la IE facilita las dimensiones del liderazgo por el impacto de los siguientes elementos de la efectividad del liderazgo:

- (a) El desarrollo de un sentido colectivo de las metas y decidir la manera de alcanzarlos,
- (b) Inculcar la importancia del conocimiento y haciendo hincapié en la necesidad de exponer su caso relacionadas con el trabajo en el comportamiento de los seguidores,
- (c) La sensación de emoción, entusiasmo, confianza y optimismo en una organización y facilitar un ambiente de cooperación y colaboración y
- (d) La inspiración de la flexibilidad en el proceso de toma de decisiones (Dabke, 2016).

La inteligencia emocional es un área en constante evolución en la teoría, la investigación y la práctica en el campo de desarrollo del liderazgo. Se ha mostrado cómo los componentes de IE se integran con la corriente práctica del desarrollo del liderazgo y las actividades claves identificadas para el desarrollo de las competencias de IE entre los gerentes y líderes. Como se indicó anteriormente, mientras que el concepto ha generado un debate considerable (Sadri, 2012). Entonces es importante la necesidad de re-conceptualizar cómo puede afectar el rasgo de IE y como se refieren a las diversas formas de liderazgo, es decir parece demasiado simple afirmar que la IE es un antecedente del liderazgo (Lindebaum & Cartwright, 2010).

Con respecto a la efectividad del liderazgo, la inteligencia emocional parece ser un atributo importante para un liderazgo eficaz (Goleman et al., 2004). La inteligencia emocional ayuda a los líderes para hacer frente con eficacia no sólo con sus propias emociones, sino también las emociones de sus seguidores (Peterson & Luthans, 2003). Los líderes efectivos son capaces de despertar emociones positivas en sus seguidores y pueden aliviar las emociones de

seguidores negativos en tiempos de crisis (Bono et al., 2007). Los líderes con mayores niveles de inteligencia emocional serían más propensos que los líderes con menores niveles de inteligencia emocional para preferir el estilo antes, debido a que la IE aumenta y esto genera la probabilidad de que el líder sea consciente a los efectos emocionales negativos de la presión sobre los seguidores (Li, Gupta, Loon, & Casimir, 2016).

Sorprendentemente, dada la popularidad del concepto, la mayor parte de la investigación publicada la investigación de la IE y los resultados de rendimiento se ha llevado a cabo utilizando poblaciones de la muestra de estudiantes (Lopes et al., 2004). La IE del líder es un factor importante, el comportamiento de liderazgo en el papel dado parece tener una mayor incidencia en estas percepciones, Por lo tanto, la formación y el desarrollo debe centrarse en la mejora de la información emocional y perfeccionar su capacidad de liderazgo. La IE es un factor importante en el liderazgo, pero definitivamente no es la única solución para la eficacia (Dabke, 2016).

Conclusión

Existen algunas conductas de liderazgo que son influenciadas de forma distinta por los cinco factores principales de la personalidad, por lo que la reacción que tenga un rasgo de la personalidad pueda afectar en un estilo de liderazgo pero a lo mejor en otro no tenga relevancia. Sin embargo, como aporte científico y académico es importante que en futuras investigaciones se analice las consecuencias de otros factores que no han sido profundizados sobre la personalidad en los estilos de liderazgo y finalmente conocer si las organizaciones deben preocuparse por formar o conseguir líderes.

La inteligencia emocional tiene muchas implicancias en los estilos de liderazgo, pero la importancia de la aplicación de la IE con respecto a la combinación de los estilos de los líderes puede ser anulado por factores culturales. Es decir, no es fácil la adaptación de la IE en las organizaciones, pero si se tiene el deseo firme de adaptarse, esto podría traer extraordinarios beneficios personales y empresariales. Con todo esto se puede aseverar que el desarrollo de habilidades de IE no es una idea nueva y al pasar de los años se ha vuelto uno de los principales objetivos de la educación mundial para mejorar los líderes organizacionales.

Listado de Referencias

- Ashkanasy, N., & Tse, B. (2000). Transformational leadership as management of emotion: a conceptual review. in Ashkanasy, N., Hartel, C.E.J. and Zerbe, W.J. (Eds), *Emotions in the Workplace: Research, Theory, and Practice*, Quorum Books, Westport, CT, pp. 221-35.
- Ashton, M., Lee, K., & Goldberg, L. (2004). A hierarchical analysis of 1,710 English personality-descriptive adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 707–721.
- Ashton, M., Lee, K., Perugini, M., Szarota, P., de Vries, R., Di Blas, L., Boies, K., & De Raad, B. (2004). A six-factor structure of personality-descriptive adjectives: Solutions from psycholexical studies in seven languages. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 356–366.
- Barling, J., Christie, A., & Hopton, C. (2010). *Leadership*. In S. Zedeck (Ed.). *APA handbook of industrial and organizational psychology* (Vol. 1, pp. 183–240). Washington, DC: American Psychological Association.
- Bar-On, R. (1997). *The Emotional Quotient Inventory (EQ-I): Technical Manual*, Multi-Health Systems, Toronto.
- Barrick, M., & Mount, M. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Barrick, M., Mount, M., & Judge, T. (2001). The FFM personality dimensions and job performance: Meta-analysis of meta-analyses. *International Journal of Selection and Assessment*, 9, 9–30.
- Bass, B. (1990). *Bass and Stogdill's handbook of leadership*. New York, NY: Free Press.
- Boal, K. & Hooijberg, R. (2000). Strategic leadership research: moving on. *The Leadership Quarterly Yearly Review of Leadership*, Vol. 11 No. 4, pp. 515-50.
- Bono, J., Folds, H., Vincent, G., & Muros, J. (2007). Workplace emotions. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 92 No. 5, pp. 1357-1367.
- Bono, J., Hooper, A., & Yoon, D. (2012). Impact of rater personality on transformational and transactional leadership ratings. *The Leadership Quarterly*, 23(1), 132–145. <http://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.11.011>.
- Bono, J., & Judge, T. (2004). Personality and Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 89(5), 901–910.
- Cherniss, C. (2000). *Emotional intelligence: What is it and why it matters*. Papers presented at the Annual Meeting for the society for Industrial and Organizational Psychology, New Orleans, LA.
- Colbert, A., Judge, T., Choi, D., & Wang, G. (2012). Assessing the trait theory of leadership using self and observer ratings of personality: The mediating role of contributions to group success. *The Leadership Quarterly*, 23(4), 670–685. <http://doi.org/10.1016/j.leaqua.2012.03.004>.
- Costa, P., & McCrae, R. (1992). *Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO five-factor inventory (NEO-FFI) manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Dabke, D. (2016). Impact of Leaders Emotional Intelligence and Transformational Behavior on Perceived Leadership Effectiveness: A Multiple Source View. *Business Perspectives and Research*, 4(1), 27–40. <http://doi.org/10.1177/2278533715605433>
- Davies, M., Stankov, L., & Roberts, R. (1998). Emotional intelligence: in search of an elusive construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(4), 989–1015.
- De Hoogh, A., Den Hartog, D., & Koopman, P. (2005). Linking the Big Five-Factors of personality to charismatic and transactional leadership: Perceived dynamic work environment as a moderator. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 839–865.
- DeRue, D., Hahngang, J., Wellman, N., & Humphrey, S. (2011). Trait and behavioral theories of leadership: An integration and meta-analytic test of their relative validity. *Personnel Psychology*, 64, 7–52. doi:10.1111/j.1744-6570.2010.01201.x
- Digman, J. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417–440.
- De Vries, R. (2012). Personality predictors of leadership styles and the self–other agreement problem. *The Leadership Quarterly*, 23(5), 809–821. <http://doi.org/10.1016/j.leaqua.2012.03.002>.
- George, J. (2000). Emotions and leadership: the role of emotional intelligence. *Human Relations*, Vol. 53, pp. 1027-55.
- Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books.
- Goleman, D., Boyatzis, R., & McKee, A. (2004). *Primal Leadership: Learning to Lead with Emotional Intelligence*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Hogan, R., Curphy, G., & Hogan, J. (1994). What we know about leadership. Effectiveness and personality. *The American Psychologist*, 49(6), 493–504.
- House, R., & Aditya, R. (1997). The social scientific study of leadership: Quo vadis? *Journal of Management*, 23, 409–473.
- House, R. & Aditya, R. (1996). The social scientific study of leadership: quo vadis. *Journal of Management*, Vol. 23 No. 3, pp. 409-43.
- Humphrey, R. (2002). The many faces of emotional leadership. *The Leadership Quarterly*, Vol. 13 No. 5, pp. 493-504.
- Judge, T., & Bono, J. (2000). Five-factor model of personality and transformational leadership. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 751–765. <http://doi.org/10.1037/0021-9010.85.5.751>.
- Judge, T., Bono, J., Ilies, R., & Gerhardt, M. (2002). Personality and leadership: A qualitative and quantitative review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 765–780. <http://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.765>.
- Judge, T., Bono, J., Ilies, R., & Gerhardt, M. (2002). Personality and leadership: A qualitative and quantitative review. *Journal of Applied Psychology*, 87, 765–780.
- Kerr, R., Garvin, J., Heaton, N., & Boyle, E. (2006). Emotional intelligence and leadership effectiveness. *Leadership & Organization Development Journal*, 27(4), 265–279. <http://doi.org/10.1108/01437730610666028>
- Lee, K., & Ashton, M. (2008). The HEXACO personality factors in the indigenous personality lexicons of English and 11 other languages. *Journal of Personality*, 76, 1001-1053.
- Li, Z., Gupta, B., Loon, M., & Casimir, G. (2016). Combinative aspects of leadership style and emotional intelligence. *Leadership & Organization Development Journal*, 37(1), 107–125. <http://doi.org/10.1108/LODJ-04-2014-0082>
- Lim, B., & Ployhart, R. (2004). Transformational leadership: Relations to the Five-Factor Model and team performance in typical and maximum contexts. *Journal of Applied Psychology*, 89, 610–621.
- Lindebaum, D., & Cartwright, S. (2010). A Critical Examination of the Relationship between Emotional Intelligence and Transformational Leadership. *Journal of Management Studies*, 47(7), 1317–1342. <http://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00933.x>
- Lopes, P., Brackett, M., Nezlek, J., Schutz, A., Sellin, I., & Salovey, P. (2004). Emotional intelligence and social interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 30 No. 8, pp. 1018-34.
- Lord, R., De Vader, C., & Alliger, G. (1986). A meta-analysis of the relation between personality traits and leadership perceptions: A application of validity generalization procedures. *Journal of Applied Psychology*, 71, 402–410.
- Mann, R. (1959). A review of the relationships between personality and performance in small groups. *Psychological Bulletin*, 56, 241–270. doi:10.1037/h0044587.
- Mayer, J. and Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence?, in Salovey, P. and Sluyter, D. (Eds), *Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators*, Basic Books, New York, NY, pp. 3-31.
- Mayer, J., Caruso, D., & Salovey, P. (2000b). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*, Vol. 27 No. 4, pp. 267-98.
- Mayer, J., Salovey, P., & Caruso, D. (2004). Emotional intelligence: theory, findings. *Psychological Inquiry*, 15(5), 197-215.
- McCrae, R., & Costa, P. (1991). Adding Liebe und Arbeit: The full five-factor model and well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 227-232.
- Matthews, G., Zeidner, M., & Roberts, R. (2004). *Emotional intelligence science and myth*. Cambridge: MIT.
- Parr, A., Lanza, S., & Bernthal, P. (2016). Personality profiles of effective leadership performance in assessment centers. *Human Performance*, 29(2), 143–157. <http://doi.org/10.1080/08959285.2016.1157596>.
- Pescosolido, A. (2002). Emergent leaders as managers of group emotion. *The Leadership Quarterly*, Vol. 13, pp. 583-99.
- Peterson, S., & Luthans, F. (2003). The positive impact and development of hopeful leaders. *Leadership and Organization Development Journal*, Vol. 24 No. 1, pp. 26-31.
- Pirola-Merlo, A., Hartel, C., Mann, L., & Hirst, G. (2002). How leaders influence the impact of affective events on team climate and performance in R&D teams. *The Leadership Quarterly*, Vol. 13, pp. 561-81.
- Sadri, G. (2012). Emotional Intelligence and Leadership Development. *Public Personnel Management*, 41(3), 535–548.
- Salovey, P., & Mayer, J. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, 185–211.
- Stogdill, R. (1948). Personal factors associated with leadership: A survey of the literature. *The Journal of Psychology*, 25, 35–71. doi:10.1080/00223980.1948.9917362.
- Tannenbaum, S. (2002). A strategic view of organizational training and learning. In K. Kraiger (Ed.). *Creating, implementing, and managing effective training and development* (pp. 10–52). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Thorndike, E. (1920). *Intelligence and its uses*. Harper's Magazine, 140, 227–235.
- Thorne, A. (1987). The press of personality: A study of conversations between introverts and extraverts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 718–726.
- Wasti, S., Lee, K., Ashton, M., & Somer, O. (2008). Six Turkish personality factors and the HEXACO model of personality structure. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 39, 665-68.
- Watson, D., & Clark, L. (1997). Extraversion and its positive emotional core. In R. Hogan, J. A. Johnson, & S. R. Briggs (Eds.), *Handbook of personality psychology* (pp. 767-793). San Diego, CA: Academic Press.

REVISTA EMPRESARIAL ELECTRÓNICA INDEXADA



ACCEDA A LOS CONTENIDOS DE LA REVISTA Y REALICE
SUS CONTRIBUCIONES A TRAVÉS DE LA PÁGINA:



<http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg>



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES PISO 7
Pbx: 2209207 - 2200804 EXT. 5039 - 5014 - 5021 - 5009 - 5025 - 5029
AV. CARLOS JULIO AROSEMENA KM 1 1/2
www.ucsg.edu.ec

ARTÍCULO

VENTAJAS DE COMERCIALIZACIÓN DE COLCHONES
HIPOALERGÉNICOS A BASE DE FIBRA DE COCO EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUILADVANTAGES OF THE COMMERCIALIZATION OF HYPOALLERGENIC MATTRESSES
BASED ON COCONUT FIBER IN GUAYAQUIL

Recepción: 05/05/2017

Aceptación: 12/08/2017

Publicado: 08/09/2017

Resumen

El principal objetivo de la presente investigación es de identificar las principales ventajas en la comercialización de colchones hipoalergénicos elaborados a base de fibra de coco en la ciudad de Guayaquil, el mismo que permitirá reconocer la factibilidad de distribución en el mercado actual de la ciudad. Conociendo los procesos de extracción y elaboración de los colchones, el mismo que utiliza fibras de coco color marrón envueltos en capas de materiales y recubiertos por una capa de tela hipoalergénica, permite al producto competir con el mercado en relación a calidad y salud. Como metodología se realizó una investigación bibliográfica por medio de la cual se busca conocer bases teóricas que permitan ampliar el conocimiento acerca de la comercialización del colchón de fibra de coco y de campo, además se utilizaron las encuestas para conocer el criterio de los consumidores. Uno de las principales ventajas de la comercialización del colchón es la disminución del impacto al medio ambiente así como un costo menor al de los colchones tradicionales. Sin embargo una de las principales amenazas con las cuales cuenta el proceso es el poco conocimiento que tiene la población acerca del producto. Los resultados permiten conocer la situación actual de la comercialización de colchones de fibra de coco en Guayaquil y compararlos con los datos obtenidos de las encuestas.

