



Revista de Ciencias Sociales y Económicas

Vol. 9 No.1

ISSN 2588 - 0586
e-ISSN: 2588 - 0594



Tabla de Contenido

El microcrédito y la microempresa como agentes de dinamismo en la economía ecuatoriana y su contribución al PIB <i>(Micro-credit and micro-enterprise as agents of dynamism in the ecuadorian economy and its contribution to PIB)</i>	1
Compromiso del cliente en las plataformas comerciales digitales: Un análisis de factores clave <i>(Customer Engagement in Digital Commerce Platforms: A Key Factor Analysis)</i>	24
Interacción digital y aspectos de la personalidad en estudiantes de una institución educativa <i>(Digital interaction and aspects of personality in students of an educational institution)</i>	37
Convergencia tecnológica en educación: aprendizaje significativo, redes neuronales y metaverso <i>(Technological convergence in education: meaningful learning, neural networks, and metaverse)</i>	48
Relación de la Inversión Extranjera Directa con la Rentabilidad de Empresas del Sector Agropecuario Ecuatoriano por tamaño, período 2010-2022 <i>(Foreign Direct Investment and its Relationship with Profitability of Ecuadorian Agricultural Sector firms according to their size, period 2010-2022)</i>	59
Disfunción paterna y la afectividad en los niños de un centro público de cuidado infantil <i>(Paternal dysfunction and affectivity in children in a public child care center)</i>	74
Desigualdad y presión fiscal en Sudamérica entre 2000-2020 <i>(Inequality and fiscal pressure in South America between 2000-2020)</i>	84
Análisis de los beneficios y riesgos del uso de las criptomonedas en Guayaquil <i>(Analysis of the benefits and risks of using cryptocurrencies in Guayaquil)</i>	99
Sector agropecuario y su aporte en el crecimiento económico de la provincia de Manabí – Ecuador <i>(Agricultural sector and its contribution to the economic growth of the province of Manabí - Ecuador)</i>	115
Revisión bibliográfica actualizada sobre E-commerce y Marketing Digital (Ecuador, 2023) <i>(Updated bibliographic review on E-commerce and Digital Marketing (Ecuador, 2023))</i>	129

El microcrédito y la microempresa como agentes de dinamismo en la economía ecuatoriana y su contribución al PIB

(Micro-credit and micro-enterprise as agents of dynamism in the ecuadorian economy and its contribution to PIB)

Elida del Cisne Alvarado Jaramillo
<https://orcid.org/0000-0002-9473-2899>
Universidad Nacional de Loja, Ecuador. elida.alvarado@unl.edu.ec

Andrea Maritza Rodríguez Cueva
<https://orcid.org/0000-0003-3583-4913>
Universidad Nacional de Loja, Ecuador. andrea.m.rodriguez@unl.edu.ec

María Augusta Jaramillo Cevallos
<https://orcid.org/0000-0003-2537-188X>
Universidad Nacional de Loja, Ecuador. maria.jaramillo.c@unl.edu.ec

Pablo Fabián Ortiz Muñoz
<https://orcid.org/0009-0001-2595-2345>
Acuacultores Consultores, Ecuador. acuapablo1@hotmail.com

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo establecer el nivel de aporte de la microempresa y el microcrédito a la dinámica de la economía ecuatoriana y su contribución al PIB. Su fundamentación metodológica es de tipo descriptiva – analítica y correlacional; para el contraste de variables se empleó como modelo estadístico la regresión lineal y para comprobar si existe correlación entre las mismas, el estadístico de Pearson; los datos se obtuvieron de fuentes oficiales, como: Banco Central del Ecuador, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Asociación de Bancos del Ecuador, artículos científicos, etc.; el método empleado fue el deductivo, la investigación es no experimental y de corte transversal. Entre los resultados obtenidos se puede establecer que la relación con el PIB frente de las variables evolución de la microempresa, empleo generado por la microempresas y volúmenes de ventas totales de las mismas, muestran que para la primera relación el Coeficiente de Correlación (CC) es positivo 0,88; por lo tanto, la relación es directa y la asociatividad es fuerte entre variables. En la segunda relación el CC es positivo entre variables 0,46, directo y tiene un nivel de asociatividad débil; y, para la tercera relación el CC es positivo 0,62, directo y la asociatividad es moderada, concluyendo que el microcrédito y la microempresa contribuyen a la dinámica de la economía ecuatoriana, generando empleo, emprendimiento, permitiendo el tejido empresarial y la diversificación de la producción.

Palabras clave: correlación, desarrollo económico, empleo generado, índice de correlación, volúmenes de ventas.

Abstract

This research aims to establish the level of contribution of microenterprise and microcredit to the dynamics of the Ecuadorian economy and its contribution to GDP. Its methodological foundation is descriptive – analytical and correlational; For the contrast of variables, linear regression was used as a statistical model and to check if there is a correlation between them, the Pearson statistic; The data were obtained from official sources, such as: Central Bank of Ecuador, Superintendency of Companies, Securities and Insurance, National Institute of Statistics and Censuses, Association of Banks of Ecuador, scientific articles, etc.; The method used was deductive, the research is non-experimental and cross-sectional. Among the results obtained, it can be established that the relationship with the GDP against the variables evolution of the microenterprise, employment generated by the microenterprises and total sales volumes of the same, show that for the first relationship the Correlation Coefficient (CC) is positive 0.88; Therefore, the relationship is direct and the associativity is strong between variables. In the second relationship, the CC is positive between variables 0.46, direct and has a weak level of associativity; and, for the third relationship, the CC is positive 0.62, direct and the associativity is moderate, concluding that microcredit and microenterprise contribute to the dynamics of the Ecuadorian economy, generating employment, entrepreneurship, allowing the business fabric and the diversification of the production.

Keywords: correlation, economic development, employment generated, correlation index, sales volumes.

Recibido: 23/02/2023 | Aceptado: 19/07/2024
<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.608> | Páginas: 1-23

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Alvarado Jaramillo, E., Rodríguez Cueva, A., Jaramillo Cevallos, M. y Ortiz Muñoz, P. (2025). El microcrédito y la microempresa como agentes de dinamismo en la economía ecuatoriana y su contribución al PIB. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 1-23. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.608>

Introducción

Si partimos del hecho que en el Ecuador el crédito se ha convertido en uno de los instrumentos de mayor empuje y crecimiento en la economía nacional, no solo porque permite al sector empresarial y a las personas realizar pagos, compras, inversiones y potenciar sus actividades comerciales y emprendimientos, sino que, también sirve como una herramienta para el anclaje de nuevas oportunidades de negocios, la iniciativa y como impulsor del sector empresarial, comercial e industrial.

Se podría establecer que sin la influencia del microcrédito se verían afectadas la economía, su dinámica, y cada uno de los factores que influyen el crecimiento del país. Al ser un instrumento dinamizador influye directamente en el desarrollo económico y social del Estado, y el incremento del nivel de vida de su población; es así, que cada tipo de crédito tiene una función y un objetivo específico en la dinámica social, y en particular sobre quien lo recibe.

Por un lado, el crédito de consumo tiene influencia directa en los hogares, ya que garantiza el acceso a bienes y servicios que les crean bienestar; el crédito de vivienda logra el acceso a la misma; entre tanto, el microcrédito busca llegar a la población de más escasos recursos y de mayor vulnerabilidad, con el objetivo de insertarlos a la actividad productiva y con ello mejorar su condición de vida (Vellareal y Sebastián, 2022).

Así mismo, Villareal y Sebastián (2022) establecen que, en los últimos años “el microcrédito ha pasado de ser un instrumento direccionado a los estratos más bajos de la población, a convertirse en una herramienta financiera con mucha más amplitud, mayores benéficos, cobertura más amplia e influencia en un sinnúmero de sectores económicos en el país”.

En el caso del sector empresarial y en particular la microempresa juegan un rol determinante en la economía ecuatoriana, representando al 2019 el 90,9 % del tejido empresarial, del total de las 882.766 empresas, 802.353 son consideradas microempresas, generan el 25 % del empleo a nivel nacional,

con un aproximado de 757.275 plazas de empleo y un promedio de ventas anuales de 1.534 millones de dólares americanos (Observatorio de la PyME, 2021); sin duda, estos antecedentes las convierten en el motor de la dinámica económica del país.

Al 2022, junto a la mediana y pequeña empresa, representaron el 95,74 % del total empresarial, frente al 4,26 % de la gran empresa; de los USD 144'009'615.380,99 en ventas totales, el sector cubrió USD 26'168'710.703,95, es decir, el 18,16 % del volumen total de ventas, y generó un total de 769.506 plazas de trabajo, sin contar los empleos informales (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024).

En la actualidad este sector de la economía enfrenta serios problemas, derivados de la necesidad de interactuar en un entorno cada vez más competitivo, la apertura de nuevos mercados y factores externos ajenos a la voluntad de las mismas (pandemia y la guerra entre Rusia y Ucrania) exigiendo para estas un cambio profundo, en lo administrativo, financiero, logístico y tecnológico, para el que no están preparadas, es así, que, el sector demanda de un financiamiento serio y eficaz, con el cual pueda elevar su nivel productivo y de productividad, a través de incorporar e implementar tecnología, logrando con ello ser más eficientes y competitivas en mercados cada vez más exigentes, es aquí, donde el microcrédito juega su rol, como un instrumento multiplicador en el aparato productivo nacional (Vellareal y Sebastián, 2022).

Antecedentes

Aunque el microcrédito se ha popularizado y direccionado a la población más vulnerable y en situación de pobreza, el mismo ha cobrado un protagonismo de mayor trascendencia en la actualidad, influyendo el mismo de forma directa en el crecimiento del sector empresarial, denotando con ello su trascendencia en la reactivación económica, muchos estudios así lo demuestran.

En la investigación denominada “*El microcrédito de la banca especializada como factor dinamizador de la economía en la provincia de Tungurahua*” realizado por Barrezueta (2019), entre sus conclusiones, la autora establece que el crédito en la provincia de Tungurahua se direcciona para financiar a clientes que mantienen negocios propios, es así que, a través del microcrédito un 67 % de los clientes en el 2018 emprendieron un nuevo negocio, mientras que el 37 % restante lo destinó para ampliar negocios ya existentes. Así mismo, se muestra que los sectores de mayor benéfico con el microcrédito fueron el agropecuario, artesanal, carrocero, cuero y calzado, denotando el nivel de incidencia que tiene en la dinámica económica de la provincia.

Uyaguay *et al.* (2021) afirman en su investigación sobre “*El microcrédito y su impacto en desarrollo local*” que los miembros del área urbana creen que el microcrédito les permitió mejorar sus condiciones de vida personales, familiares, microempresariales y comunitarias, mientras que la mayoría de la gente en el área rural perciben que su impacto se direcciona a nivel microempresarial, es decir, el microcrédito es trascendental en el desarrollo socioeconómico del país.

Carbaja y Espinoza (2020) afirman que los microcréditos “son sistemas de financiamiento que brindan las entidades bancarias para incentivar a la población y mejorar la calidad de vida de las personas que pretenden realizar emprendimientos” (p. 51).

Lara *et al.* (2022) en su estudio establecen que el microcrédito es considerado como uno de los instrumentos más eficientes para el financiamiento de las ocupaciones productivas o la iniciación de una totalmente nueva actividad empresarial. Es decir, el microcrédito, como instrumento estimula el emprendimiento en cualquier sector donde se lo considere de utilidad y sin duda su mayor influencia la ejerce en la microempresa y en el sector comercial.

Ron y Sacoto (2017) demuestran a través de su estudio que las microempresas y el empleo creado por estas, aportaron un 66,8 % de incremento en el promedio de empleo

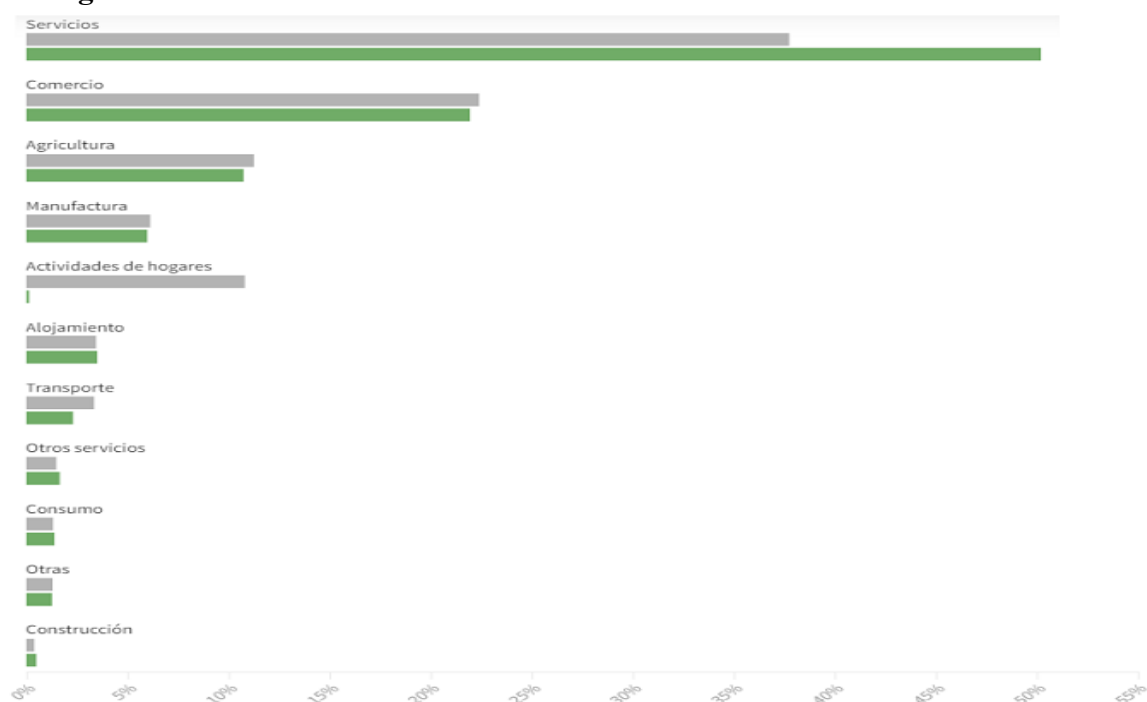
total en el país, es decir, crean 7 de cada 10 empleos sobre el PIB total, sin tomar en cuenta el peso de diversidad o formas de trabajo que desarrollan en el país.

En la apreciación que hacen Vela y Santillán (2022), el 85 % del financiamiento de microcrédito, se distribuye de la siguiente forma: el 29 % en actividades del hogar, 26 % actividades de servicios administrativos, 20 % en el comercio y 10 % en el sector agrícola; destacando que el comercio y las actividades agrícolas son las de mayor crecimiento, con un 54 % y 52 % respectivamente al 2021. La mayor parte del microcrédito; es decir, el 52 % se entregan a mujeres emprendedoras, contribuyendo con ello a insertar en la economía a este grupo social de forma directa.

Entre los sectores menos favorecidos con los beneficios que aporta el microcrédito en la economía ecuatoriana, están el alojamiento con un 3,48 % (2021), 3,54 % (2022); transporte 3,38 % (2021), 2,34 % (2022); otros servicios 1,51 % (2021), 1,68 % (2022); consumo 1,35 % (2021), 1,42 % (2022); otros 1,33 % (2021), 1,30 % (2022) y la construcción con 0,42 % (2021) y 0,52 % el (2022), estableciendo que entre los dos años no ha existido una variación significativa entre los aportes del microcrédito a estos sectores (Figura 1), (Tapia, 2022).

Se debe mencionar que las empresas a través del crédito incrementan su producción, invierten, direccionan iniciativas, amplían mercados, crean trabajo, etc. Todos los créditos que se direccionan al sector empresarial impulsan la cadena productiva y la economía en su conjunto, logrando con ello un efecto multiplicador.

A nivel mundial los pequeños y medianos emprendimientos desarrollan más del 50 % del trabajo formal, por lo cual, su protagonismo es sumamente significativo en el desarrollo socioeconómico. Estimaciones del Banco Mundial determinan que en el Ecuador existen alrededor de 900.000 empresas, de estas el 90 % son microempresas, 7 % pequeñas empresas y 2 % medianas empresas, es decir, que un 99 % de las compañías son micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales según la investigación cubren el 60 % del empleo total (Vela y Santillán, 2022).

Figura 1. Contribución del microcrédito a los sectores económicos 2021 – 2022

Nota. Tomado de: (Primicias, 2022)

Es decir, el sistema financiero a través del microcrédito juega un rol protagónico en los negocios y la sociedad en general, al fomentar la dinámica de la economía, y al enfocarse en los sectores productivos y en los individuos de mayor vulnerabilidad de la sociedad; consolidando, con ello, el camino al desarrollo social y económico, al empleo y a la competitividad.

Por tal motivo, no puede existir una reactivación económica, sin la presencia del microcrédito. En Ecuador, las provincias con el mayor porcentaje de acceso al microcrédito son Pichincha con el 31,9 %, Guayas, 16,10 %, Manabí, 10,2 % y el restante 41,8 % le corresponde al resto de provincias (Vela y Santillán, 2022).

Las micro, pequeñas y medianas empresas son fundamentales para el desarrollo económico del país ya que estimulan el empleo, aportan al PIB, promueven la innovación, el desarrollo regional y local, reduciendo las desigualdades económicas. Por otro lado, fomentan el emprendimiento, son consideradas como incubadoras naturales para nuevos emprendimientos, factores que son afirmados por las estadísticas gubernamentales, estudios académicos y fuentes de información como

el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el Banco Central del Ecuador (BCE) y otros organismos gubernamentales públicos o privados relacionados con la economía y el desarrollo empresarial en el país.

Se hace necesario enfatizar que el acceso al microcrédito facilita la inclusión financiera, representado desarrollo social. En Ecuador, la inclusión financiera es deficiente, según el Banco Mundial (2022), como se citó en Villarreal y Vela (2022), un 77 % de la población no tiene acceso a un crédito formal, lo cual favorece a la presencia de un mercado informal de crédito, promoviendo afectaciones a la población, debido a las altas tasas de interés y la inseguridad que presenta sobre la sociedad, por la presencia del crimen transnacional.

Según Romero y Torres (2022), el microcrédito es un segmento “Clave para la economía del Ecuador, pues los microempresarios representan el tejido empresarial más numeroso con el 91,9 % del total de empresas (...). Con los recursos del microcrédito, los microempresarios (...) continúan con sus proyectos a través de sus microempresas”.

Asimismo, Romero y Torres (2022) explican que el crédito para los microempresarios es el que más crece en el sector; y, en especial el microcrédito, el cual mostró un crecimiento interanual de 21,5 % a agosto del 2022, frente a agosto de 2021. Esta cartera crediticia representó USD 2.895 millones de dólares insertados en la economía.

Materiales y métodos

La presente investigación es de tipo descriptiva – analítica y correlacional, para su comprobación se empleó como modelo estadístico la regresión lineal y para comprobar si existe correlación entre las variables el estadístico de Pearson, en la misma se tratará de explicar cómo el microcrédito y la microempresa han contribuido al dinamismo del sector empresarial ecuatoriano, y como estas han influido en el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en el Ecuador, en el periodo comprendido entre el 2012 – 2022.

Para la obtención de datos se recurrió a información proporcionada por las instituciones que controlan y supervisan estos sectores e indicadores en la economía nacional. El método deductivo, permitió estructurar de forma adecuada los componentes y modelos teóricos, previo a recoger, ordenar y examinar los datos empíricos o realizar las respectivas observaciones. El tipo de investigación es no experimental, concretamente se trata de un estudio de corte transversal en donde se determinó el impacto que ejerce el microcrédito y la microempresa en el Ecuador. Las fuentes de respaldo están conformadas por páginas institucionales, artículos científicos, libros, revistas, etc., que fueron de mucha utilidad a la hora de respaldar las premisas.