Palabras claves: ventajas, comercialización, colchones, hipoalergénicos.

Abstract

The main objective of the present investigation is to identify the main advantages in the commercialization of hypoallergenic mattresses made from coconut fiber in the city of Guayaquil, which will allow to recognize the feasibility of the same in the current market of the city. Knowing the processes of extraction and elaboration of mattresses, the same one that uses brown coconut fibers wrapped in layers of materials and covered with a layer of hypoallergenic fabric, allows the product to compete with the market in relation to quality and health. As a methodology, a bibliographical research was carried out by means of which it was sought to know the theoretical bases that allow to expand the knowledge about the commercialization of the coconut fiber and field mattress, in addition the surveys were used to know the criterion of the consumers. One of the main advantages of mattress marketing is the reduced impact on the environment as well as a lower cost than traditional mattresses. However, one of the main threats with which the process counts is the little knowledge that the population has about the product. The results allow to know the current situation of the commercialization of coconut fiber mattresses in Guayaquil and the prices of the data obtained from the surveys.

Keywords: advantages, marketing, mattresses, hypoallergenic.



Lcdo. Rolando Michel García García

Licenciado en Contabilidad y Finanzas
Graduado en la Universidad de la Habana. Cuba
Director de Gestión de Proyectos Internacionales.
Vicerrector de Internacionalización y
Movilidad Académica
Universidad de Guayaquil

E-mail: rolando.garciag@ug.edu.ec
rolando.michel83@gmail.com

Lcdo. Juan Francisco López Fernández,
Ph.D.

Doctor en Ciencias Pedagógicas
Instituto Superior Pedagógico Enrique José
Varona. Cuba
Docente Titular, Facultad de Ciencias
Administrativas
Universidad de Guayaquil.

E-mail: juan.lopezf@ug.edu.ec
jfranc.lopezfernandez@gmail.com

Estudiantes:

Ing. Douglas Kevin Villafuerte Rodríguez

Ingeniero en Gestión Empresarial
Universidad de Guayaquil

E-mail: kempresario@hotmail.com

Ing. María Anabel Muzha Chávez

Ingeniera en Gestión Empresarial
Universidad de Guayaquil

E-mail: anabel-maria@hotmail.com

Introducción

Estos colchones ecológicos están formados por una capa interna de fibra de coco, que es un material natural que permite absorber y secar de manera rápida la humedad del colchón, evitando la formación de hongos y previniendo la procreación de parásitos como los ácaros; además ayuda en la problemática del manejo de desperdicios, reutilizando materiales y aprovechando otros que tenemos alrededor, generando oportunidades para los que cultivan y venden esta fruta, así también generando productos para personas que poseen un enfoque ecológico, o simplemente prefiere buscar algo diferente y más natural por el bienestar de su familia. Teniendo en cuenta el análisis FODA como principal herramienta para la identificación de ventajas y desventajas se puede determinar los objetivos planteados y de esta manera mejorar las estrategias de venta y comercialización así como el análisis e interpretación de las encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil, permitirán establecer las ventajas y medios de comercialización del producto.

Objetivo General

Establecer las ventajas de comercialización de colchones hipoalergénicos a base de fibra de coco en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- Identificar las principales amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades de la comercialización de colchones mediante el análisis FODA
- Elaborar encuestas dirigidas a conocer las preferencias del consumidor en el mercado actual
- Determinar las principales características que el consumidor busca en un colchón
- Establecer las ventajas de la comercialización del producto en la ciudad de Guayaquil

Comercialización de colchones hipoalergénicos a base de fibra de coco

Resulta una idea innovadora, ya que en Ecuador no se fabrica ni se distribuyen colchones a base de fibra de coco, ni otros colchones que sean de origen natural, a parte de los casi extintos colchones de paja que durante años fueron una molestia para el cuerpo. También ofrece un aporte ecológico ya que al ser a base de fibra de coco se reutilizan sus desechos, aprovechando al máximo los beneficios de esta fruta, por lo cual se considera útil la elaboración del mismo, no solo para beneficio del sector donde se fabrique sino para todo Guayaquil, ya que contribuirá y generará un cambio en la conciencia de las personas apuntando hacia los productos de origen ecológico.

Estos colchones ecológicos están formados por una capa interna de fibra de coco, que es un material natural que

permite absorber y secar de manera rápida la humedad del colchón, evitando la formación de hongos y previniendo la procreación de parásitos como los ácaros; además ayuda en la problemática del manejo de desperdicios, reutilizando materiales y aprovechando los recursos que nos provee la tierra, estas características permiten competir con los colchones del mercado sobre todo garantizando que el producto es hipoalergénica, ecológico y de la misma manera que los colchones convencionales brinda confort al consumidor. (Tomado de la página: <http://www.cocopeatfertilizer.com/fibra-de-coco>).

Situación actual de la comercialización de los colchones a base de fibra

No existen datos, cifras o estudios realizados en relación al desarrollo ni comercialización del producto final realizado a base de fibra de coco, sin embargo la investigación bibliográfica refiere que la compra de productos a base de la fibra permite dar mayor comodidad sin enumerar la gran cantidad de beneficios a la salud, además recomiendan utilizar este tipo de colchones sobre todo para el uso del infante.

En cuanto al tipo de colchón para cunas en Guayaquil debes elegir siempre uno donde el bebé pueda descansar, podemos afirmar que las opciones son muy variadas. Entre los colchones para cuna de bebé encontramos los colchones de muelles, los de goma espuma, los de látex, los de fibra de coco, los de fibra de coco combinado con látex, el colchón de viscolástica. (Tomado de la página: <http://www.tucasaecuador.com/articulos/guayaquil/colchones-para-cuna/articulo449.html?estado=Guayas&ciudad=Guayaquil>).

¿Cuáles son las ventajas de comercialización de colchones ecológicos e hipoalergénicos a base de fibra de coco en la ciudad de Guayaquil?

Es cierto que Guayaquil es una gran ciudad con una población extendida y en crecimiento, es un sector muy comercial, proyectos dentro de esta ciudad solo hacen cambios mínimos en sus áreas pero en el fondo posee una economía bien arraigada por el esfuerzo de su gente, y con el presente proyecto se aportara con un nuevo sistema en cuanto a confort y descanso, en lo que a gustos y preferencias de colchones se refiere.

Utilizando productos ecológicos y reduciendo la contaminación generada por los productos derivados de petróleo, logrando satisfacer una necesidad básica como lo es el buen descanso y dando terceras fuentes de trabajo para los vendedores y distribuidores que sueñan con un país progresista y un mundo sano para sus seres queridos. Gracias a las propiedades de la materia prima utilizada para la elaboración del producto, existe una gran cantidad de beneficios que se obtienen al comprar y utilizar el mismo, entre los más importantes se encuentra los beneficios a la salud, puesto que se encuentra recubierto por una tela hipoalergénica, permite satisfacer la demanda de colchones fabricados específicamente

mente para personas con alergias. (Tomado de la página: <http://www.ekoideas.es/blog/tag/fibra-de-coco/>).

Además otro de los principales beneficios medioambientales es la disminución de recursos no renovables en la manufactura del colchón, puesto que la principal materia prima a utilizar es la fibra de coco, causando así un menor impacto ante la problemática que se vive a nivel mundial en relación al medio ambiente. Finalmente uno de los puntos importantes es la durabilidad en relación al costo del producto en versus el producto tradicional. Enumerando las ventajas de elaboración del colchón a base de fibra de coco se encuentran:

- Posee fibra de coco que impide la acumulación de humedad y ayuda a que se ventile rápidamente.
- Ayuda a conservar el medio ambiente utilizando materiales ecológicos.
- No contiene resortes o también denominado muelles en su interior, los cuales están hecho a base de hierro y por ende tiende a oxidarse por la humedad y convertirse en un peligro para el usuario.
- Se le puede agregar otros materiales ecológicos que ayudan al organismo como las algas marinas y flores para aromaterapia.
- Todos poseen tela anti ácaros que ayudan a potenciar las cualidades internas de la fibra.
- La fibra de coco puede secarse más rápido que el sustrato tradicional, sin cuartearse, ni crear áreas de vacío.
- Ofrece mayor flexibilidad a la hora de gestión y mantenimiento de un huerto urbano por su gran capacidad de retención de agua.
- Posee una gran capacidad de retención de nutrientes, y la ventaja es que los libera progresivamente, es decir un buen complemento frente a un abono deficiente. (Tomado de la página: <http://www.radicalnutrients.com/2016/05/16/la-fibra-coco/>).

Características físicas del colchón elaborado a base de fibra de coco

Tomando como muestra un colchón con las medidas más usadas por el mercado en Ecuador, que es el modelo "Queen" o de dos plazas que conlleva medidas como 140x200cm con un grosor aproximado de 20-25 cm, como producto estrella a los inicios de su comercialización, expandiéndose posteriormente a otras medidas según sea la necesidad del mercado, hasta satisfacer las más finas exigencias. Los materiales utilizados para el desarrollo del colchón (Tomado de la página: <https://www.ekoideas.com/colchones-naturales-baumberger/colchon-varia-solo-basic-latex-natural-fibra-coco>) son:

- Fibra de coco
- Látex natural
- Telas hipoalérgicas para forro
- Algodón, lana o lino
- Hilos, agujas especiales, sesgos
- Pegamento especial o goma.

Gráfica 1: Se muestra la participación en el mercado que tienen las diferentes marcas de colchones en la ciudad de Guayaquil



Fuente: Administración ESBIN S.A.

Según la gráfica elaborada por el grupo de administración ESBIN S.A., el cual se basa en calidad y precio muestra que los colchones, Chaide y Chaide ocupa en el mercado de Guayaquil un 45 %, debido a su aceptación por parte de sus clientes que han reconocido que es un buen producto.

Le sigue con un 20% de posicionamiento de mercado los colchones Paraíso, que ha permitido mantenerse en la mente de los consumidores por cualidades diferencias antes los demás como sus precios competitivos. A continuación con un 10 % del mercado se puede observar que Regina ha logrado mantener un mercado competitivo. Posteriormente con un 20 % del mercado lo ocupan las diferentes marcas reconocidas por los ciudadanos y distribuidores de colchones tales como: Resiflex, Gerardo Ortiz y American; por último el 5% restante le pertenece a marcas de fabricación artesanal y pequeñas empresas establecidas en un sector específico entre otros.

Materiales y Métodos

Como metodología se realizó una investigación bibliográfica por medio de la cual se busca conocer bases teóricas que permitan ampliar el conocimiento acerca de la comercialización del colchón de fibra de coco y de campo ya que los autores participan en el proceso de comercialización de los colchones a base de fibra de coco, en donde a través de las encuestas se busca conocer las opiniones y criterios de compra de los líderes del hogar, por medio de preguntas que permitan al consumidor seleccionar las mejores características en base al colchón que se adapte a sus necesidades, El alcance de la investigación del presente proyecto utiliza el enfoque mixto debido a las características y parámetros a considerar; por un lado se considera una investigación cualitativa porque analiza y evalúa las características de la población que es objeto del presente estudio, y por otro lado es cuantitativa por los análisis estadísticos requeridos.

Encuestas

Se encontraron aplicadas a los habitantes del cantón Guayaquil, ya que los mencionados habitantes son los actores involucrados en el análisis de la presente investigación Se dará a conocer que dichas encuestas fueron llevadas a cabo en

un periodo de tiempo de una semana en diferentes horarios por la mañana, tarde y noche orientados por las opiniones de personas como líderes de hogar, mayores de edad, residentes en la ciudad de Guayaquil y con mentalidad ecológica. A través de la fórmula de población infinita se logró determinar el tamaño de la muestra a las cuales se aplicaron las preguntas para luego tabular los resultados obtenidos, graficarlos y finalmente poder analizarlos, cumpliendo los objetivos planteados. Los criterios de selección de los encuestados se encuentran:

Mayor de edad, Residente en la ciudad de Guayaquil por lo menos 5 años, De estrato socioeconómico de nivel medio alto y alto, conciencia ecológica y preferencia por los productos amigables con el ambiente, con preferencia de productos hipoalergénicos y jefe de la familia encargado de las compras en el hogar.

Población infinita

Para la cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Donde nuestras variables serán:

n- tamaño de la muestra

N- población total, o, universo

z- porcentaje de fiabilidad (1,96)

p- probabilidad de ocurrencia (50)

q- probabilidad de no ocurrencia (50)

e- error de muestreo (5)

Remplazando los valores identificados se obtiene que:

$$n = ((3,8415) * (50) * (50)) / 25; n = 9.604 / 25, n = 384$$

Cuadro 1: Medidas de preferencia al público

Medidas preferidas por el público	Frecuencia	Porcentaje
1 plaza	19	5%
1 ½ plaza	54	14%
2 plazas	215	56%
2 ½ plazas	96	25%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Gráfica 2: Medidas de preferencia al público



Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

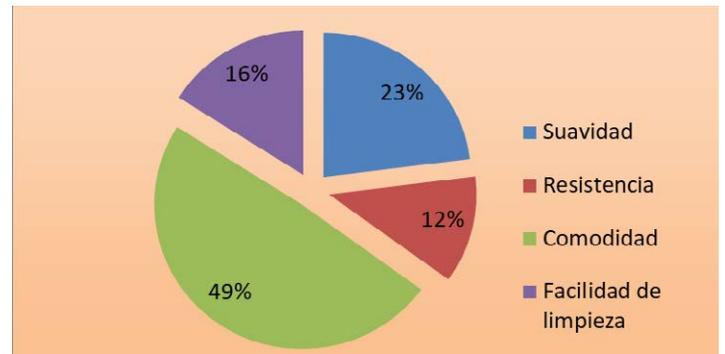
Acorde a lo que se presenta en el cuadro, se define que de los 384 encuestados, 19 habitantes prefieren los colchones de 1 plaza lo que representa el 5%, 54 habitantes prefieren de 1 ½ plaza, 215 habitantes prefieren de 2 plazas lo que representa el 56%, Y 96 habitantes eligen de 2 ½ lo que significa el 25% de las personas encuestadas.

Cuadro 2: Cualidades preferentes por los usuarios

Cualidades preferentes por los usuarios	Frecuencia	Porcentaje
Suavidad	89	23%
Resistencia	46	12%
Comodidad	188	49%
Facilidad de limpieza	61	16%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Gráfica 3: Cualidades preferentes por los usuarios



Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

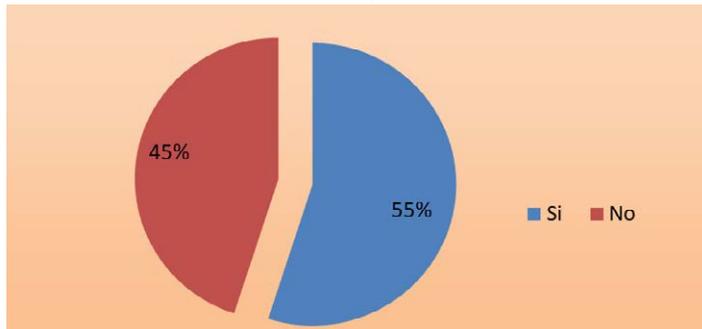
Acorde a lo que se presenta en el cuadro, se define que de los 384 encuestados, 89 habitantes prefieren que los colchones que adquieren sean suaves lo que representa el 23%, 46 indicaron que prefieren la resistencia lo que representa el 12%, 188 habitantes prefieren la comodidad en un colchón lo que representa el 49%, y 61 indicaron que prefieren la facilidad de limpieza en su colchón lo que representa el 16% de las personas encuestadas.

Cuadro 3: Conocimiento sobre enfermedades respiratorias o alergias

Alergias	Frecuencia	Porcentaje
Si	211	55%
No	173	45%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Gráfica 4: Conocimiento sobre enfermedades respiratorias o alergias



Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

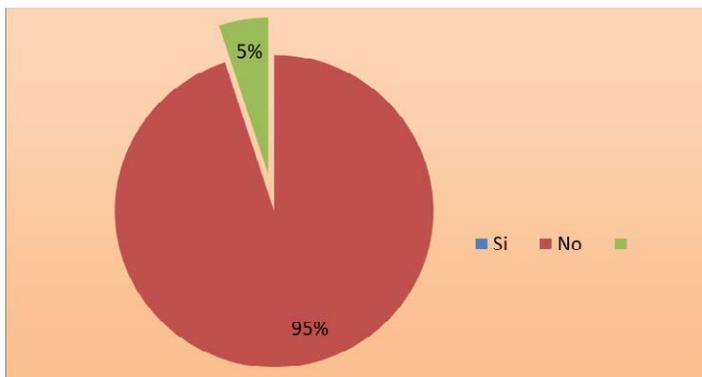
Acorde a lo que se presenta en el cuadro, se define que de los 384 encuestados, 211 habitantes tienen familiares con enfermedades respiratorias y alergias lo que representa el 55% del total de las personas encuestadas, y 173 habitantes indicaron que no tienen familiares con estas características lo que representa el 45%.

Cuadro 4: Aceptación del colchón a base de fibra de coco

Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
Si	365	95%
No	19	5%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Gráfica 5: Aceptación del colchón a base de fibra de coco



Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

Acorde a lo que se presenta en el cuadro, se define que de los 384 encuestados, 365 habitantes aceptaron que comprarían el colchón a base de fibra de coco lo que representa el 95% del total de las personas encuestadas, y 19 habitantes indicaron que no comprarían el colchón porque prefieren otras marcas lo que representa el 5%.

Análisis FODA

Fortalezas: En el área que se busca ejecutar el proyecto se encuentra centralizado y con gran cantidad de consumidores, es decir el mercado es amplio para poder ofrecer el producto, además cuenta con una gran cantidad de beneficios y alta competitividad con los productos de otras marcas, sobre todo lo relacionado a salud y costo, además las medidas del colchón se adaptan a cualquier necesidad del consumidor y son semejantes a las medidas del mercado actual.

Debilidades: Entre las principales debilidades identificadas se encuentran el tiempo prolongados para la extracción de la materia prima y los cambios climáticos que pueden afectar en la producción y ensamblaje del producto de manera directa y de manera indirecta, puede producir un aumento del costo de venta al público, reduciendo así la competitividad del mismo.

Oportunidades: Un producto novedoso permite hasta cierto punto captar la atención del consumidor, sobre todos los que se preocupan por la salud de sus familiares así como del cuidado del medio ambiente, ya que debido a su proceso de manufacturación y extracción, permite disminuir el impacto generado al medio ambiente.

Amenazas: Lanzamiento de promociones de precios de las marcas en competencia puede formar parte de las amenazas detectadas en el estudio, pues entre los principales factores que el consumidor se encuentran en mayor porcentaje es su comodidad con un 49%, suavidad con un 23%, fácil limpieza con 16% y resistencia con un 12%, sin embargo todas las cualidades mencionadas se deben encontrar relacionadas con los costos de cada colchón.

Análisis de las ventajas y desventajas

Ventajas:

1. Posee fibra de coco que impide la acumulación de humedad y ayuda a que se ventile rápidamente.
2. Ayuda a conservar el medio ambiente utilizando materiales ecológicos.
3. No contiene resortes o muelles en su interior, los cuales están hecho a base de hierro y por ende tiende a oxidarse por la humedad y convertirse en un peligro para el usuario.

4. Se le puede agregar otros materiales ecológicos que ayudan al organismo como las algas marinas y flores para aroma terapia.
5. Todos poseen tela anti ácaros que ayuden a potenciar las cualidades internas de la fibra.
6. Contribuye con la salud del ser humano

Desventajas:

1. Desconocimiento del producto por parte del cliente.
2. Tiempos prolongados para la extracción de la materia prima.
3. Cambios climáticos fuertes en la región puede incrementar los costos.
4. Poco personal con conocimientos acerca del tema.

Resultados

- Con el presente trabajo se demostró la factibilidad de fabricar los colchones en la comuna Sacachún del cual al ser aprobado y puesto en práctica se comercializará en la ciudad de Guayaquil con una gran aceptación por parte de los habitantes.
- Se identificó que el colchón natural a base de fibras de coco posee una significativa ventaja sobre los colchones comunes, esto se debe a que son fabricados con materiales naturales que ayudan a prevenir las alergias y otras enfermedades, a su vez ayuda reduciendo la contaminación causada por los residuos de coco que son arrojados al río, así como los desechos de colchones que no son biodegradables y se comercializan actualmente, generando a su vez nuevas fuentes de trabajo en sectores olvidados durante años.
- Mediante un análisis se concluyó que es conveniente fabricar colchones dentro de la comuna Sacachún, ya que actualmente cuenta con mano de obra disponible y animosa al trabajo,

Cuadro 5: Muestra las ventajas y desventajas que el colchón a base de fibra de coco tiene en el mercado respecto a marcas de colchones reconocidas

VENTAJAS Y DESVENTAJAS CARACTERÍSTICAS	PRINCIPALES MARCAS ESTUDIADAS EN EL MERCADO				
	FIBRA DE COCO	CHAIDE Y CHAIDE	DORMI LEON	PA RAIS O	RESI FLEX
POSICIONAMIENTO DE MERCADO		X	X	X	X
CALIDAD	X	X	X	X	X
MATERIALES ECOLÓGICOS	X				
ANTI-ACAROS	X	X		X	X
SISTEMAS DE SECADO CONTINUO	X				
DESECHOS PERECIBLES RAPIDAMENTE	X				
VARIEDAD	X	X	X	X	X
CONFORT	X	X	X	X	X
PRECIO		X	X	X	X
LIBRE DE RESORTES	X				
SUAVIDAD EN UNA BASE INTERNA FIRME	X	X			X
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	X	X	X	X	X
TOTAL	10	8	6	7	8
PORCENTAJE DE VENTAJA	83%	67%	50%	58%	67%

Fuente: Autores

permitiendo mejorar su calidad de vida, trayendo beneficios como el incremento del 24.8% en la agricultura, dando empleo alrededor de 50 familias y un desarrollo económico del 12.4% generando nuevos ingresos por impuestos.

- En base a encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil se demostró que el colchón natural con fibra de coco posee un nivel de aceptación del 95% por parte de los futuros consumidores, demostrando que el público está inclinado al confort que sea amigable con el medio ambiente.

Discusión

- Se identificó que el colchón natural a base de fibras de coco posee una significativa ventaja sobre los colchones comunes, esto se debe a que son fabricados con materiales naturales que ayudan a prevenir las alergias y otras enfermedades, a su vez ayuda reduciendo la contaminación causada por los residuos de coco que son arrojados al río, así como los desechos de colchones que no son biodegradables y se comercializan actualmente.

- Gracias a las propiedades de los componentes principales del colchón posee un alto nivel de competitividad en el mercado, analizando los criterios de compra de los consumidores, así como también el costo del mismo, el cual en relación a sus beneficios se vuelve una buena opción de compra.

- Existen debilidades y amenazas en la comercialización del producto, sin embargo mediante una buena estrategia de marketing, se puede prevenir e identificar las falencias, de esta manera se puede planificar medios por los cuales minimizar dichas desventajas, además se puede promover el conocimiento a través de orientación al público, de esta manera tendrán los conocimientos necesarios sobre los beneficios de obtener un colchón hipoalérgico a base de fibra de coco.

Conclusiones

Luego de culminar la presente investigación, en relación al proceso de comercialización de colchones de fibras de coco en la ciudad de Guayaquil, los autores concluyen que:

- El análisis FODA realizado para identificar las principales amenazas y debilidades sirvió para conocer las medidas que se deben tomar en caso de complicaciones y estar conscientes de las desventajas en cuanto a la comercialización del producto.

- El proceso de encuesta contribuyó a los autores a conocer los criterios de compra así como el nivel de aceptación de los consumidores sobre el producto a comercializar.

- Entre las principales características que el consumidor prefiere al momento de comprar un colchón se encuentran la suavidad, resistencia, comodidad y facilidad de limpieza en relación al costo.

- Entre las principales ventajas se encuentran la contribución a la salud del ser humano, la conservación del medio ambiente, eliminación de riesgo al oxido debido a la ausencia de resortes y la prevención de ácaros a través de sus envolturas.

- El aumento de producción generará una mayor cantidad de empleos que beneficiará directamente a los habitantes de la comuna permitiendo mejorar la calidad de vida de sus familias.

- El proceso de fabricación de colchones a base de fibra de coco tiene como finalidad ofrecer al consumidor un producto de calidad, hecho a base de ingredientes naturales que favorece la salud evitando problemas relacionados con ácaros y al tracto respiratorio.

Listado Referencias

- Ispemar (s.f.) "Fibra de coco" Recuperado el 26 de Octubre del 2016 de: <http://www.cocopeatfertilizer.com/fibra-de-coco>
- Naturalmat (2016) "Quilted Coco Mat" Recuperado el 22 de Octubre del 2016 de: <https://www.naturalmatusa.com/product/quilted-coco-mat/>
- Radical Nutrients (2016) "La fibra de coco" Recuperado el 1 de Noviembre del 2016 de: <http://www.radicalnutrients.com/2016/05/16/la-fibra-coco/>
- Tucasaecuador.com (s.f.) "Colchones para cuna Guayaquil" Recuperado el 2 de Noviembre del 2016 de: <http://www.tucasaecuador.com/articulos/guayaquil/colchones-para-cuna/articulo449.html?estado=Guayas&ciudad=Guayaquil>
- Home (2016) "Diccionario de colchones" Recuperado el 28 de noviembre del 2016 de: <http://www.diccionariodecolchones.com/>
- Ekoideas (2016) "Colchón varia solo Basic de látex natural y fibra de coco" Recuperado el 21 de Noviembre del 2016 de: <https://www.ekoideas.com/colchones-naturales-baumberger/colchon-varia-solo-basic-latex-natural-fibra-coco>
- Infocolchon.com (2013) "Historia del colchón" Recuperado el 1 de diciembre del 2016 de: <http://www.infocolchon.com/articulos/historia-colchon.html>
- Ekoideas (2016) "Fibra de coco" Recuperado el 29 de Octubre del 2016 de: <http://www.ekoideas.es/blog/tag/fibra-de-coco/>

ARTÍCULO

ANALYSIS OF THE DETERMINING FACTORS OF THE QUALITY AND CULTURE OF HIGHER EDUCATION IN THE DUAL TRAINING SYSTEM: ECUADOR CASE FROM THE EUROPEAN STUDENT PERSPECTIVE



Ing. Carmen Paola Padilla
Lozano, Ph.D. (c)

Candidata a Doctor en Administración
Estratégica de Empresas de la Pontificia
Universidad Católica de Perú - CENTRUM
Master en Economía, Finanzas y Proyectos
Corporativos
Ingeniera Comercial, Universidad Católica de
Santiago de Guayaquil
Directora del Instituto de Formación,
Capacitación y Prestación de Servicios e
Investigación (INFOCSI) Facultad de
Ciencias Económicas y Administrativas,
Universidad Católica de Santiago de
Guayaquil
Autora de artículos científicos de bases
latindex, scielo y Scopus
Ponente en congresos internacionales
Directora de proyectos de investigación
en investigaciones nacionales y con países
latinoamericanos
Docente en la carrera de Gestión Empresarial
Internacional, Facultad de Ciencias
Económicas y Administrativas, Universidad
Católica de Santiago de Guayaquil
E-mail: carmen.padilla@cu.ucsg.edu.ec

Recepción: 05/06/2017

Aceptación: 21/08/2017

Publicado: 13/09/2017

Summary

The objective is to know the factors that define a good higher education in Ecuador with the Dual system taught at the Universidad Católica Santiago de Guayaquil from the perspective of European foreign students. It seeks to know their points of view, their experience and main cultural aspects within the universities contrasted with the German culture.

It will also be observed how the students lived their exchange program in a major with the same characteristics of their country of origin, as well as the perspective of Ecuadorian students who were in exchange programs in Germany. The study analyzed attitudes, academic relations with teachers using a frame of reference to the cultural dimensions of Hofstede.

You will see the impact of language in their studies, why choosing a South American country as a place of exchange, reasons why they would return or not, their adaptation to the Ecuadorian dual education system and the recommendations that should be taken into consideration as improvements to the dual system.

Key words: Higher Education, Dual System, Cultural Dimensions, Hofstede, Exchanges, Productive Matrix, Germany, Ecuador.