Para cumplir los objetivos se empleó una metodología que combina la compilación de información, complementado la misma con una exploración minuciosa y una investigación específica de estudios ya realizados que respalden la búsqueda de la información estadística derivada de fuentes confiables que permitan la incorporación de esta ya sea de tipo cualitativo o cuantitativo.

Resultados

El Ecuador, luego de diez años de manejo económico orientado hacia el desarrollo productivo basado en la construcción de grandes obras de infraestructura física direccionadas a transformar la matriz energética, dependiente de los derivados de petróleo, creando una productividad sistémica mediante la inversión en vialidad y comunicaciones, así como, en la formación de recursos humanos, no ha logrado cambios fundamentales en las estructuras productivas.

El país sigue dependiendo de la producción primaria exportadora, dependiente del petróleo; por su parte, la producción interna, tanto agrícola, como industrial se han contraído frente a los servicios (comercio), que poco aporta en valor agregado. El Ecuador, en términos generales, es un país de economía extractivista, importador – consumidor, y no productor, lo que limita la disminución del empleo inadecuado, la capacidad de adsorber el trabajo de mediana y alta calificación y volatilidad en el desarrollo de la economía, problemas estructurales que al final impactan en la sociedad y en su estructura económica (Raza, 2018).

Frente a este escenario, es de suma relevancia mostrar ciertos indicadores económicos que influyen de forma directa sobre la economía. El Ecuador es un país que adoptó el dólar como moneda nacional desde el año 2000 y cuyo objetivo fue estabilizar la economía y reducir la inflación, tras la severa crisis económica de 1999 (Escobar, 2023); mostrando en los últimos veinte y tres años una dinámica aparentemente de estabilidad en muchos de sus macro indicadores económicos; indiscutiblemente, factores externos e internos como el terremoto de Manabí, la pandemia, la guerra entre Ucrania y Rusia y algunas crisis económicas globales, han alterado considerablemente algunos rubros, es así, que la inflación ha mostrado variaciones como las que se describen en la Figura 2.

Quizá el mayor problema registrado a lo largo del periodo en estudio fue la abrupta caída de los precios internacionales del petróleo en 2014, factor que ha desencadenado una serie

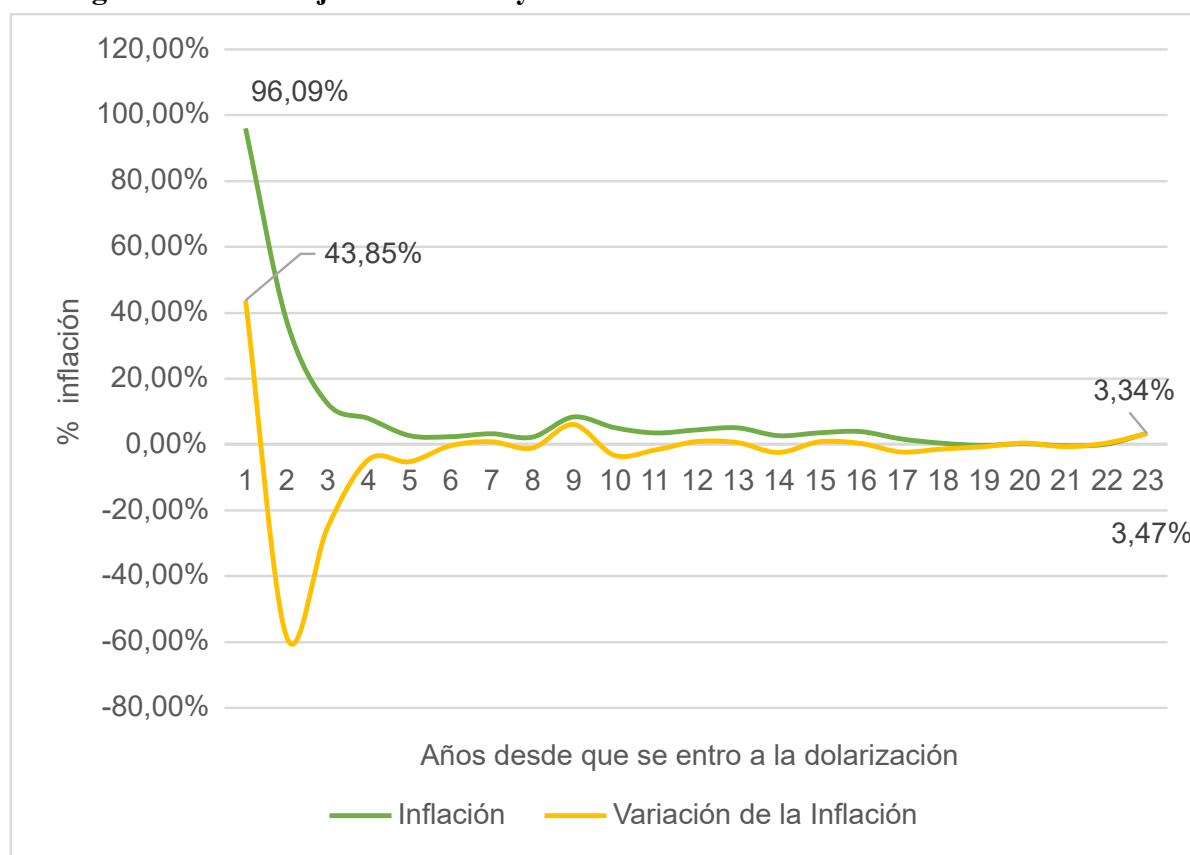
de problemas que no permiten su recuperación, ocasionando una disminución significativa de la inversión pública desde el 2015, y con ello limitando la actividad económica y lo que esto representa. Es así, que el 2015, el PIB mostró un crecimiento casi nulo y al 2016 una contracción de 1,6 %, demostrando la poca capacidad del sector privado para impulsar solo la dinámica económica nacional, a esto se sumó un déficit fiscal no financiero de 7,5 % en 2016 y que generó un riesgo país que rodeaba los 700 puntos, de los que el país no puede recuperarse hasta la actualidad (Raza, 2018).

Como se observa en la Figura 2, la inflación ha sido constante desde que el país entró en la dolarización, la misma ha presentado un promedio interanual de 0,09 %, con una máxima de 96,09 % (2000) en la transición del sucre al dólar y una mínima de -0,22 %

(2018) a lo largo de los años de dolarización, y en lo que respecta la variación interanual promedio, ésta ha sido negativa, con -0,0002 %, muy insignificante.

Mendoza (2017) establece que las variaciones inflacionarias en el país distorsionan la actividad económica normal; cuando más variada sea la tasa de inflación, mayores serán las distorsiones. Por lo general, las tasas de interés son el reflejo de la inflación esperada, cuando la inflación es mayor, las tasas de interés son mayores y se incrementan los costos para las empresas, disminuyendo el gasto en consumo y el valor real de los bonos y las acciones, esto produce un desfase en muchos sectores, como la construcción, el comercio, la industria, etc., decrece el poder adquisitivo de los ciudadanos y se incrementan las deudas.

Figura 2. Porcentaje de inflación y variación interanual en Ecuador 2000 – 2023

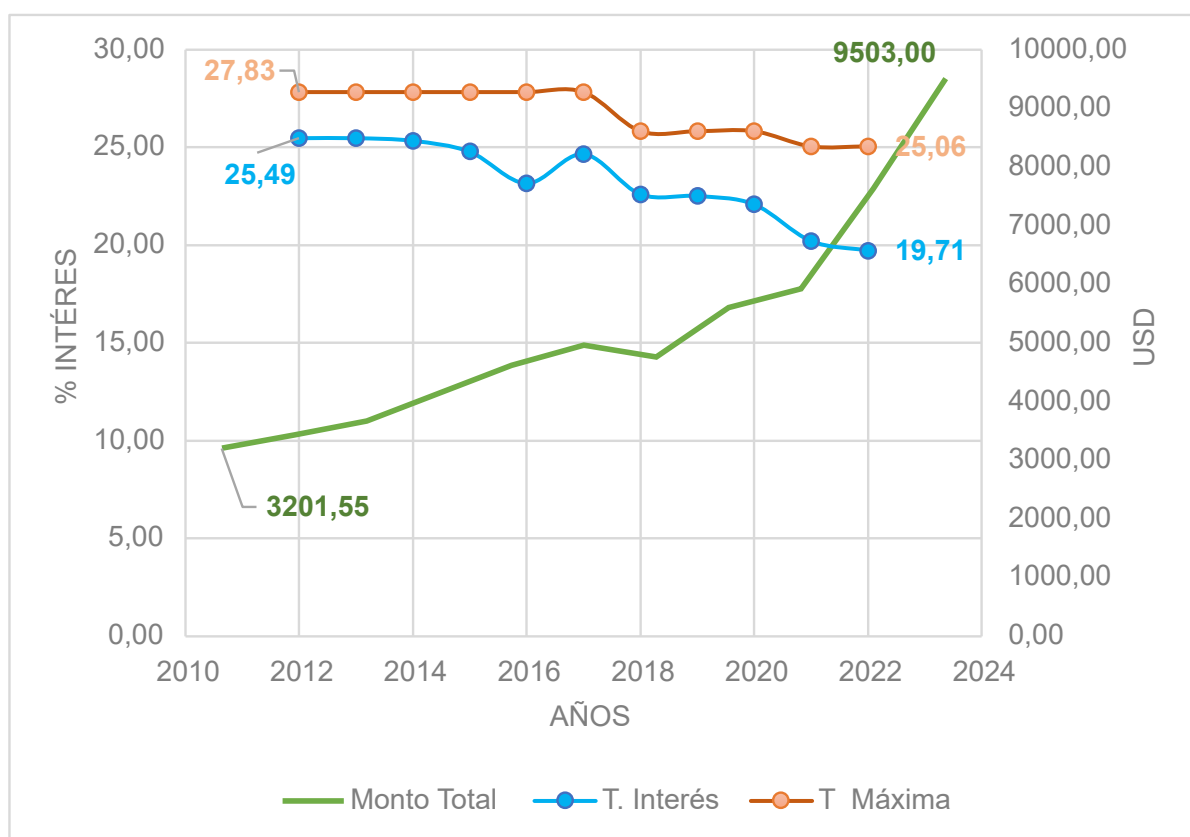


Nota. Tomado de DatosMundial (2023).