Introduction

The research carried out by Geert Hofstede (1984) in one of the most complete studies on cultural dimensions. Geert Hofstede (2015) on his official website indicated that "collective programming of the mind distinguishes members of one group or category of people from others. The six dimensions of national culture are based on extensive research."

The previous Hofstede study is taken into account, since it is expected to compare the culture between Germany and Ecuador focused on the education received by the German students and the Ecuadorians in exchange processes.

Student exchange allows the enrichment of knowledge, according to Durand (2014) in his research on the mobility of Mexican students to France, it was indicated that the reasons for continuing studies in another country are pluricasuals, from which they are deployed; The search for visions they have



Econ. José Roberto Morales
Vergara, Ph.D. (c)

Candidato a Doctor en Administración
Estratégica de Empresas de la Pontificia
Universidad Católica de Perú - Centrum.
Máster en Marketing y Comercio
Internacional - Escuela Superior Politécnica
del Litoral (ESPOL).
Economista con Mención en Gestión
Empresarial especialización Marketing -
Escuela Superior Politécnica del Litoral
(ESPOL).
Autor de Artículos científicos en Latindex.
Ponente en Congresos Internacionales.
Docente de la Facultad de Ciencias
Administrativas en la Universidad de
Guayaquil.

E-mail: roberto.moralesv@ug.edu.ec



Econ. Danny Xavier Arévalo
Avecillas, Ph.D. (c)

Candidato a Doctor en Administración
Estratégica de Empresas de la Pontificia
Universidad Católica de Perú - CENTRUM
Master in Business Administration -
Universidad Autónoma de Barcelona
Máster en Marketing y Comercio
Internacional - Escuela Superior Politécnica
del Litoral (ESPOL)
Economista con Mención en Gestión
Empresarial Especializado en Finanzas -
Escuela Superior Politécnica del Litoral
(ESPOL)
Autor de artículos científicos de bases
latindex, scielo y Scopus
Ponente en congresos internacionales
Director de proyectos de investigación en
investigaciones nacionales y con países
latinoamericanos
Docente en la carrera de Economía, Facultad
de Ciencias Económicas y Administrativas,
Universidad Católica de Santiago de
Guayaquil
E-mail: danny.arevalo@cu.ucsg.edu.ec

about a country, innovation, traditions, inventions and often their preference is based on the international prestige of that country. In the case of Ecuador, we are working to evolve from being a country dependent on non-renewable resources such as oil, towards the generation of new income through human capital that generates science, innovation and technology.

Ramsden (2007) stated that goals are classified into two types: (a) abstract, generic and personal development, and (b) those related to the domain of disciplinary knowledge, including the particular skills and techniques that distinguish each profession (Guzman, 2011).

Quality education is defined as “achieving the teaching goals, which are distinguished by their ambition and complexity, such as seeking students to achieve critical thinking, be creative and develop complex cognitive skills” (Guzmán, 2011).

Higher education in Ecuador has become a controversial issue given the ongoing reforms have been rising over the past 7 years, however according to UNESCO (2014), they state that: Ecuador improved its results in all the evaluated areas (Language, Mathematics and Natural Sciences) and ranks among the Latin American countries with the most advances in education, comparing the results of the Third Explanatory and Comparative Study (Terce) with the Second Explanatory and Comparative Study (Serce), conducted in 2006, where Ecuador was among the three countries in the region with the worst educational performance.

Through the examination of elementary and high school students in Ecuador prepared by the Program for the International Evaluation of Students (PISA), Unesco recognized the educational system of Ecuador as “the most advanced in recent years at regional level” (Miranda, 2014). Higher Education includes as components (a) educational quality, (b) undergraduate and postgraduate fellowships abroad, (c) new research-driven universities are considered as developmental infrastructure and (e) teachers with updated knowledge, which are strategies to achieve the change of the productive matrix.

Currently, those who qualify for higher education in Ecuador are: (a) The National Institute for Educational Evaluation (INEVAL), (b) The Council for Higher Education (CES), and (c) The Evaluation Council, accreditation and quality assurance Higher Education (CEAACES).

Ecuador is considered the country that invests the most in higher education, within the region the public investment in higher education in the last seven years was of USD 9,445 million. The allocation of the Gross Domestic Product (GDP) for that area went from 0.72% in 2006 to 2.12% in 2014 “(National Bureau of Science and Technology, 2014).

Achieving high standards of quality is a daily task of teachers who must be accompanied by the best resources to impart knowledge. This new approach is called productive matrix of knowledge whose purpose is to choose non-traditional

careers in Ecuador and generate new ideas to be a product development country. Teachers who hold the approval of the Regulations of Career and Classification of Professor and Researcher of the System of Higher Education increased their income by a considerable percentage, this in order to have Quality and Experienced Teaching in Universities, and above all impart their knowledge to the students allowing the country to grow in science, technology and education.

The Ministry of Education (2013) states that “a quality teacher is one who provides learning opportunities to all students and contributes, through their training, to building the society we aspire to our country.”

The competitiveness that Ecuador projects to the world in education is positive, according to the article called “an economic perspective “after the leap in 2012, Ecuador again climbs another 15 places in the Global Competitiveness ranking, ranking 71. It is our best historical scenario “(GERMAN, 2014).

According to Wong (2014) in his article on the compendium of topics explained in the Global Competitiveness Report 2013- 2014 (World Economic Forum) indicates that Ecuador moves from 86 to 72, thus achieving a better scale in the course of a year. The score obtained in technology and innovation was the lowest rating, which is detrimental because it is one of the main premises in Ecuador’s Higher Education. According to Good Country, based on evaluated data by the UN, indicates that:

Ecuador is among one of the best countries in America occupying the 39th place. Regarding Science and Technology in the country, it examines: (a) international students, (b) international publications, (c) Nobel Prizes, (d) patents, ranks N° 105 of 125 Countries, this point being the differeting breaking point (2014).

Within these components, the Ecuadorean Government in the course of 7 years until 2013, invested in education \$ 3,289.8 million (2015). An additional 6,698 scholarships were given in that same period so that knowledge-bearers that emigrated to other countries return to teach what was learned to the next university students and thus to be competitive in Latin America.

In addition to the transformation in education, the image that Ecuador projects in the tourist area can be added, due to its tourist wealth being an option for students considering Ecuador for an exchange.

It can be taken into consideration when asking the question ¿Why study in Ecuador?, the language spoken which is the second most-spoken worldwide. The Instituto Cervantes (2014) states that “Spanish is the second largest mother tongue in the world by number of speakers, in 2014 6.7% of the world population was Spanish-speaking (a total of almost 470 million people speaking native Spanish) “.

The convergent evolution of the reforms to the quality of ed-

ucation, tourism and language allow Ecuador to be a destination for foreign students. According to the Yearbook of Statistics of international entries and exits issued by the Ecuadorian Institute of Statistics and Censuses (2013):

The total number of foreigners during that period of time who entered the country for study reasons were 1,904 people. 282 people from the European continent were divided among the top three among the countries; Germany (71), Spain (68) and France (11).

However Ecuadorian education has decided to bet on a new modality of higher education which has been developing in private universities within the main cities of Ecuador, the modality of education is called dual training mode. Majors that are part of this new approach of the government are those of specialization with technical training and technologies.

In the 54th statement presented on the National Leveling and Admissions System (2015) page, it was indicated that enrollment in the level of higher technical and technological training in countries such as France, USA, UK, Korea or Switzerland, the figures reach as far as 23 and 29%. In China, the percentage is 47% and in Belgium 50%. In 2017, Ecuador aims to achieve a participation in the technical and technological superior level equal to 25%.

According to the SENESYT in its Interinstitutional Agreement No. MDT-SENESYT-2015-003, article 3 defines dual training as follows:

The learning process of the student when it occurs in real, virtual or simulated work environments, which is the organizing axis of the curriculum; its development also involves the management of practical learning with integrated professional and academic tutorials (2015).

Those who achieve this connection between studies with German methodology in Ecuador is the Ecuadorian-German Chamber of Commerce (AHK), which manages all the parameters that allow the development of careers by connecting them with training companies. The Duale Hochschule indicates that:

The dual character of this type of training lies in the linking of the classroom to develop theoretical knowledge and skills; And the company as a training place, with a specific curriculum, in specific areas during the course, students acquire the necessary professional skills to strengthen business development in their region (2015).

A Study conducted by the University of Buffalo in the United States to a group of students where they discussed the topic "Encourage participation in Enrichment Study of Experiences Abroad" in which they detailed that the value of an experience abroad helps Broaden their perspectives and cultural understanding (VanZile-Tamsen, Bissonnette, & Ng, 2010). Bronwyn Miller, a student at the University of Minnesota who made an exchange at the San Francisco University of Quito, stated that:

The imparted education was more difficult in Ecuador given the language, there were more tasks and the teachers motivated them to learn the language well. Studies as demanding as the University of Minnesota. (Miller, 2012)

Methodology

The research pursues a descriptive purpose and is within the constructivist qualitative paradigm, under an inductive logic based on the study of singular statements, which in this case are the discourses of foreign and national students considered as a unit of analysis. The time horizon for the analysis of the present study is transectional (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003; Cegarra Sánchez, 2012).

The research has a qualitative approach in which the tools used for the collection of information have been through in-depth interviews through semi-structured questionnaires (Hernandez et al., 2010).

These interviews were conducted through a protocol and interview guide. The participants of the study were guaranteed the confidentiality of the information, and the audio obtained from the interviews was transcribed and later analyzed, along with notes and reports of the researcher, the cross-sectional analysis of the cases was carried out. The sample was of 5 Germans who came from exchange for 3 months to the city of Guayaquil in Ecuador in the period 2013 - 2015, plus an in - depth interview was conducted with an Ecuadorian who is currently studying social work in Germany and an Ecuadorian who went to the same country. They were students of business majors with different minors which they were; international business, marketing, human talent.

The interview lasted approximately 45 minutes per student, face to face, the interviewees are within the range of 21 to 25 years of age. The sample was non-probabilistic, given that the European students accepted to participate in the study. In order to evaluate the cultural dimensions and differences with the education given in Germany, an interview was carried out with eight Ecuadorian students who went to an exchange in the European country, under the same methodology previously described.

It includes a qualitative decision tree of why to choose Ecuador as an arrival destination for an exchange. According to Coss Bu Raúl, he defines the decision tree as something "very similar to dynamic programming, it is a convenient method to represent and analyze a serious investment made over time" (2005).

The study will take into consideration the work developed by Geert Hofstede from 1980 to 1995 which analyze dimensions to study the impact that exists under this method on Germany and Ecuador. Said author defines culture as "the collective programming of the mind that distinguishes members

of one group or category of people from others” (Hofstede P. G., 2015).

The dimensions to be analyzed are four, however, the complete model has six dimensions. Hofstede (2001) described the dimensions as follows:

(A) Power Distance: The relation with authority is of small proportion ie people are ready to be invited or give their opinions, for their part in Countries where authority is high level power, orders are executed From above here is observed in the job market the lack of places to occupy positions at strategic levels. It is observed how society does not treat people equally are based on a hierarchical order.

(B) Individualism and collectivism: Individualism is defined as own preferences where people only seek self-protection or close associates is defined in terms of self. Collectivism seeks to have a framework of unity to society. It can be defined as the “we”.

(C) Masculinity and femininity: It allows measuring the sense of preference of the differences between masculinity and femininity by means of characteristics. Society with an attachment to masculinity are based on competition, reward system on their side women seek the affective side, modesty, care of life.

(D) Avoidance of uncertainty: It expresses the degree of tolerance that a society has regarding uncertainty and ambiguity, is how people feel about behaviors, beliefs, laws they have in a structured way or if they do not have, what their reaction is. (Culture’s Consequences International Differences in Work-Related Values, 2001).

Development of the Research

The purpose of the research is the analysis of the factors that determine the quality of Higher Education with dual mode from a perspective of European students who made an exchange at the Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Within the exploration the students see the aspirations of reaching a country towards the experience of adapting to it. A semi-structured questionnaire was carried out with open questions to students under exchange programs. Among the questions asked were:

(a) selecting Ecuador as a place of exchange, (b) education in Ecuador, (c) main aspects that draw the attention of the study in Ecuador, (d) among others.

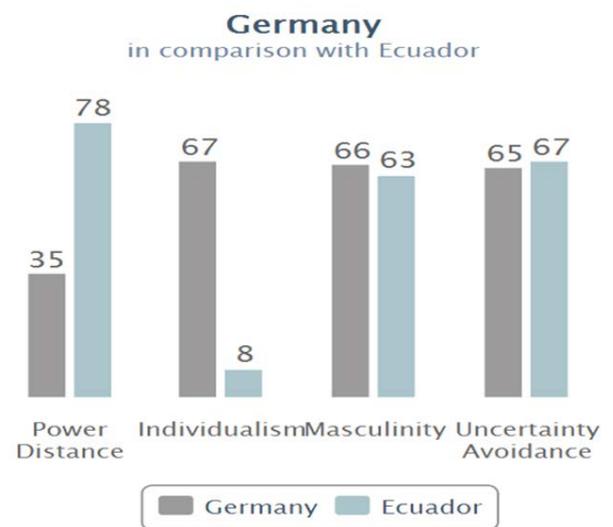
After completing the 16 questions, we conducted interviews with each of the students, of which 85% (5 people) were in agreement with the learning service provided by the University and 15% (1 person) was not satisfied with the service purchased. Of the 5 interviewees, only 2 of them gave permission to use the name for the research, the remaining 3 are kept anonymous.

The interviews were conducted personally with the European students, as well as the Ecuadorian who lives in Germany who was in the country for personal reasons.

A second in-depth interview was conducted to Ecuadorian students who were part of exchange programs with German universities in a period of 3 months. They were asked 10 questions in which it is sought to observe the contrast that is based on the information given by the German students. Table 1 shows the German students and Table 2 shows the Ecuadorian students interviewed.

Finally, through the study of values realized by Hofstede, the cultural dimensions between Germany and Ecuador are consecutively applied to higher education in Germany and the contrast with the education developed in the dual system of Guayaquil.

Figura 1: Cultural dimensions, comparison between Germany and Ecuador. Source: The Hofstede Center (2015)



Fuente: Encuesta

It is important to compare the education provided with a new model of education given that the changes are recognized in a timely manner.

Figure 2 shows the relationship between the cultures of the countries to study Ecuador and Germany with respect to the education provided. The influence of people’s behavior will depend on culture. In the dimension of individualism the difference is observed since the Ecuadorian student received training in the class on teamwork, and in contrast the German student is focused more on the personalized study. According to Morera he referred to the culture and teaching methods as:

Knowing the cultural reality and the educational experience of our students can help us to deeply understand what happens in our classrooms, avoiding ethnocentric judgments and acting accordingly with a more diversified teaching for a better integration and learning of students (2012).