Tabla 1. Porcentaje interanual de las tasas promedio de interés normal y máximo, y crecimiento del volumen del microcrédito en Ecuador en el periodo 2012 – 2022

Año	T. Interés	T. Máxima	Monto Total
2012	25,49	27,83	3201,55
2013	25,49	27,83	3427,69
2014	25,35	27,83	3671,85
2015	24,78	27,83	4145,72
2016	23,16	27,83	4611,00
2017	24,67	27,83	4959,00
2018	22,60	25,83	4761,00
2019	22,51	25,83	5606,00
2020	22,08	25,83	5920,00
2021	20,20	25,06	7627,00
2022	19,71	25,06	9503,00
Total	256,05	294,61	57433,81
Promedio	23,28	26,78	5221,26

Nota. Tomado de (Asobanca, 2016); (Asobanca, 2023); (Asobanca, 2022); (Asobanca, 2021), (Asobanca, 2020); (Asobanca, 2019) (Asobanca, 2020); (Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE), 2012) y (Asobanca, 2013).

Figura 3. Tasa de interés promedio normal y máxima, y volumen de la cartera del microcrédito en Ecuador 2012 – 2022

Nota. Tomado de (Asobanca, 2016); (Asobanca, 2022); (Asobanca, 2021); (Asobanca, 2020); (Asobanca, 2020); (Asobanca, 2019); (Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE), 2012) y (Asobanca, 2013).

En el caso del volumen de los montos del microcrédito a lo largo del periodo en estudio este ha crecido significativamente, pasando de USD 3.201,55 millones a USD 9.503,81 millones; es decir, ha experimentado un incremento del 296,85 %, el promedio interanual del mismo se ubica en USD 5.221,26 millones por año (Tabla 1).

La Figura 3, permite observar la evolución de las tasas de interés para el microcrédito, las mismas que a lo largo de los años de estudio han tendido a decrecer, manteniendo un promedio de interanual de 23,28 % para la tasa normal y de 26,78 % para tasa máxima; por su parte, el volumen del microcrédito se ha incrementado notablemente, mostrando su importancia como fuente de apoyo al emprendimiento, la iniciativa y a la economía del país.

Aunque el volumen del microcrédito ha crecido considerablemente, uno de los mayores problemas en una economía dolarizada son las altas tasas de interés, en el caso de Ecuador son un problema, debido a que a lo largo de la dolarización estas han mostrado un comportamiento con tendencia alta, frente a otras economías dolarizadas en lo que respecta al microcrédito, aunque esto no ha afectado el incremento de su volumen de crecimiento; es así, que, para Medina y Mera (2023) aunque se reconoce la utilidad del microcrédito, se puede constatar que no llega al 100 % de las personas que lo necesitan, los préstamos son lentos y sus tipos de interés son demasiado altos, debido a que las entidades financieras quieren cobrar interés exorbitantes a los microempresarios y emprendedores, mientras los clientes desean menores tasas de interés.

En el estudio de González y Gutiérrez (2023), los autores establecen en sus resultados que, aunque se esté sintiendo los efectos de la pandemia (2019 – 2020) las tasas referenciales activas de los países de Centro América fueron 6,6 % en Costa Rica; 8,7 % en El Salvador; 12,5 % en Guatemala; 17 % en Honduras; 11,2 % en Nicaragua (con moneda propia) y de 7 % en Panamá, con economía dolarizada, una diferencia de tres veces menor frente a nuestras tasas referenciales.

Las elevadas tasas de interés en el microcrédito pueden generar impactos negativos en la población, como en el sector empresarial y comercial. En términos técnicos, estos efectos se expresan en presión financiera sobre prestatarios individuales, elevando los costos de endeudamiento para los prestatarios particulares que buscan microcréditos, pudiendo afectar el cumplimiento de los pagos, así como, su capacidad para mejorar sus condiciones de vida.

Esto genera desincentivo para la inversión, impacto en la rentabilidad empresarial, incremento de los costos financieros para las empresas que este tipo de crédito, disminuye la rentabilidad neta y genera riesgo de endeudamiento excesivo, sobre todo para todas aquellas empresas y comercios con ingresos limitados, creando un impacto macroeconómico, con efectos negativos en la estabilidad financiera y en el crecimiento económico, ya que limitan el acceso al capital necesario para estimular la actividad empresarial.

En el caso de las tasas promedio de interés para el microcrédito estas han fluctuado a lo largo del periodo de estudio (2012 – 2022), la tasa de intereses normal ha mantenido un promedio interanual de 23,28 % y la tasa promedio máxima de 26,78 %; la tasa promedio más baja de interés normal se registró en el año 2022 (19,71 %) y la más alta en el 2012 (25,49 %), como se aprecia, a lo largo de los años esta ha sido decreciente, entre tanto, la tasa promedio máxima registra un nivel más alto entre el 2012 al 2017 con 27,83 % y luego decrece a 25,78 % en los siguientes años.

Según lo explica Red de Instituciones Financieras de Desarrollo (2017) el microcrédito como crédito destinado para un negocio pequeño, tiene una tasa máxima de 28,5 %, si se observa el impacto que ha ejercido el impacto de las políticas públicas en el sector financiero desde el 2008 al 2017, se puede apreciar que los montos de microcrédito entregados por el sistema financiero privado en el Ecuador crecieron en este periodo, pero el número de operaciones cayó, pasando de cerca de 1,2 millones en el 2008 a unas 900

mil en 2017; las explicaciones a este problema se fundamentan en que las instituciones financieras pueden haber entregar montos de crédito más altos, para cubrir la reducción de los ingresos por los límites impuestos por el gobierno a las tasas de interés, lo que ha deteriorado los niveles de acceso al microcrédito, para los micronegocios, pequeñas y medianas empresas.

Para Valero (2023) otro de los factores que contribuyen al incremento de las tasas de interés en el país es la disminución del circulante, este factor ha sido un problema constante en la economía en los últimos años, llevando a una mayor competencia en las instituciones financieras en lo que ha depósitos se refiere, impulsando el incremento de las tasas de interés ofrecidas.

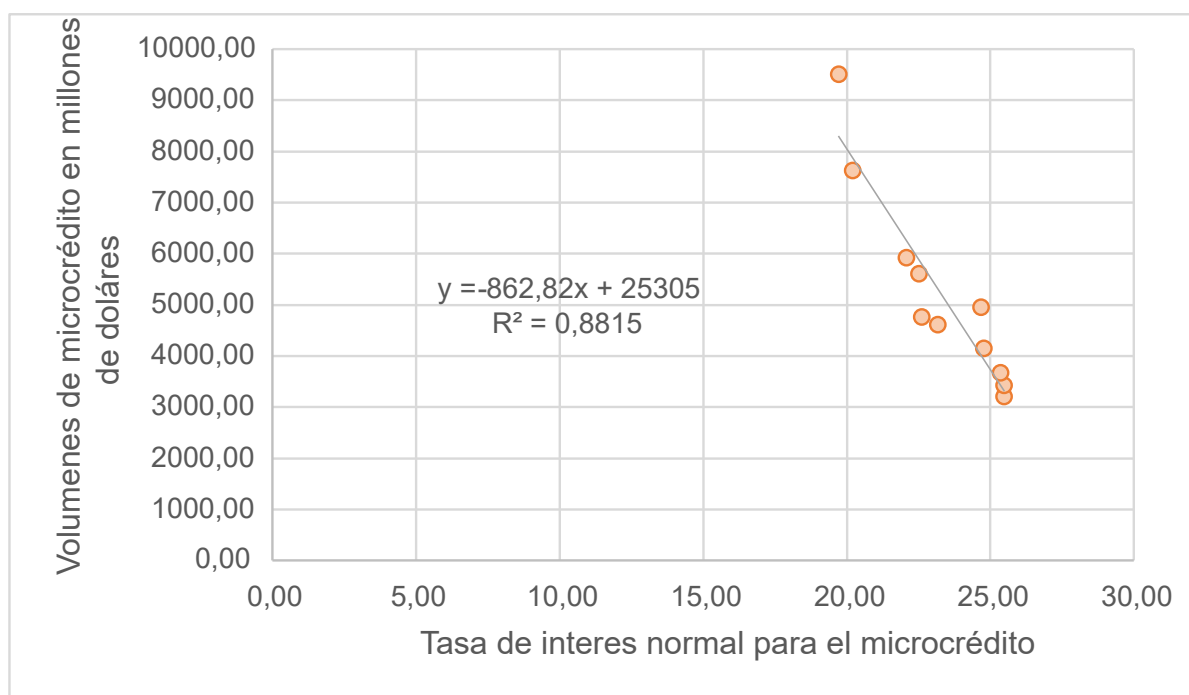
En la Figura 4, se puede observar que al aplicar la correlación entre la tasa promedio de interés normal para microcréditos y la evolución del volumen del microcrédito, el coeficiente de correlación es negativo -0,94; por lo tanto, existe una relación inversamente proporcional entre las variables; lo que significa, que a mayor tasa de interés normal, menor volumen de colocación de

microcréditos y viceversa; por otra parte, el estadístico $r^2 = 0.8815$, establece que el modelo se explica en un 88,15 % la relación entre las variables, con apenas un 11,86 % de ruido que no puede ser explicado, por lo tanto, se trata de una relación de asociación fuerte.

En la Figura 5, se establece que al aplicar la correlación entre la tasa promedio de interés máximo para microcréditos y la evolución del volumen del microcrédito, el coeficiente de correlación es negativo -0,84; por lo tanto, existe una relación inversamente proporcional entre las variables; lo que significa, que a mayor tasa de interés máxima, menor volumen de colocación de microcréditos y viceversa; por otra parte, el estadístico $r^2 = 0,7084$, se determina que el modelo se explica en un 70, 84 % la relación entre las variables, con apenas un 29,84 % de ruido que no puede ser explicado, por lo tanto, se trata de una relación de asociación significativa.

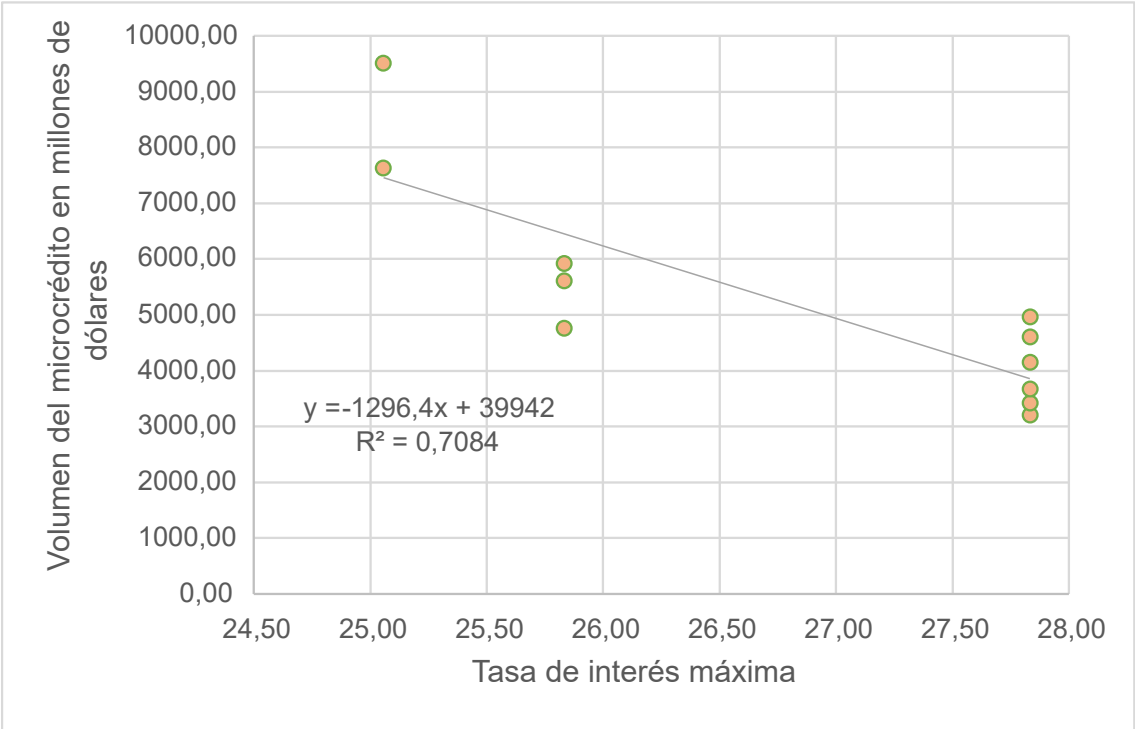
En lo que respecta a las microempresas a lo largo del periodo en estudio (2012 – 2022) las mismas han experimentado un crecimiento lento con complicaciones que han afectado su normal desarrollo en la economía ecuatoriana, como se observa en la Tabla 2.

Figura 4. Índice de correlación entre la tasa promedio de interés normal y el volumen del microcrédito en Ecuador 2012 – 2022



Nota. Tomado de Tabla 1 y Figura 3.

Figura 5. Índice de correlación entre la tasa promedio de interés máxima y el volumen del microcrédito en Ecuador 2012 – 2022



Nota. Tomado de Tabla 1 y Figura 3.

Tabla 2. Crecimiento de las microempresas en el Ecuador en el periodo 2012 – 2022

Año	Microempresas	Crecimiento	% de crecimiento
2012	710919		
2013	791896	80977	11,39
2014	811444	19548	2,47
2015	801040	-10404	-1,28
2016	791047	-9993	-1,25
2017	828357	37310	4,72
2018	829711	1354	0,16
2019	802353	-27358	-3,30
2020	777600	-24753	-3,09
2021	848850	71250	9,16
2022	864469	15619	1,84
Total	8857685,84	153550	20,83
Promedio	805244	15355	2,08

Nota. Tomado de (Observatorio de la PyME, 2021); (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021) y (Liberty Seguros, 2021).

El volumen promedio total de las microempresas en el Ecuador durante el periodo 2012 – 2022, ha sido de 805.244 por año, con un margen de crecimiento promedio de 15.355 microempresas por año, es decir, ha registrado un porcentaje de crecimiento interanual del 2,08 %. Los años más críticos que ha experimentado el sector

microempresarial con bajas significativas, han sido el 2015, 2016, 2019 y 2020, derivados, como ya se explicó anteriormente por la caída de los precios del petróleo y sus implicaciones, producidas por el despilfarro económico en el gobierno de Rafael Correa, el terremoto de Manabí, que afectó a todos los sectores económicos del país; el levantamiento de octubre que representó para el país y el sector empresarial un duro golpe a su economía y la pandemia, que llevó a la quiebra a un porcentaje muy elevado de empresas en el país; a esto se suman los altos niveles de corrupción, la inestabilidad política y la ingobernabilidad del país; pero, aun así, el sector con altos y bajos ha denotado recuperación, influyendo en la economía nacional.

Según Vera *et al.* (2020), es evidente que el Ecuador vive una crisis económica, sanitaria y social, ya que este decayó -7,4 % ubicándose en el cuarto puesto, por debajo de México, Brasil y Perú. Este factor no solo se le atribuye a la Pandemia, sino a la pésima administración de los gobiernos de turno que dejaron de ahorrar, incrementaron el gasto público, lo que incrementó el déficit fiscal y la deuda pública, la cual aumentó de forma inadmisiblemente, presentando en los últimos años interrupciones progresivas.

Es así que, el 2019 con el paro de octubre por efecto de las medidas económicas en el gobierno de Lenin Moreno, el sector microempresarial perdió cerca de USD 120 millones diarios en ventas, sumando cerca de USD 720 millones en total; el 2020, la pandemia trajo consecuencias nefastas para la familia micro empresarial, debido a su estructura frágil que reportan flujos de entrada mínimos y expuestas a un mayor riesgo de liquidez frente, sumándose a la debilitada estructura económica que sufre el Ecuador a consecuencia de la pésima gestión gubernamental y que ha traído como resultado el incremento del desempleo, la pobreza y una baja producción a nivel nacional.

La falta de circulante a nivel nacional trae consigo que las empresas produzcan menos debido a que la demanda se encuentra restringida por la escasez de dinero en la economía, llevando al cierre, la quiebra y la falta de iniciativa para emprender (Vera *et al.*, 2020).

Según el Observatorio de las PyME (2021) las microempresas crean un promedio del 25 % del total de las plazas de trabajo en el Ecuador, como se observa en la Tabla 3.

Tabla 3. Evolución del empleo generado por las microempresas en el Ecuador en el periodo 2012 – 2022

Año	Empleo	Crecimiento	% de variación
2012	652978		
2013	715171	62193	9,52
2014	745276	30105	4,21
2015	739483	-5793	-0,78
2016	720859	-18624	-2,52
2017	714911	-5948	-0,83
2018	739902	24991	3,50
2019	757275	17373	2,35
2020	623929	-133346	-17,61
2021	666356	42427	6,80
2022	725950	59594	8,94
Total	7802090,00	72972	13,59
Promedio	709281	7297	1,36

Nota. Tomado de (Observatorio de la PyME, 2021) y (INEC, 2022).

El promedio de plazas de empleo creadas por las microempresas en el Ecuador durante el periodo 2012 – 2022, ha sido de 709.281 plazas de trabajo por año, con un margen de crecimiento promedio de 7297 empleos por año, registrando 1,36 % de crecimiento interanual, más bajo que el promedio previsto por la Organización Internacional del Trabajo (2023) para América Latina y el Caribe de 4,9 % al 2022.

Los años más críticos que ha experimentado el sector microempresarial en cuanto a pérdida de plazas de empleo han sido los años 2015, 2016, 2017 y el 2020, observando que el (2020) fue el año más duro con una pérdida de -17,61 % de plazas de trabajo; aunque la situación no ha sido favorable los empleos generados por las microempresas han influido directamente en la economía del país.

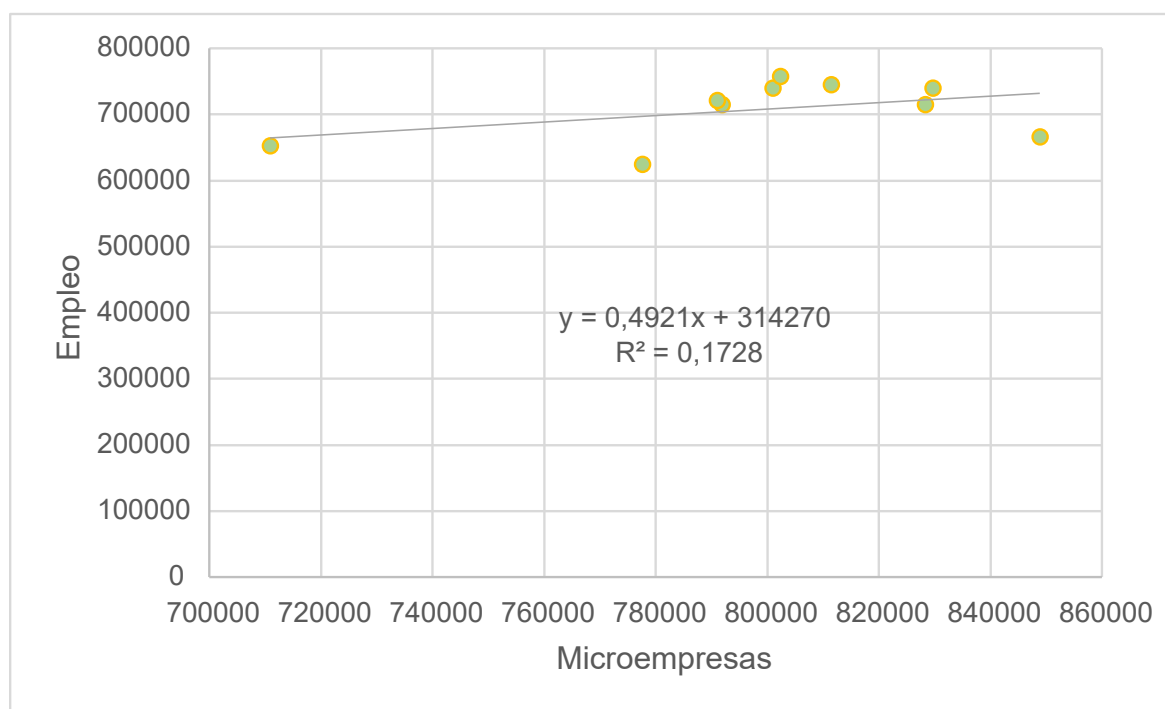
Para Ron y Sacoto (2017) su apoyo a la economía es representativo que aportan con el

90 % de las unidades productivas y crean el 60 % del empleo, participando en el 50 % de la producción, y prestando casi el 100 % de los servicios que un ecuatoriano emplea a diario.