Figure 2: Cultural dimensions applied to dual mode education

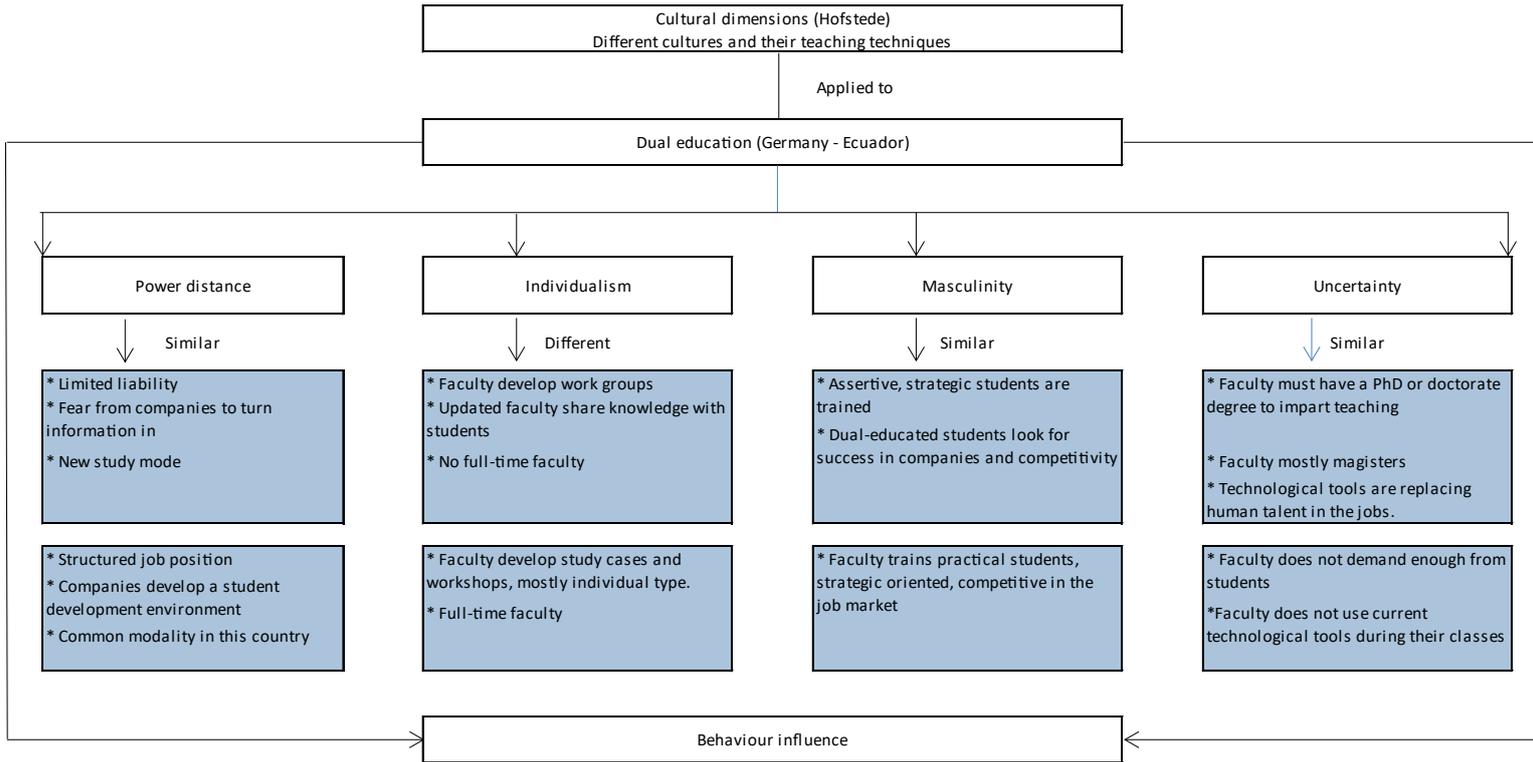


Figure 3: Decision tree of why studying in Ecuador.

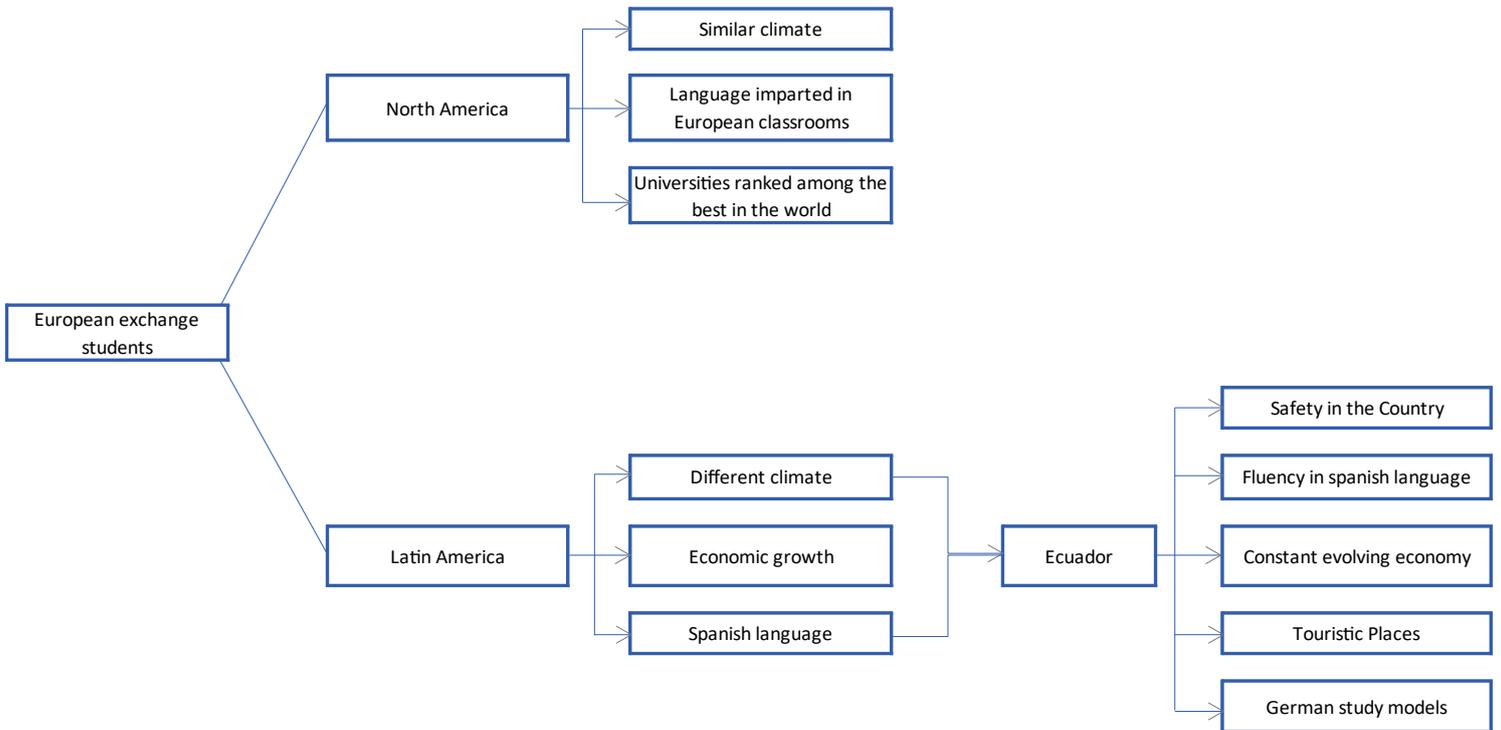


Table 1: Research of factors that determine the quality in Higher Education with dual modality by European students who attended exchange to Ecuador

Questions	European Students						
	Karsten Domalgasky	Katharina Eugin	Exchange Student 3	Exchange Student 4	Exchange Student 5	Exchange Student 6	Exchange Student 7
Why choose coming to Ecuador?	Safety	Agreements with institutions in Germany	Language practicing	Knowing the biodiversity in Ecuador	Practicing spanish	Ecuador has beautiful landscapes	Eagerness to know more about Ecuador
What other countries could you have chosen instead of Ecuador?	Colombia, Peru and Mexico						
How long does your major take to complete?	3 years, given they study in institutes						
What is the most representative aspect in german education?	Grading system flexibility	Time organization	Faculty organization	Educational material within the university platform for easy-to-download availability for students	Punctuality	Faculty organization	Free english courses
What is the aspect that impacted you the most about the Dual system in Ecuador?	Ecuadorian-focused studying practices	Ofimatic levels managed by students and faculty	Class interactivity	Companies reliability for sharing information to students for their professional development	Faculty dynamis	Updated faculty and focused on Ecuador	Semester information must be studied in half the time
How is studying in institutes in Germany?	Theoretical	Non-dinamic	Statistic calculations estimated with no tools	Ofimatic classes not included	Class punctuality	Free	Theoretical
What is your opinion regarding the teaching methods of the faculty of the Dual system in Ecuador?	Dynamic. Globally explained with focus in Ecuador						
Are you studying a dual-	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
What is the difference between your major and the ecuadorian dual system?	Intership time, given that they last 2 weeks	No business project required in Germany, only information needs to be delivered to University	Dual system is free	Motivation for students to learn different languages	Free	Schedules are respected	No use of ofimatic tools in an intermediate or higher level
What is your opinion on the dual-system education?	Very good	Heavy	Very good	Hard	Very good	Very good but disorganized	Disorganized
Within your major, do you use resources such as ofimatic or technological programs complementary to the subjects?	Microsoft office, although basic						
Why choose a dual-system major?	Theoretical, practical	Avoids forgetting what was learned in the class	Project based on real-companies cases are requested	Elicits students to achieve higher grades (higher than 8.5)	Good quality content	Theoretical, practical	Complementary technological tools are taught
According to you, how would you grade the information provided by the faculty of the ecuadorian dual-system?	Very good						
If re-applying, would you choose to come back to Ecuador?	Yes	No	Yes	Yes	Yes	No	Yes
What interests you the most about Ecuador?	Language	Touristic places	Language	Language	Language	Language	Touristic places
What don't you like about the ecuadorian dual-system?	People speak very fast which makes it difficult to understand	Class-schedules disorganization	Spanish classes incurr in additional fees	Very strict grading system	Very strict grading system	Not for free, if money is unavailable it can not be paid for	No platform for downloading material for classes

Table 2. Investigation of factors that determine the quality in Higher Education with the dual modality by Ecuadorian students who attended exchange to Germany

Questions	Ecuadorian Students							
	Student 1	Student 2	Student 3	Student 4	Student 5	Student 6	Student 7	Student 8
What is the representative aspect that positively impacts the education in Germany?	High importance towards companies that hold social responsibility on the formation of the students	Universities are often monitoring the academic performance	They are given a wide field of action in the companies, because they will be the workers of tomorrow	Student behaviour in companies is monitored	Education quality and Government concern for giving access to all population from Germany to educational centers in all levels is strong	Subjects are studied in one or two weeks, full time, from 8 to 5. After two weeks the midterms take place	Subject methodology is good because there is no cumulative of several subjects for the tests	Student is committed to quality education. It has the social responsibility of training competent professionals
What is the representative aspect that negatively impacts the education in Germany?	Academic content is not very demanding, as far as it concerns to administrative oriented majors	Economic inequality of the states outside Bavaria forces students to find a job at a very early age	Not elaborating small group projects and debating on a specific subject	Most calculations in class are done manually	Academic content lacking depth	The student does not demand himself for a high grade	Majors are of less duration	Academic content not very demanding
What is the representative aspect that positively impacts the dual system in Ecuador	It is a very uncommon formation in our country, and as such it gives advantage to its students over others, thanks to business practices	Change of focus of the business sector towards the idea of human resource as main "asset"	Support by new laws that promote gradual insertion of students	Thanks to business practices, which give knowledge to a dual student on how to develop in companies	The opportunity to apply knowledge on the field	People learn more by doing and applying the learnt knowledge in the class	The received quality of education with dual system in Ecuador is better than Germany's	It is an uncommon training in the country, but you acquire solid knowledge
What is the representative aspect that negatively impacts the dual system in Ecuador	Little importance by private companies, often regarding dual formation as mere extensive practices	Not acknowledging the valuable job of a business project by companies, without delegating relevant functions, and with no type of compensation whatsoever	Information access that the student has on the company is fundamental for the professional and academic development and growth	The behaviour from employees in the company who have not visualized the advantages of the dual student in the business sector	The paradigms of believing that younger people are not equal or more capable than people who have years of experience in companies	I do not know the level of importance of a business project	Business tutors are not adequately prepared to provide the students with new knowledge	Lack of information access despite the confidentiality agreement
Why choosing an exchange to Germany?	It is one of the world powers, with very strong industries and students who have grown in that business environment	By participating in an exchange program to that country, it gives you new and many insights, knowledge, and it amplifies your business vision	It helps to grow as a professional and as a human being	It expands your mindset to new cultures, thinking, custom, it enriches you as a person and you learn how to negotiate and establish an intercultural relationship with no issues	It is palpable how a work culture positively influences a country and greatly contributes growth and development	Experience is unique, it give great excitement and satisfaction	Sharing the class with students of different nationalities and life styles enriches personal and professional growth	You learn new knowledge and insights
What is your opinion on Dual-System Education?	Very good, it helps the student to get involved in the organizations and to acquire strategic thinking, not just operative	Faculty quality develop aptitudes like relating to all levels of the organization, which are key aptitudes for the INTEGRAL development of the upcoming professional	Acquiring experience is fundamental to grow professionally	It allows the student to be fully trained to compete in the job market	Highly competitive	The student criteria forges through the decision making process that takes place at work	Work experience acquired	Works on projects based on the major and the needs of the company
In your opinion, how would you grade the information provided by the faculty of the Ecuadorian dual-system?	An added value unlike different majors	Dual system allows professional growth for students	Faculty highly competitive in contrast to other business majors	Faculty members seek to share all their business knowledge	Innovator	Competitive	Faculty have a real interest in the growth of the students	Faculty provide tools they actually used in their jobs
In your opinion, how would you grade the information provided by faculty in Germany?	General academic content with no depth	Technological tools should be used in class	It contains research fundamentals on every given information	Dynamic classes through workshops and specialized labs	English language provides improvement of skills of every student	Different criteria given the country diversity from the faculty	Workshops give the opportunity to apply learnt knowledge	Not good because the student is not being prepared for his practical phase
Why choosing a dual-system major?	It enriches your criteria and perspective on education.	Good academic foundations, but they are truly potentialized in the companies	Applying knowledge foment solid knowledge	New things can be learnt in the job market and new abilities and aptitudes are developed	It is 100% useful and strategic for future professionals, given that it complements itself and applies the learnt knowledge.	Because nowadays it is fundamental to have work experience	We can learn to prepare business projects which enrich the student's knowledge	It allows us to deliver ideas to companies and to solve problems based on strategies
If re-applying, would you choose to go back to Germany? Explain	Yes, in order to apply new business perspectives	Yes, learning from industries so strong such as the German industry, in order to apply what was learned in Ecuador	Yes, for language practicing purposes	Yes, you obtain cultural enrichment	Yes, culture learning takes place and also situation management in a different university	Yes, new perspectives from the faculty is studied	Yes, you expand your contacts bulk	Yes, you strengthen your English skills

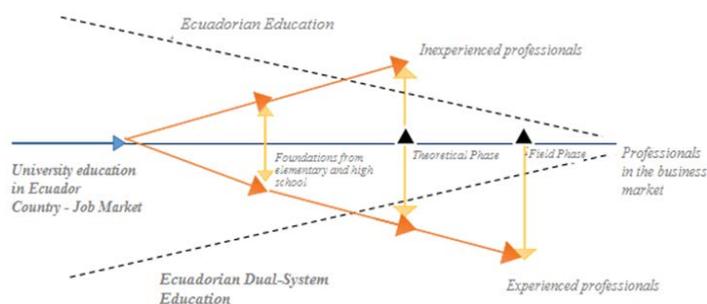
The German students pointed out that the reason to study in Ecuador mainly was the language, since it is a language that is not taught in the universities in their native Country, Ecuador is presented to them as a safe country compared to other countries in Latin America. In addition to this, Ecuador is presented as a key place for young people who are interested in nature, biodiversity by cultures and traditions.