Al aplicar la correlación entre el empleo generado y las microempresas en el Ecuador, el coeficiente de correlación es positivo 0,42; por lo tanto, existe una relación directamente proporcional entre las variables, lo que significa que mientras crecen las microempresas, el empleo también crece en el Ecuador aunque de forma débil; por otra parte, el estadístico $r^2 = 0,1728$ establece que el modelo se explica en apenas un 17,28 % en la relación entre variables, con un ruido muy elevado de 82,72 % que no permite su adecuada explicación, por lo tanto, se trata de una relación de asociación débil (Figura 6).

En lo que respecta a las ventas de las microempresas en el Ecuador, estas registran los siguientes datos (Tabla 4).

Figura 6. Índice de correlación entre las microempresas y el empleo generado por las mismas en Ecuador 2012 – 2022



Nota. Tomado de Tabla 2 y Tabla 3.

Las ventas registradas por las microempresas en promedio, durante el periodo 2012 – 2022 son de USD 1687 millones, con un crecimiento interanual de 68 millones y un porcentaje de crecimiento promedio anual de 3,57 %; sin duda, el sector crece, pero los problemas derivados por factores externos han golpeado la ya frágil economía de estas. Así, en 2017 se aprecia una disminución sustancial de -5,14 % por efecto de las secuelas del terremoto en Manabí, al 2019 se generan pérdidas por influencia de los levantamientos sociales, generando caos, saqueos y destrucción de muchas empresas, que afectaron al país con cerca de USD 1000 millones en pérdidas (Banco Central del Ecuador, 2019); y con una caída de -9,19 % en sus ventas.

A partir del 2020 el sector recupera el margen perdido pese a la presencia de la pandemia, sobre todo por la influencia de determinados sectores estratégicos como los alimentos, producción agropecuaria, etc.; con un crecimiento en las ventas de 9,34 %, al 2020; despuntando el 2021 con un 12,96 % y

decreciendo el 2022 por problemas derivados de la guerra entre Ucrania y Rusia en -3,97 % frente al 2021, que se derivaron por efectos del alza de los fertilizantes e insumos agropecuarios, a esto se sumó la frágil situación del país por efecto de la corrupción, la presencia del crimen transnacional y la inseguridad social (Tabla 4).

Al aplicar la correlación entre las ventas totales y las microempresas en el Ecuador, se observa que el Coeficiente de Correlación es positivo 0,75; por lo tanto, existe una relación directamente proporcional entre las variables, lo que significa que mientras se incrementan las ventas totales, la microempresa crece y viceversa; por otra parte, en el estadístico $r^2 = 0,5620$ se observa que el modelo se explica en un 56,20 % la relación entre las variables, con un ruido de 43,80 % que no permite su explicación, por lo tanto, se trata de una relación de asociación significativa (Figura 7).

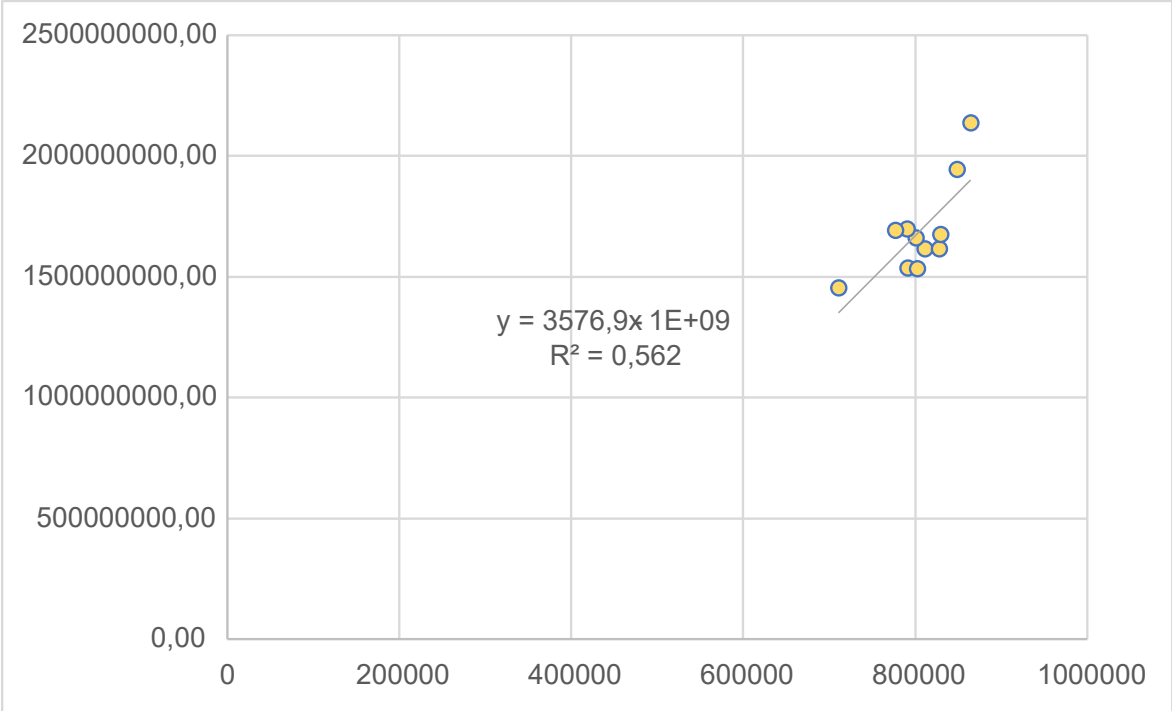
Por su parte, el PIB en el Ecuador presenta variabilidad entre el 2012 – 2022, (Tabla 5).

Tabla 4. Evolución de las ventas totales de las microempresas en millones de dólares en el Ecuador en el periodo 2012 – 2022

Año	Ventas	Crecimiento	% de variación
2012	1455		
2013	1536	81	5,27
2014	1615	79	4,89
2015	1662	47	2,83
2016	1698	36	2,12
2017	1615	-83	-5,14
2018	1675	60	3,58
2019	1534	-141	-9,19
2020	1692	158	9,34
2021	1944	252	12,96
2022	2136	192	8,99
Total	18562,00	681	35,65
Promedio	1687	68	3,57

Nota. Tomado de (Observatorio de la PyME, 2021) y (Ministerio de la Producción, Comercio Exterior, 2022).

Figura 7. Índice de correlación entre las microempresas y las ventas totales generadas en millones de dólares por las mismas en el Ecuador 2012 – 2022



Nota. Tomado de Tabla 2 y Tabla 4.

Tabla 5. Evolución del PIB en el Ecuador, periodo 2012 – 2022

Año	PIB	Crecimiento	% de variación
2012	87.924.540.000,00		
2013	95.129.660.000,00	7.205.120.000,00	8,19
2014	101.726.330.000,00	6.596.670.000,00	6,93
2015	99.290.380.000,00	2.435.950.000,00	-2,39
2016	99.937.700.000,00	647.320.000,00	0,65
2017	104.295.860.000,00	4.358.160.000,00	4,36
2018	108.398.060.000,00	4.102.200.000,00	3,93
2019	108.408.899.800,00	10.839.800,00	0,01
2020	99.953.005.620,00	8.455.894.180,00	-7,80
2021	106.166.000.000,00	6.212.994.380,00	6,22
2022	110.200.000.000,00	4.034.000.000,00	3,80
Total	1.121.430.435.420,00	22.275.460.000,00	23,91
Promedio	101.948.221.401,82	2.227.546.000,00	2,39

Nota. Tomado de (Gestión Digital, 2020) y (Banco Central del Ecuador, 2023).

El promedio del PIB en el Ecuador ha sido de USD 101'948.221.401,82 millones, durante el periodo 2012 – 2022, mostrando un crecimiento de USD 2'227.546.000,00 millones de promedio, con una tasa de crecimiento porcentual promedio de 2,39 %; los años en que el mismo ha sufrido decrementos, han sido el 2015 con una disminución de -2,39 %, por efectos de la caída del precio del petróleo en un 44,10 % (Expansión, 2015), recuperándose levemente el 2016 (0,65 %); por su parte, el 2020 fue el año más crítico para la economía con un decrecimiento de -7,80 %, por efectos de la pandemia y el mejor crecimiento lo registra el 2013, con respecto al 2012 con un crecimiento de 8,19 % de promedio (Tabla 5).

Como se puede observar el crecimiento interanual del PIB ecuatoriano en el periodo en estudio ha mostrado una tendencia de crecimiento muy cercana en los años en estudio, al crecimiento del PIB global mundial, a excepción del 2020 que fue superior en -4,70 % (-7,80 %), siendo el decremento mundial de -3,10 % (Banco Mundial, 2024). Sin duda mucha de la estabilidad económica que ha presentado la economía ecuatoriana se atribuye a la dolarización, como lo explica

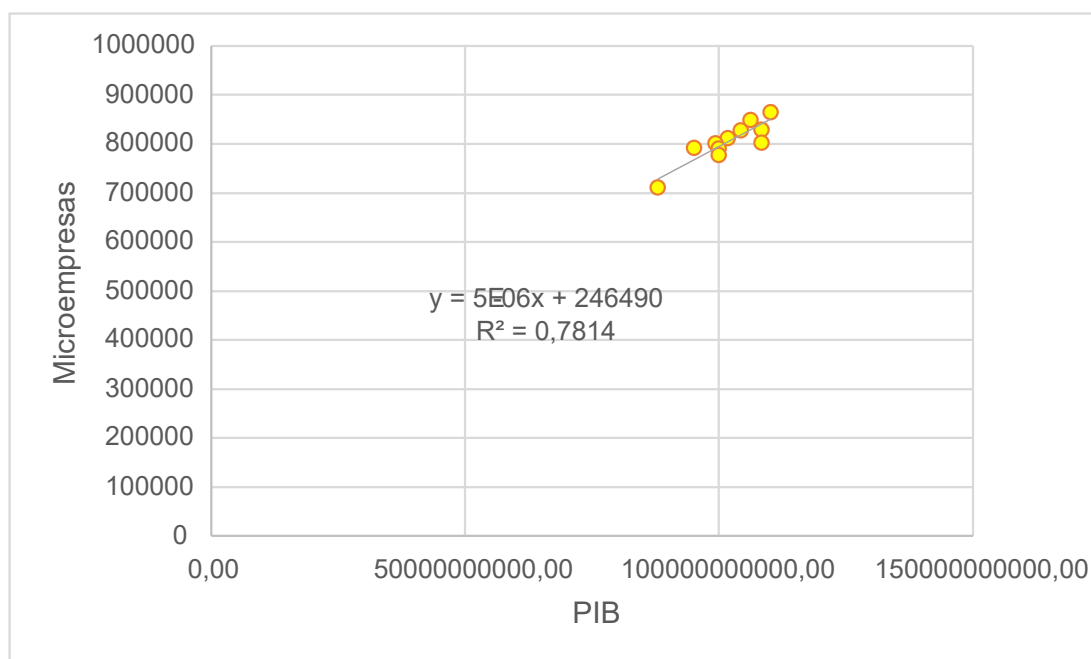
Avellán (2023) al establecer que “La adopción de la dolarización ha sido favorable para combatir la indisciplina fiscal, alcanzar la estabilidad de precios (...), reducir los niveles de pobreza y generar condiciones favorables para la inversión y crecimiento en el país”.

En lo que respecta a la correlación entre el PIB y su relación con la evolución de las microempresas, los resultados muestran (Figura 8).

Aplicando el Coeficiente de Correlación entre el PIB y la evolución de las microempresas en el Ecuador, se observa que la correlación es positiva 0,88; por lo tanto, existe una relación directamente proporcional entre las variables, lo que muestra que mientras crecen las microempresas, crece el PIB o viceversa en el Ecuador; por otra parte, el estadístico $r^2 = 0,7814$ establece que el modelo explica en un 78,14 % la relación entre las variables, con un ruido de 21,86 % que no admite su explicación; por lo tanto, se trata de una relación de asociación fuerte (Figura 8).

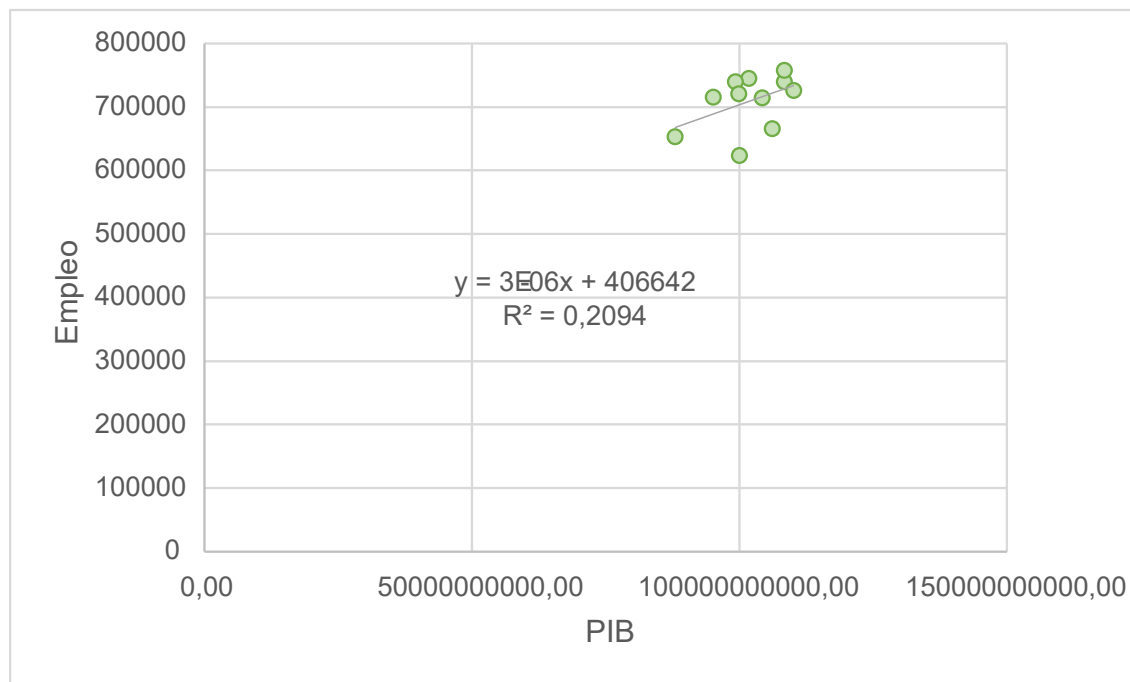
En lo respecta a la correlación entre el PIB y su correspondencia con la generación de plazas de empleo por parte de las microempresas, se muestra (Figura 9).

Figura 8. Índice de correlación entre el PIB y la evolución de las microempresas en el Ecuador 2012 – 2022



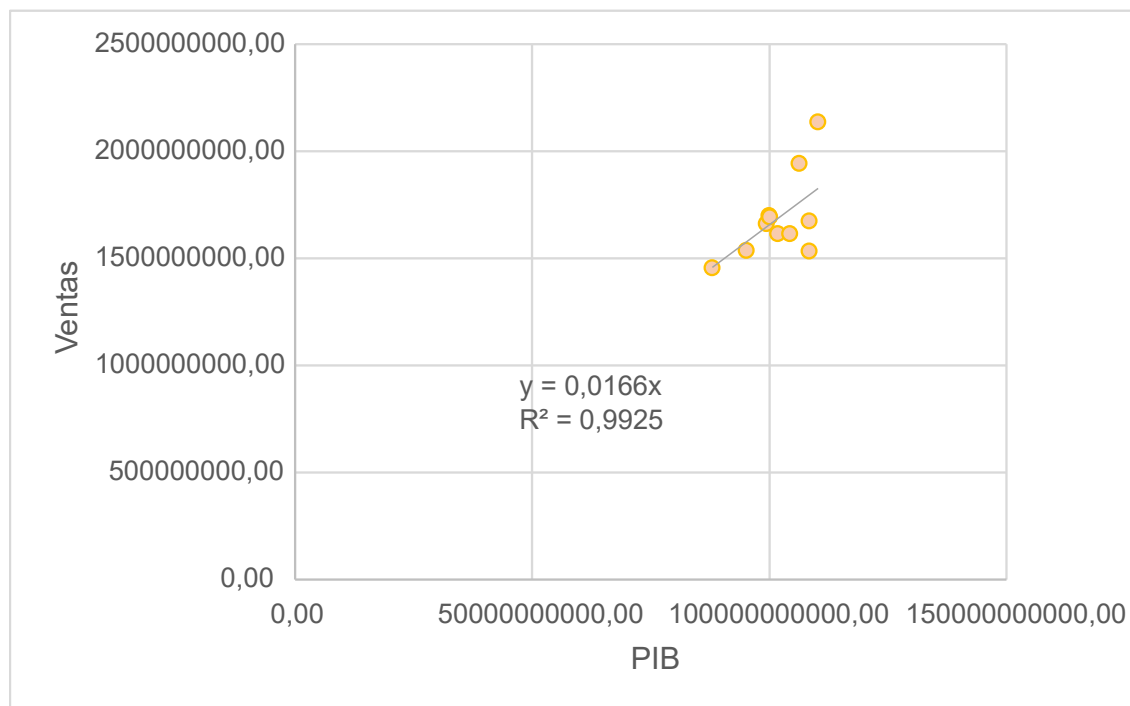
Nota. Tomado de Tabla 2 y Tabla 5.

Figura 9. Índice de correlación entre el PIB y la generación de empleo por las microempresas en el Ecuador entre el 2012 – 2022



Nota. Tomado de Tabla 3 y Tabla 5.

Figura 10. Índice de correlación entre el PIB y las ventas totales en millones de dólares de las microempresas en el Ecuador entre 2012 – 2022



Nota. Tomado de Tabla 4 y Tabla 5.

La correlación entre el PIB y la generación de empleo por parte de las microempresas en el Ecuador, muestran un Coeficiente de Correlación positivo 0,46, existiendo una relación directamente proporcional entre las variables, lo que indica que mientras se incrementa el empleo por parte de las microempresas, crece el PIB o viceversa de forma leve; por otra parte, el estadístico $r^2 = 0,2094$ determina que el modelo explica en apenas un 20,94 % la relación entre las variables, con un ruido alto de 79,06 % que no admite una adecuada explicación; por lo tanto, se trata de una relación de asociación débil (Figura 9).

En lo que respecta a la correlación entre el PIB y las ventas totales de las microempresas, los resultados muestran (Figura 10).

Que al aplicar la correlación entre el PIB y las ventas totales en millones de dólares de las microempresas en el Ecuador, se aprecia que el Coeficiente de Correlación es positivo 0,62; por lo tanto, existe una relación directamente proporcional entre las variables; lo que indica que mientras crecen las ventas totales de las microempresas, crece el PIB o viceversa moderadamente; por otra parte, el estadístico $r^2 = 0,3760$ establece que el modelo explica en un 36,60 % la relación entre las variables, con un ruido de 63,40 % que no consiente una mayor explicación; por lo tanto, se trata de una relación de asociación moderada (Figura 10).