As it is known, the dual system comes from Germany which has several agreements with different countries that offer this same type of education. Coming the Ecuador with the support of a university, and the same pace of studies, allows students to more easily adapt to the country. However, under these premises there are some countries in Latin America that have the same characteristics as Ecuador and are part of the network. Still, the panorama that is presented abroad of Ecuador on its advances, constant changes, creates in the German student an effect of studying the dynamism of the country.

Results

Figure 4 shows the characteristics associated with higher education that the dual mode features, which currently relates work experience with a competitive job market with minimization of errors in the job, which is why the companies always look to integrate in the team an aspirant with prior knowledge of experience within a job. The dual training allows students to equate the knowledge imparted by teachers in classrooms and its implementation in projects and work activities, giving them an advantage in the work area.

Figure 4: Emergent conceptual model of study modality in Ecuador.



The key secret of the connection to quality success in higher education is dual training. The dual-mode employer shapes the future talents of his organization by conducting short-term training, which does not systematically make decisions but rather seeks out the best options and problem solving decisions. In the future there will be machines developed for operative work. For this reason students should be trained with solid knowledge of the career they chose for their training. Companies see these students as a return on investment, since the benefits provided by these trained students will generate profits given that their educational background is not mechanized but complemented with a training company. Having experienced professionals will produce a quality

job market. At the European Center for Vocational Training, Stephan Winkelmann, President and CEO of Lamborghini (2015) commented:

The Dual Education System Italy DESI (2015) project is part of our corporate social responsibility strategy, which emphasizes vocational training. DESI develops professional competences of young people in social disadvantage through their integration in the organization and culture of a company. Training means gaining a competitive advantage - a benefit for individuals and businesses.

The companies that open their doors to the students allow the country to grow, since the student goes in his / her higher education process, refining his / her knowledge correctly, education is a key factor, and for this reason an impulse must be given in this direction and it opens up the insertion of Students in the job market, which lowers the unemployment rate. The responsibility of the training companies is to develop students' skills since the beginnings of their business practices through the rotation plan which allows the student to plan the learning they will receive during their tenure in the company.

Conclusions

According to the perception of European students, education in Europe is similar to the Ecuadorean. However, there are positive and negative aspects of education which must be improved to reach an optimal level of education in Ecuador. A priority is the language education of students from other countries because the language must be mastered in order to bring the students together in universities, thus avoiding the unpleasant change of studying methods and language. It is also observed how the cultural dimensions affected the higher education system in its teaching because countries from Latin America tend to have a more collectivist behavior while in countries like Germany the trend is individualism. The requirement of the dual system to which German students were included was positive because they learned technological tools such as office automation and statistical programs. However, there was no coupling in the rhythm that the major handles in terms of time to finish the curriculum, the required grades to pass to the next level, and to study schedules.

Ecuador is a country that is in an educational evolution and competitive with foreign universities since it prepares the student from the first day of class for working life, using technological tools such as office automation, statistical programs, business simulators that complement the theoretical bases of the Student and success int the global job market. Based on the interviews carried out with exchange students, the methodologies of studies given by teachers in the two countries can be observed. The training received and the educational experience they received along with the new culture they perceived resulted in the perception of the quality of education that the interviewees reflected.

Based on the cultural dimensions, we can see the similarity of 3 factors between the two countries, where the scores are very similar, concluding that higher education in Ecuador with dual mode is similar to the dual mode Germany. This results in trained students on foreign competitiveness. Understanding the cultural reality and focusing it on the educational field, it allowed the research to help improve the in-depth understanding of the differentiating factors between what is shown in the classrooms and giving room for searching an integral teaching in which both local or foreign students feel comfortable and satisfied with the education received.

References

- Admisión, S. N. (2015). sma. Obtenido de http://www.snaa.gob.ec/wp-content/themes/institucion/comunicamos_noticias54.php
- AHK. (2014). Comercio Ecuatoriano-Alemana. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/formacion/sistema-dual/que-es-la-formacion-dual/>
- AHK Ecuador. (2015). Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/formacion/duale-hochschule/>
- ALEMÁN, F. (2014). Perspectiva Económica, un enfoque gerencial. Guayaquil: Espae. Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/articulos/PerspectivaEconomi-ca2014UnEnfoqueGerencial.pdf>
- Bu, C. (2005). Analisis y evaluación de proyectos de inversión. (G. N. Editores, Ed.) Mexico: Editorial limusa. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=XfVvR-TwcbEC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- CEAACES. (2014). Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. Obtenido de <http://www.ceaaes.gob.ec/sitio/que-hacemos/>
- Cegarra Sánchez, J. (2012). Los Métodos de Investigación. En Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica (págs. 81-84). España: Díaz de Santos.
- CES. (2012). Consejo de Educación Superior. Obtenido de <http://www.ces.gob.ec/institucion/mision-vision-y-objetivos>
- David Fernández Vitores. (2014). El Español: Una lengua viva. España: Instituto Cervantes. Obtenido de <http://eldia.es/wp-content/uploads/2014/07/El-espa%C3%B1ol-lengua-viva-2014.pdf>
- Ecuador en cifras. (2013). Documentos. Recuperado el 13 de Abril de 2015, de Ecuador en cifras: http://200.110.88.41/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2013/Anuario_ESI_2013.pdf
- Ecuador, P. d. (13 de 12 de 2014). <http://www.presidencia.gob.ec>. Obtenido de <http://www.presidencia.gob.ec/la-unesco-reconoce-al-ecuador-por-sus-avances-en-educacion-video/>
- Frias-Navarro, D., & Marcos Pascual Soler. (2012). PRÁCTICAS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO (AFE) EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE CONDUCTA DEL CONSUMIDOR Y MARKETING. España: Universidad de Valencia. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/sumps/v19n1/v19n1a04>
- Good Country. (2014). Good Country Ecuador. Obtenido de <http://www.goodcountry.org/country/ECU>
- Guzmán, J. C. (2011). La calidad de la enseñanza en educación superior ¿Qué es una buena enseñanza en este nivel educativo? México. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-26982011000500012&script=sci_arttext
- Hernandez, S., & cols. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.
- Hofstede, G. (1984). The cultural relativity of the quality of life concept. *Academy of Management Review*, 389-398.
- Hofstede, G. (2001). Culture's Consequences International Differences in Work-Related Values. SAGE.
- Hofstede, G. (2015). Geert Hofstede. Obtenido de <http://geert-hofstede.com/national-culture.html>
- Hofstede, P. G. (2015). Geert Hofstede. Obtenido de <http://geert-hofstede.com/national-culture.html>
- INEVAL. (2014). Instituto Nacional de Evaluación Educativa. Obtenido de <http://www.evaluacion.gob.ec/la-institucion/>
- Lamborghini. (2015). Lamborghini. Obtenido de <http://www.lamborghini.com/en/company/careers/desi/>
- Miller, B. (2012). Scholarship Exchange in Ecuador. Minneapolis. Obtenido de <http://umabroad.umn.edu/assets/files/IRSEP%20final%20reports/ECUADOR%20bronwyn.pdf>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2013). ESTÁNDARES DE CALIDAD EDUCATIVA. Ecuador. Obtenido de http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/estandares_2012.pdf
- Miranda, V. (13 de 12 de 2014). La Unesco reconoce al Ecuador por sus avances en educación. Obtenido de http://www.elciudadano.gob.ec/page/187?option=com_remository&Itemid=90&func=select&id=87&orderby=6
- Morera Bañas, I. (2012). La cultura y sus maneras de enseñar y aprender. Instituto Cervantes de Bruselas. Obtenido de http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones Centros/PDF/bruselas_2012/12_morera.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, I. C. (2014). Primera entrega de resultados del tercer estudio regional comparativo y explicativo. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/pdf/Primera-Entrega-TERCE-Final.pdf>
- Pablo, D. J. (2014). Movilidad de estudiantes Mexicanos a Francia. Departamento de Investigaciones Educativas, CINVESTAV-IPN. Obtenido de http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v11/docs/area_04/0714.pdf
- Sara Wong, P. (2014). Competitividad Global: Resultados 2013-2014. Guayaquil: ESPAE.
- Sattler, J. M. (2009). Fundamentos cognitivos (Vol. 1). Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=08jHCQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Secretaría de educación superior, c. t. (2015). Acuerdo interinstitucional N° MDT- SENESYT-2015-003. Obtenido de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/Acuerdo-Interinstitucional-SENESYT-MDT.pdf>
- Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología. (12 de 2014). Educación superior del Ecuador. Obtenido de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/logros-2014-la-base-que-sostendra-el-proyecto-de-innovacion-social-en-2015/>
- Servicio de Rentas Internas. (2015). Servicio de Rentas Internas. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/de/337>
- The European Centre for the Development of Vocational Training. (26 de 06 de 2015). Cedefop. Obtenido de <http://www.cedefop.europa.eu/en/news-and-press/news/germany-successful-start-social-project-audi-subsidiaries-dual-education-italy>
- VanZile-Tamsen, C., Bissonnette, K., & Ng, S. (2010). Encouraging Participation in Enriching Study Abroad. Universidad de Buffalo, Institutional Analysis and Student Affairs. Obtenido de <http://www.buffalo.edu/content/dam/www/provost/files/APBE/Briefs/Student-Experiences/EncouragingParticipationInStudyAbroad.pdf>

ARTÍCULO

LA EXONERACIÓN EN MATERIA TRIBUTARIA, UN DERECHO DE FAVORABILIDAD AL EMPRENDIMIENTO

TAX EXEMPTION, A RIGHT OF FAVORABILITY TO THE ENTERPRISE

Recepción: 03/08/2017

Aceptación: 15/09/2017

Publicado: 29/09/2017

Resumen

Con el presente trabajo, abordo la temática de la exoneración en materia tributaria, partiendo desde la estabilidad jurídica, y el enfoque normativo que cobija a este beneficio fiscal. La exoneración desde el hecho mismo de la legalidad constituye un elemento de impulso a la industria y comercio en nuestro país, cuando de fomento a la misma se trata y con ello que el emprendedor vea que el sistema tributario también brinda estímulos a la inversión decidida; y así encaminar sus actividades conforme el sendero de la legalidad fiscal.

Palabras claves: derecho tributario, impuestos, beneficios tributarios, exoneración tributaria.

Abstract

With the present work, I approach the issue of exemption in tax matters, starting from legal stability, and the regulatory approach that shelters this fiscal benefit. The exoneration from the very fact of legality constitutes an element of impulse to the industry and commerce in our country, when of foment to the same one is treated and with that the entrepreneur sees that the tax system also stimulates to the determined investment; and thus to direct its activities along the path of fiscal legality.

Keywords: tax law, taxes, tax benefits, tax exemption.

Introducción

La exoneración constituye un beneficio de favorabilidad hacia el fomento de la industria; partiendo de la legalidad y de las diversas necesidades del emprendedor, este benefactor enfoque fiscal permite que sujeto pasivo deje de tributar o cancele parte de su obligación tributaria (que de origen le correspondía) por uno en esencia más bajo. Las exoneraciones oxigenan las arcas económicas de los emprendedores, sobre todo cuando los negocios no están consolidados, por su reciente puesta en marcha.

Materiales y Metodología

Para el desarrollo del presente artículo denominado “La exoneración en materia tributaria, un derecho de favorabilidad al emprendimiento”, como método utilizado en general, se partió del aquel denominado *lato sensu*, el cual parte de aquello observable empíricamente, análisis dogmático de la institución jurídica referida, vinculando a ello el análisis de los datos del derecho positivo vigente y sobre todo el aporte fundamental de la doctrina especializada, en estricta aplicación al área de emprendimiento.

Para el sustento del presente artículo se emplearon las fuentes primarias de Derecho, esto es, Ley, jurisprudencia y, en especial, doctrina especializada.



Econ. Alex Patricio Riascos
Chamba, Mgs.

Docente de la Carrera de Derecho de la
Universidad Nacional de Loja

Doctorado en Derecho (4to. año)
Universidad de Salamanca - España
Programa: Administración, Hacienda y
Justicia en el Estado Social de Derecho
Diploma Superior en Tributación -
Universidad Técnica Particular de Loja
Magister en Derecho Administrativo -
Universidad Técnica Particular de Loja
Abogado - Universidad Nacional de Loja
Economista Universidad Técnica Particular
de Loja

Doctor en Jurisprudencia - Universidad
Nacional de Loja
Licenciado en Ciencias Políticas Sociales y
Económicas - Universidad Nacional de Loja

E-mail: alexriascos22@hotmail.com

Desarrollo

A la exoneración en materia tributaria, la doctrina especializada aborda en todos los casos de injerencia de esta institución una nota en común, que “el patrimonio de las personas afectadas por el régimen de exención no se ve mermado por la aplicación del tributo. Ahora bien, en sentido jurídico estricto, la exención consiste en la eliminación del nacimiento de una obligación tributaria que, en caso de no existir la exención, llegaría a producirse como consecuencia de la realización de un determinado hecho” (Sainz de Bujanda, Lecciones de Derecho Financiero, 1991); es decir, aquellas condiciones favorables al emprendimiento previstas en normativa tributaria, las cuales deben ser, ineludiblemente, aplicadas y aceptadas por la Administración Tributaria en su rol determinativo como ente contralor tributario, en razón del cumplimiento de concretos requisitos por parte el sujeto pasivo de la relación jurídica tributaria.

La exención fiscal constituye “la situación jurídica en cuya virtud el hecho o acto resulta afectado por el tributo en forma abstracta, pero se dispensa de pagarlo por disposición especial” (Giuliani Fonrouge, 2011); mantiene además diversos tapices, los cuales podemos referirnos en función a su concepción, como aquellos temporales, condicionantes, y permanentes, totales o parciales; cuando me refiero a los primeros – los temporales –, estos se configuran cuando el beneficiario del mismo puede aplicar a estos dentro de una plazo delimitado en la norma, por ejemplo, durante la vigencia de la recordada “canasta transfronteriza”, que benefició a diversos comerciantes de la zona fronteriza de las provincias de Loja, El Oro, Carchi, Sucumbíos y otras en función al ingreso de mercadería de los países vecinos consignando únicamente el Impuesto al Valor Agregado, sin pagar aranceles y salvaguardas.

Las exoneraciones condicionantes, tiene su efecto claro en función a puntuales hechos fácticos que la norma así lo enmarca, es el caso de las exoneraciones fiscales por asuntos de reinversión de utilidades, lo cual es claro que para acceder a la dispensa legal se condiciona el hecho de contar con una actividad en la cual le remita ganancias, las cuales deben ser capitalizadas en el negocio.

Las permanentes, son aquellas previstas por puntuales hechos de orden público, económico y social, como es el caso de las exoneraciones a instituciones del sector público en lo relativo al pago de impuestos.

Las totales o parciales dependen mucho de la acción que se pretende beneficiar, por ejemplo, cuando se exonera el pago del impuesto a la matriculación vehicular, si la actividad es la de transportista, la exoneración será del 100% de este tributo; más, si la que desarrolla es para el emprendimiento, se puede exonerar el 80% de este impuesto, en razón de la utilización del vehículo en la comercialización de sus productos o

desarrollo de una actividad en la que se necesite el traslado de sus insumos o equipos en general.

La exoneración propende al desarrollo de las actividades productivas con menores impactos fiscales; las exoneraciones tributarias tienen su impulso propio por el Estado mismo, a través de sus políticas de generación de un ambiente favorable y atractivo para la inversión en general, sea esta interna o de fuentes externas. Considérese además que es deber del Estado el prever un ambiente empresarial favorable, así también, como política tributaria debe fomentar, por mandato constitucional constante en el Art. 300 de la Constitución de la República, “la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Por ello es que las exoneraciones fiscales, al estar previstas como parte de esta naturaleza fiscal inmune, mantienen un precepto elemental de aceptación, al tener como efecto una disminución sustancial o dispensa legal de la carga fiscal. Para referirme a ello, iniciaré con puntuales temas a considerarse.

Estabilidad jurídica y tributaria

Este principio no debe ser confundido sino relacionado con el de seguridad jurídica, por cuanto, el primero es inherente a una estática de las condiciones legales presentes al momento de inicio y en el tiempo de duración de un emprendimiento. La seguridad jurídica atañe el principio de la publicidad de las normas, que las mismas sean expuestas a la colectividad, quien no puede aducir su desconocimiento; sin embargo, el panorama empresarial varía cuando la legislación se torna inestable, aunque la misma se presuma de conocimiento general. En cierto modo, hay que considerar que el Derecho como tal “aporta certidumbre a la vida social, la ordena de un cierto modo, y, consiguientemente, engendra seguridad en los individuos que componen el cuerpo social, porque, a partir de ese orden que el Derecho establece, sabrán, efectivamente, a qué atenerse en el despliegue de las actividades que el ordenamiento jurídico encauza y regula” (Sainz de Bujanda, Hacienda y Derecho (fragmentos), 2015).

El inversionista siempre buscará condiciones económicas y legales necesarias para realizar su emprendimiento, sea este capital local o extranjero; sin embargo no siempre puede garantizarse este escenario favorable de inversión, en razón de los constantes cambios en la normativa por circunstancias de coyuntura y orden político y social.

Lo que se pretende, entonces, es que el marco normativo y sobre todo el tributario, al ser estable fomenta, en las relaciones empresariales e incluso laborales, certeza y seguridad como finalidad última; por certeza, se entiende que esta “adquiere, si cabe, una trascendencia mayor, debido,

de una parte, a la mayor complejidad que día a día presentan las relaciones económicas en el mundo moderno; y de otra, a la mayor participación, en extensión y profundidad, que dentro de las distintas economías nacionales asume el sector público, obligándole a una continua adaptación del sistema tributario a las nuevas circunstancias económicas, y ello muchas veces, no sólo por razones recaudatorias, sino también por exigencias derivadas en la propia estructura económica del país en cuestión.” (Pérez de Ayala & González, 1994); más, por seguridad, en relación con la necesidad de contar con un sistema jurídico lógico, cerrado y perfecto, es ineludible partir “de los principios de legalidad y seguridad jurídica, de la naturaleza ex lege de la relación tributaria y de su contenido legalmente determinado, es fácil concluir que todo el Derecho Tributario empieza y termina en la ley positiva, en sus definiciones, en sus abstracciones y en sus valoraciones”. (Pérez de Ayala & González, 1994).

Ante un sistema tributario variable, en función de las varias reformas tributarias que se han efectuado en nuestra legislación, es oportuno dirigir el análisis a la necesaria implementación de políticas económicas tributarias amparadas en un marco jurídico estable, no variable en un determinado tiempo, el cual debe guardar armonía relativa al de período de duración esperado del emprendimiento.

Esta premisa jurídica conlleva a una expectativa de estabilidad por parte del emprendedor, en donde lo menos que espera es que las reglas jurídicas que le son planteadas al inicio de su gestión sean respetadas al final del proyecto.

El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, en su artículo innumerado siguiente al 96 ordena que “Además de la estabilidad tributaria que se garantiza en este Código, se podrá otorgar estabilidad jurídica de la normativa sectorial específica que hubiese sido declarada como esencial en los correspondientes contratos de concesión u otros títulos habilitantes para la gestión de sectores estratégicos o la provisión de servicios públicos” (Asamblea Nacional del Ecuador, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, COPCI, 2010); en concordancia con el Art. 15 de la Ley Orgánica de incentivos para asociaciones público-privadas y la Inversión Extranjera, en el que se asegura al inversionista que: “La estabilidad jurídica que se garantiza en esta Ley se extiende a los aspectos regulatorios sectoriales y específicos que hayan sido declarados como esenciales en los correspondientes contratos de gestión delegada” (Asamblea Nacional del Ecuador, Ley Orgánica de incentivos para asociaciones público privadas, 2015).

Por tanto, la estabilidad jurídica tiene su sustento en Constituciones sólidas que contemplen al desarrollo y la inversión como política de Estado; con ella se garantiza que el empresario pueda sin temor alguno proyectarse; como lo ha manifestado Stefano Rodotà en su obra “El derecho a

tener derechos”, estamos en un mundo de inversión donde la relación entre el mercado global y el local se describe ahora como “glocalismo”, con visiones globales que los propios localistas se ven abrumados en su cumplimiento.

Potestad tributaria

La potestad tributaria no es otra que la atribución que tiene la Asamblea Nacional para crear, modificar o suprimir tributos, sin perjuicio de la facultad conferida a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, en el marco de sus competencias, así lo ordena el Art. 120.7 de la Constitución de la República, lo cual es trascendental, por cuanto, únicamente por el mandato legal se pueden configurar el tributo y con ello la inclusión de mecanismos de favorabilidad fiscal, como lo son las exoneraciones. Con ello dejo sentado que las estipulaciones contractuales no son condicionantes de la naturaleza de un tributo, conforme así se manifiesta en el Art. 20 del Código Tributario. A ello, concreto que constituye “la facultad que tiene el Estado de crear unilateralmente tributos, cuyo pago ser exigido a las personas sometidas a su competencia tributaria espacial” (Terán Suárez, 2014); así también, es necesario considerar que esta potestad “es indelegable e irrenunciable por ser una expresión de la soberanía” (Troya Jaramillo J., 2015).

La potestad tributaria, en definitiva es ilimitada, sin embargo, la aplicación de esta, debe estar inmersa en los parámetros detallados en los principios del derecho tributario en general, la realidad socio-económica de la población toda, y la razonabilidad y pertinencia de su existencia; y esto lo señalo no solo para la creación el tributo, también para las dispensas legales en general.

Y esto es en razón de que la potestad tributaria no solo debe ser apreciada por su contexto normativo, ya que esta, vinculada al análisis de la justicia tributaria en razón del fundamento y límite, “exige analizar el principio de igualdad, cuyo estudio puede descomponerse, a través de precisiones sucesivas, en los principios de generalidad, capacidad contributiva y progresividad. Y una vez completado este análisis, será preciso, para un más completo entendimiento de la justicia tributaria y de los criterios de ordenación de los tributos, enfrentar aquella y éstos con los llamados tributos de ordenamiento o tributos no fiscales”. (Sainz de Bujanda, Lecciones de Derecho Financiero, 1991).

Con ello se devela el deber de todos los ecuatorianos que somos parte o corresponsables del desarrollo íntegro y racional de la potestad tributario, en virtud del avance normativo que debe o habría tenido el Estado a través de su función legislativa; esto no significa que tengamos la característica de colegisladores, pero si está en nuestro alcance el elegir, sin apasionamientos o revanchismos, a nuestros legisladores. De pronto, esta sea una de las claves para la estabilidad jurídica

en la materia en referencia; esto, además, en virtud de la relación jurídica “que surge de la potestad impositiva del Estado y del correlativo deber constitucional de contribuir que atañe a todos los ciudadanos, se ha de sustentar en esos principios cuya función esencial es la de actuar como límites al ejercicio del poder y como garantes de los derechos de los contribuyentes, para procurar un régimen tributario que deje de ser un sistema de recaudación de ingresos suficientes para atender el gasto público, y se transforme en un ordenamiento de justicia distributiva que respete la libertad patrimonial y la igualdad material de los asociados” (Troya & Murillo, 2010); ya que es conocido que en razón de la aplicación de la legislación tributaria “también es posible que la ley positiva, incapaz de regularlo todo, deje aparentes dudas que deban solucionarse al amparo de la justicia como ser del derecho o, si se quiere, como criterio prevaleciente para su aplicación” (Plazas Vega, 2005).

El análisis para confrontar un beneficio tributario lo realiza el legislativo, por iniciativa del ejecutivo, en el cual, se debe sostener una suficiente exposición de motivos para que se de paso a la ley; estos motivos son diversos y coyunturales; como muestra, la Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana para la reconstrucción y reactivación de las zonas afectadas por el terremoto de 16 de abril de 2016, publicada en el Registro Oficial Suplemento 759 de 20 de mayo del mes y año referidos en la norma, en sus considerandos expone que en función a los principios de necesidad, temporalidad, territorialidad, entre otros, invocan la razonabilidad de la promulgación de esta norma; y que otro motivo más alarmante que un desastre natural en nuestra nación, y la ingente necesidad de reactivación de la zona en todas las áreas; por ello, se reguló incentivos productivos, conforme el Art. 9 del citado cuerpo normativo que dispone la exoneración en la zona afectada “del pago del Impuesto a la Renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles únicamente a la nueva inversión” (Asamblea Nacional del Ecuador, Ley Orgánica de Solidaridad y de corresponsabilidad ciudadana, 2016). Considerando, además, que el sector turístico podrá extender esta gracia fiscal en el doble de dicho tiempo por la naturaleza del sector afectado; esto, atado a lo detallado en el Art. 24 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, COPCI, se podrá solicitar la exoneración del anticipo a la Renta; con ello, el inversionista en dicha zona pondrá considerar un no pago de este tributo por cinco años, pero recordemos que esto no le exime de cumplir con sus deberes formales en general, ya que, con “los deberes formales se pretende hacer aplicable el sistema tributario, posibilitar la eficaz gestión del mismo. Tienen estos deberes un carácter instrumental respecto al deber de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos” (Lago Montero, 1998).

No pretendo englobar estos beneficios como una acción fiscal novísima, sin embargo permite el impulso a los

inversionistas. Lo medular de esta reflexión se da por la previsión de la razonabilidad de esta normativa.

El tributo nace de la ley, la exoneración deriva por razones de orden público

La Constitución de la República, ordena en su Art. 301 que “sólo por iniciativa de la Función Ejecutiva y mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir impuestos. Sólo por acto normativo de órgano competente se podrán establecer, modificar, exonerar y extinguir tasas y contribuciones. Las tasas y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008); la exoneración entonces comprende un génesis normativo dentro de la discusión de un tributo; ya que “el supuesto de exención libera precisamente del cumplimiento de esos deberes, y si libera o exime de ellos, es obvio que previamente han debido nacer” (González, 2004). Pues, claro está que “Al ser la ley la fuente de la exención, el mecanismo que arbitra para su devengo es el de la realización de un hecho previsto por ella para asociarle ese efecto exonerador, sin que pueda supeditarse por vía reglamentaria el devengo de la exención a requisitos no fijados por la ley” (Queralt, Lozano Serrano, Tejerizo López, & Casado Ollero, 2014); ratificando que el mecanismo idóneo de consideración de exención es, precisamente, la vigencia legal. Pero claro está que la normativa jamás podrá considerarse de perpetua duración, esto en función a la temporalidad al momento de expedirse las mismas, ya que “es innegable que toda ley puede ser derogada por otra ley, y también que el legislador carece de competencia para obligar al legislador de futuro a que mantenga la vigencia de sus leyes” (Valdés Costa, 2014).

No hay que confundir a la exoneración con la teoría de la no sujeción, ya que esta no tiene un origen propio, esto es, que de la realización de una puntual actividad, cuando esta no se enmarca en el ordenamiento tributario como un hecho generador. Con ello queda claro que si el tributo nace por un puntual hecho, el legislador lo recogió como una hipótesis concreta, susceptible de gravamen fiscal; por tanto, si una acción no se acopla a lo dispuesto en ley no es tributo, y si no se originó el hecho imponible no se generó el tributo; producto de eso no originó una exoneración tributaria sino un hecho no sujeto a gravamen.

Se pone de relieve que la exoneración se brinda oportuna para que la carga fiscal no sea tan opresiva a los intereses empresariales, ya que, bajo concepto alguno resulta consecuente el considerar admisible la pretensión de exoneración sobre algo que no está gravado; son concepciones diferentes, que tienen su óbice en el hecho generador del tributo.

Si bien el tributo debe ser considerado para toda la población,

la exoneración o los beneficios tributarios, en definitiva, vienen a constituirse como la barrera a esa generalidad, ya que algunas personas que configuran las hipótesis benefactoras fiscales no tributan o lo hacen en menor impacto. Y aquello es válido, por enmarcarse en un asunto estrictamente legal. A ello, es necesario considerar que estas exenciones y beneficios, “carácter excepcional y se fundan en razones económicas, sociales o políticas, pero nunca en razones de privilegios, y la facultad de otorgamiento no es omnímoda”. (Villegas, 2001).

El Art. 31 del Código Tributario pone de relieve que la exoneración tributaria es la “exclusión o la dispensa legal de la obligación tributaria, establecida por razones de orden público, económico o social” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Código Tributario, 2015). Estas consideraciones de orden, no guardan reproche alguno a los principios de generalidad, igualdad, o el de justicia tributaria, sin embargo, inadmisibles resultarían que sean consideradas intuitu personae.

Por ello, es que las exoneraciones constituyen un derecho en el ámbito tributario, ya que al estar contempladas en la norma, no se requiere más que cumplir con los elementos constitutivos para acceder a la misma, factores que se detallan en el mismo cuerpo normativo que respalda el tributo. Lo demás le corresponde al sujeto activo, al ente público acreedor del tributo quien materializa dicho reconocimiento –porque su concesión le es atribuible a la ley- a través de los mecanismos administrativos necesarios para dicha acción.

A ello, el efecto retroactivo de la exención constituye una acción que depende, en estricto, de las disposiciones normativas contempladas en la ley; ya que, de inicio, los efectos de la exoneración siempre se contemplarán hacia lo venidero, lo que implica observancia directa al principio de irretroactividad de la norma. Sin embargo, aquello no está vedado, si el texto legal “prevé disposiciones transitorias o especiales efectos retroactivos, habrá de estarse a lo que en ella se disponga” (Queralt, Lozano Serrano, Tejerizo López, & Casado Ollero, 2014).

Por recordar; no es atribuible una traslación de los beneficios de una exoneración a un tercero no contemplado en los supuestos de orden para acogerse a este beneficio, constituye entonces una prohibición, conforme reza el Art. 36 del Código Tributario, el “extender, en todo o en parte, el beneficio de exención en forma alguna a los sujetos no exentos” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Código Tributario, 2015); abona a esta directriz legal el pronunciamiento de Troya, al manifestar que “respecto a exoneraciones, los beneficiarios de las mismas no pueden asumir obligaciones de terceros ni hacer extensivas a ellos las exoneraciones” (Troya Jaramillo J. V., 2014).

Exoneraciones como factor de impulso al emprendedor

La RAE define el emprender como aquella acción de “acometer o comenzar una obra, un negocio, en empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (Real Academia Española, 2017); dicha definición no está alejada de la realidad que día a día afrontan los ciudadanos que se insertan en el mundo del emprendimiento; no se debe asegurar que todos los empresarios deben, de inicio, asumir que un negocio no tiene rentabilidad, pues no se evidencia la existencia de negocios improvisados; sería tanto como pretender que la formación de profesionales en los centros de educación superior sea un mero pasatiempo, inaudito en verdad. La veracidad de los actos jurídicos constituye un accionar idóneo de interacción, la cual está abordada por la voluntad de las partes, prestancia esta que conlleva a dinamizar el mercado; a ello, es oportuno referirse al hecho que “el mundo del emprendimiento, como el mundo social y las relaciones interpersonales, implica poner en juego una serie de habilidades y debilidades que se han de gestionar de manera eficaz para que no se aviste el abismo del fracaso” (Valls, y otros, 2012).

Para la vigencia y aplicabilidad de los beneficios fiscales, los gremios de los comerciantes del país se encuentran en permanente vigilancia de las reformas que se efectúen en la legislación tributaria, y tiene su lógica, en función a la racionalidad y razonabilidad de la misma, esto es, que las modificaciones normativas no resulte un atentado a las relaciones comerciales que se encuentren desarrollando. Claro está que este factor nos avisara un concreto desprendimiento tributario por parte del Estado, al no tener captación de tributos en estos sectores observados como beneficiarios tributarios, en razón de aseverar que “el sacrificio fiscal también puede verse como una “inversión” o una apuesta que realiza el Estado dado que se puede esperar que los nuevos emprendimientos generen en el futuro una mayor tributación, además de aumentar el nivel de actividad y las exportaciones, generar trabajo, contribuir a descentralizar el crecimiento económico, etc. La relación costo-beneficio del régimen de promoción es probable que sea positiva, pero debería aportarse información estadística y hacerse una evaluación en ese sentido” (Presno, 2013).

Para todo emprendimiento es necesario una atención especial del marco jurídico tributario, no solamente en el hecho de tener clara la normativa aplicable a cada caso concreto, lo cual, por seguridad jurídica, se puede escudar en el hecho que la norma es clara, pública y con presunción de conocimiento de la población toda; sin embargo, aquello no es del todo admisible, puesto que los posibles obstáculos legales a los que se enfrenta el emprendedor no solo está en la relación jurídica que mantendrá con el Estado en función a los tributos, sino también con las consideraciones de orden laboral, seguridad social, riesgo laboral, la idiosincrasia en general; asunto que deberá sortearlos por el progreso de su proyecto; sin embargo, aquello no es gratuito, y por ende deberá prever estas especulaciones adversas con un

asesoramiento probo y oportuno. La seguridad Jurídica en el ámbito tributario es referida como “la pretensión de todo contribuyente o responsable de saber a qué atenerse en su relación con el Fisco” (Soler, 2011). Esto conlleva una puntual atención a la racionalidad empresarial al momento de la toma de decisiones, pues todo emprendedor debe poseer “un conocimiento preciso de los diferentes cursos de acción para el cumplimiento de una meta en el marco de las circunstancias y limitaciones existentes. Asimismo, deben contar con información y con la capacidad de analizar y evaluar alternativas desde la perspectiva de la meta propuesta. Finalmente, deben tener el decidido interés de identificar la mejor solución mediante la selección de la alternativa más eficaz para el cumplimiento de la meta” (koontz & Weihrich, 2007).

Ahora bien, más que referirme a las principales exoneraciones tributarias que se pueden considerar al momento de buscar incentivos tributarios, considero enunciar algunas que están contempladas en la legislación ecuatoriana, entre las cuales están:

- Conforme el art. 9 de la LORTI, “Exoneración de pago del impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.- entre las cuales se pueden considerar a las sociedades nuevas así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión, dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado: a. Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados; b. Cadena forestal y agroforestal y sus productos elaborados; c. Metalmecánica; d. Petroquímica; e. Farmacéutica; f. Turismo; g. Energías renovables incluida la bioenergía o energía a partir de biomasa; h. Servicios Logísticos de comercio exterior; i. Biotecnología y Software aplicados; y, j. Los sectores de sustitución estratégica de importaciones y fomento de exportaciones, determinados por el Presidente de la República” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI, 2004).

- Contempla el Art. 9.2 de la LORTI la “Exoneración del pago del impuesto a la renta en industrias consideradas como básicas.- En el caso de inversiones nuevas y productivas en los sectores económicos determinados como industrias básicas de conformidad con la Ley, la exoneración del pago del impuesto a la renta se extenderá a diez (10) años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión. Este plazo se ampliará por dos (2) años más en el caso de que dichas inversiones se realicen en cantones fronterizos del país” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI, 2004).

- Literal h), numeral 1) del Art. 24 del COPCI, “Exoneración

del pago del anticipo del impuesto a la renta por 5 años para las empresas nuevas que se constituyan en el país, esta relación se la da en función al desarrollo de inversión” (Asamblea Nacional del Ecuador, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, COPCI, 2010).

- Art. 9.3 LORTI, “Exoneración del impuesto a la renta en el desarrollo de proyectos públicos en asociación público-privada.- Las sociedades que se creen o estructuren en el Ecuador para el desarrollo de proyectos públicos en asociación público-privada (“APP”), gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante el plazo de diez años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales establecidos dentro del objeto de la APP” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI, 2004).

- Art. 9.4 LORTI, “Exoneración del impuesto a la renta, por un plazo máximo de cinco años, de los ingresos obtenidos por los sujetos pasivos que realicen actividades exclusivas de cualquier tecnología digital libre que incluya valor agregado ecuatoriano, siempre y cuando el sujeto pasivo haya inscrito la respectiva licencia conforme lo establecido en el Código Tributario” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI, 2004).

- Art. 37 LORTI, “Reducción de 10 puntos porcentuales de la tarifa del impuesto a la renta cuando se trate de reinversiones en activos productivos, maquinarias o equipos nuevos” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI, 2004).

- Literal g), numeral 1, del Art. 24 del COPCI, “Exoneración del pago del impuesto a la salida de divisas para los pagos al exterior por créditos externos, con plazos mayores a un año y una tasa que no supere la autorizada por el Banco Central del Ecuador” (Asamblea Nacional del Ecuador, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, COPCI, 2010).

- Art. 10.7 de la LORTI, “Reducción del 100% adicional para el cálculo del impuesto a la renta, de la depreciación de maquinaria que se utilice para producción más limpia y para implementación de sistemas de energías renovables o mitigación del impacto ambiental” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI, 2004).

- Art. 10.9 de la LORTI, “Deducción del 100% adicional para el cálculo del Impuesto a la renta, los gasto en sueldos y salarios por generación de nuevo empleo” (Congreso Nacional de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI, 2004).

En fin, todas las exoneraciones previstas en el ordenamiento jurídico ecuatoriano, guardan relación directa con el fomento al emprendimiento, como razón misma del impulso productivo-

industrial esperado; con las exoneraciones desde su premisa inicial, es el Estado quien deja de percibir puntuales ingresos fiscales con la vigencia de estos beneficios tributarios, desiste de percibir puntuales rentas; pero la finalidad es simple, que la persona que cumple las condiciones para exonerar sus impuestos, sea la promotora de industria, de empleo, de estabilidad hacia sus beneficiarios directos como lo son sus dependientes y los indirectos, los cuales son los familiares de estos; dinamizar la economía; en fin, todos y cada uno de los compromisos que debe asumir el emprendedor, que son diversos, muchos en verdad. Pero, ánimo!!!, hago votos para que el espíritu del emprendedor jamás se marchite, que no llegue su ocaso.

Conclusiones

- La estabilidad normativa, como eje central de una correcta planificación tributaria empresarial, se torna en un insumo esencial para el fomento de la industria.
- La exoneración tributaria debe ser enfocada hacia el impulso a la producción, industria y comercio; su vigencia y enfoque fiscal debe ser acorde a las necesidades de los distintos gremios de producción.

Listado de Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi: Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008.*
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, COPCI. Quito: Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic.-2010.*
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2015). Ley Orgánica de incentivos para asociaciones público privadas. Quito: Registro Oficial Suplemento 652 de 18-dic.-2015.*
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2016). Ley Orgánica de Solidaridad y de corresponsabilidad ciudadana. Quito: Registro Oficial Suplemento 759 de 20-may.-2016.*
- Congreso Nacional de la República del Ecuador. (2004). Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI. Quito: Registro Oficial Suplemento 463 de 17-nov.-2004.*
- Congreso Nacional de la República del Ecuador. (2015). Código Tributario. Quito: Registro Oficial Suplemento 38 de 14-jun.-2005.*
- Giuliani Fonrouge, C. (2011). Derecho Financiero. Buenos Aires: La Ley.*
- González, E. (2004). Derecho Tributario I. Salamanca: Plaza Universitaria Ediciones.*
- koontz, H., & Wehrich, H. (2007). Administración una perspectiva global. México: McGraw-Hill.*
- Lago Montero, J. (1998). La sujeción a los diversos deberes y obligaciones tributarias. Barcelona: Ediciones Jurídicas y Sociales S.A.*
- Pérez de Ayala, J. L., & González, E. (1994). Derecho Tributario I. Salamanca: Plaza Universitaria Ediciones.*
- Plazas Vega, M. (2005). Derecho de la Hacienda Pública y Derecho Tributario. Bogotá: Temis S.A.*
- Presno, J. (2013). Incentivos fiscales a los proyectos de inversión. VI Jornadas Tributarias de la DGI - 2013 (pág. 63). Montevideo: Universidad de la República.*
- Queral, J. M., Lozano Serrano, C., Tejerizo López, J., & Casado Ollero, G. (2014). Curso de Derecho Financiero y Tributario. Madrid: Tecnos.*
- Real Academia Española. (07 de noviembre de 2017). Real Academia Española. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=Esp2Nv>*
- Sainz de Bujanda, F. (1991). Lecciones de Derecho Financiero. Madrid: Artes Gráficas Bernal S.A.*
- Sainz de Bujanda, F. (2015). Hacienda y Derecho (fragmentos). Madrid: Centro de*

Estudios Políticos y Constitucionales.

Soler, O. (2011). Tratado de Derecho Tributario. Buenos Aires: La Ley.

Terán Suárez, J. L. (2014). Principios Constitucionales y Jurídicos de la Tributación. Quito: Cevallos editora jurídica.

Troya Jaramillo, J. (2015). Lecciones de Derecho Tributario: con las últimas reformas. Quito: Ediciones Fausto Reinoso.

Troya Jaramillo, J. V. (2014). Manual de Derecho Tributario. Quito: CEP.

Troya, J., & Murillo, F. (2010). Jornadas por los 50 años del Sistema Especializado de Justicia Tributaria en el Ecuador. Quito: V&M Gráficas.

Valdés Costa, R. (2014). Curso de Derecho Tributario. Buenos Aires: S.R.L.

Valls, J., Cruz, C., Torruella, A., Juanes, E., Canessa, M., & Hormiga, E. (2012). Causas del fracaso de los emprendedores. La Coruña: Netbiblo.

Villegas, H. (2001). Curso de finanzas, derecho financiero y tributario. Buenos Aires: Depalma.



FACULTAD DE
ESPECIALIDADES EMPRESARIALES



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



Certificado No. CQR 1720

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES 1ER. PISO
Pbx: 2209207 - 2200804 EXT. 5039 - 5014 - 5021 - 5009 - 5025 - 5029
AV. CARLOS JULIO AROSEMENA KM 1 1/2

www.ucsg.edu.ec