Discusión

En la investigación económica – social denominada “*El microcrédito y la microempresa como agentes de la dinámica en la economía ecuatoriana y su contribución al PIB*”, los autores han abordado una serie de características inherentes a la economía ecuatoriana, enfocadas en el microcrédito y la microempresa y su contribución al PIB; tratando de abordar el tema desde una visión amplia, con el fin de dilucidar inquietudes que pueden contribuir como apoyo a otros estudios.

Para la comprensión del estudio, se ha abordado como indicador del panorama

económico ecuatoriano el índice inflacionario desde que el país adoptó al dólar como moneda oficial (2000 – 2022), mostrando cómo esta ha fluctuado en la economía, aunque la misma ha presentado un promedio interanual de 0,09 %, con una máxima de 96,09 % (2000) en la transición del sucre al dólar y una mínima de -0,22 % (2018) a lo largo del tiempo desde que se adoptó el dólar como moneda oficial, la misma ha presentado una variación interanual promedio negativa, con -0,0002 %, muy insignificante, generando un nivel de confianza en la economía, como lo explica Mendoza (2017) al hacer referencia “que las variaciones inflacionarias en el país distorsionan la actividad económica normal; cuando más variada sea la tasa de inflación, mayores serán las distorsiones”.

En nuestro caso, la inflación a lo largo de la dolarización casi ha sido constante, pero factores externos e internos en el país han generado distorsiones que le han generado variabilidad.

Por su parte, Calderón *et al.* (2019) establecen en su estudio que la inflación provoca grandes distorsiones económicas debido a su imprevisibilidad, acarreando inseguridad en el país. En el Ecuador, la dolarización fue el instrumento que logró desacelerar el proceso inflacionario, no a corto plazo, pero incidió en el mediano plazo, factor que es corroborado en nuestro estudio, donde la inflación hasta el año 2000 tiene indicadores muy altos, que se aproximan al 100 %. Luego de esto tiende a decrecer, permaneciendo estable, hasta con indicadores negativos; es el 2022 que la misma tiende a crecer por efecto del conflicto bélico entre Ucrania y Rusia, asociada al crecimiento inflacionario global, debido al incremento de los precios al consumidor, en particular de los alimentos y la energía, generando un aumento en la media de la inflación de 15,7 % en los mercados emergentes y economías en desarrollo (MEED) de Europa y Asia central, el nivel más alto en más de 20 años (Banco Mundial, 2023).

En lo que respecta a las tasas de interés para el microcrédito estas son elevadas, sin que esto haya afectado el crecimiento del volumen de microcréditos otorgados por el

sistema financiero ecuatoriano en el periodo en estudio. Las tasas de interés han mantenido un promedio de 23,28 % para la normal y de 26,76 % para la máxima; las que resultan sumamente elevada frente a otras economías dolarizadas. No obstante su elevación, las tasas no han afectado el crecimiento del volumen del microcrédito, el mismo, que en el periodo en estudio ha crecido en un 296,85 %, con un promedio de crecimiento interanual de 11,87 %.

Nicola (2015), en lo que respecta al crédito otorgado por el sistema financiero nacional para las microempresas entre 2011 a 2013, demuestra que este se incrementó 182,36 %. Muy parecido a lo que se observa en nuestro trabajo.

Molina (2017) en su estudio establece que en el periodo 2007 - 2013, que aunque las tasas de interés activas bajaron, estas no se cotejaron a las tasas internacionales, en países dolarizados, mostrándose elevadas frente a estas economías, afectando con ello el desarrollo económico y el emprendimiento; sin duda, muy parecido a nuestro estudio, ya que mediante el Coeficiente de Correlación se ha demostrado que las mismas son inversamente proporcionales (-0,94 y -0,84) respectivamente; es decir, mientras las tasas de interés normal y máxima bajan para el microcrédito, el volumen del microcrédito se incrementará, lo que demuestra que los niveles porcentuales que ofrece el Sistema Financiero Nacional son excesivamente elevados frente a economías dolarizadas, denotando una relación entre variables fuerte para la tasa normal y significativa para la tasa máxima.

En lo que respecta al empleo creado y su relación con las microempresas, el mismo, mediante la aplicación del Coeficiente de Correlación es positivo 0,42; es decir, existe una relación directamente proporcional entre las variables débil. Nicola (2015) en su estudio establece que las MIPYMES en el Ecuador generan el 24 % del empleo; así mismo, González *et al.* (2022) en su estudio afirman que las microempresas en el Ecuador el 2020 generaron el 39 % de empleos, aunque estas crezcan en número la constante a través de los años se mantiene entre el 25 al 40 % del

total del empleo a nivel nacional.

En lo que respecta a las ventas totales y las microempresas, aplicando el Coeficiente de Correlación, este es positivo 0,75; mostrando una relación directamente proporcional entre las variables de tipo significativo; es decir que, si crecen las ventas totales, crece las microempresas.

Para el Observatorio de la PyME (2021) de la Universidad Andina “Simón Bolívar” se establece que las microempresas han aportado entre el 0,9 % a 1,1 %, entre 2012 – 2019, del total de las ventas del sector empresario a nivel nacional, mostrando una tendencia de a mayor volumen de ventas, mayor crecimiento del sector microempresarial; lo que es corroborado por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2024), mediante los datos del Ranking de Compañías, observando que en el periodo 2012 - 2022 de la lista de empresas registradas, el aporte del sector microempresarial al volumen de ventas es de entre el 0,42 % - 0,78 %, siendo el mayor aporte el 2020 (0,78 %) y el menor aporte el 2012 y 2013 con 0,42 % y coincidiendo que a mayor aporte mayor crecimiento del sector microempresarial.

En lo relacionado al PIB en el Ecuador el mismo durante el periodo en estudio muestra un promedio interanual de USD 101'948.221.401,82 millones (años 2012 – 2022), mostrando una tasa de crecimiento promedio del 2,39 %, con interacciones externas e internas que han provocado su variación. Según el Observatorio Económico y Social de Tungurahua, desde el 2011 al 2019 el PIB corriente creció un promedio interanual del 4 %, superior a lo que muestra nuestro trabajo (Sánchez *et al.*, 2021).

En lo concerniente al PIB y la evolución de las microempresas en el Ecuador, se observa que la correlación es positiva 0,88; existiendo una relación directa entre variables, con una asociación fuerte. En el estudio de Vera, *et al.* (2020) los autores establecen que cuando crece la economía, se produce, y las compañías incrementan su producción, lo que significa ventas y mayores ingresos.

Martínez Pellégrin (2004) como se citó en Vera *et al.* (2020) establece que las microempresas son la base económica y el progreso de la sociedad, aún con sus bajas expectativas y oportunidades de sobrevivir, a pesar de su importancia en el PIB, muy parecido a nuestro estudio, donde se demuestra que mantienen una relación fuerte con el PIB. Rodríguez y Aviles (2020) por su parte, evidencian que el crecimiento de las PYMES se presenta como alternativa ante las crisis económicas y reduce drásticamente el desempleo y la pobreza, y que representan el 95 % de las unidades productivas empresariales, contribuyendo significativamente al PIB, parecido a nuestro trabajo.

Respecto al PIB y la generación de empleo por parte de las microempresas, el estudio muestra una correlación positiva 0,46, lo que demuestra que existe una relación directamente proporcional entre variables y su asociatividad es débil; para Ron y Sacoto (2017), las pequeñas y medianas empresas, han generado un impacto del 66,8 % de incremento en el promedio de empleo total en el país y generan 7 de cada 10 empleos, demostrando que existe un correlación entre el PIB y el empleo $r = 0,7929$, muy superior a nuestro estudio.

Ron y Sacoto (2017) determinan en su estudio que el PIB total y el PIB Pymes más el empleo generado por las microempresas generan un impacto sobre el mismo de 66,8 % de incremento en el promedio de empleo total del país. Se establece que generan 7 de 10 empleos dentro del PIB total, sin considerar la diversidad de microempresas o formas de empleo, con un resultado superior al encontrado en el presente trabajo.

En la relación PIB y las ventas totales de las microempresas, se aprecia que el Coeficiente de Correlación es positivo 0,62, existiendo una relación directa entre las variables, mostrando una asociación moderada. Rodríguez *et al.* (2019) explican que el volumen de las empresas debe guardar relación con el aporte, pero esto no es real, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2021) se muestra que no hay relación entre la participación de las ventas y el tipo de empresa, el 0,5 % de las

grandes empresas vende el 71,33 % del total y la microempresa solo vende el 0,96 %, con un aproximado del 91% del total de las empresas del país.

Observando un fenómeno discordante en la relación venta versus cantidad de microempresas, estas representan la mayoría absoluta, y solo aportan el 1 % de las ventas totales. Freire (2010) en su investigación determina que las microempresas en el Ecuador son importantes en la economía del país, por su contribución al PIB, que las ventas de estas al 2004 representaron aproximadamente el 25,7 % del PIB del país.

Conclusiones

El microcrédito es crucial para la economía ecuatoriana ya que proporciona acceso financiero a personas de bajos recursos, facilitando así el desarrollo de microempresas y favoreciendo a la reducción de la pobreza, empoderando a emprendedores locales, estimulando el crecimiento económico y generando plazas de trabajo. Además, fomenta la inclusión financiera, fortalece la resiliencia de la sociedad frente a las crisis económicas, promoviendo la estabilidad y la sostenibilidad a nivel comunitario.

Las microempresas desempeñan un papel crucial en la economía ecuatoriana, apoyan significativamente al empleo y al tejido social. Representan una parte fundamental del sector empresarial. Su impacto se refleja en la generación de ingresos y en la promoción de la inclusión económica. Sin embargo, existen desafíos, como la falta de acceso a financiamiento y recursos limitados. Mejorar su relación frente al PIB requiere implementar políticas que faciliten el acceso a créditos, fomentar la capacitación empresarial y fortalecer la infraestructura de apoyo. También es esencial promover la formalización de estas y facilitar su participación en las cadenas de valor para impulsar su productividad y contribuir de manera esta forma al desarrollo del país.

De los tres escenarios analizados frente al PIB, evolución de las microempresas, creación de empleo y ventas totales; se puede

establecer que existe una asociatividad fuerte en el primer caso, débil en el segundo y moderada en el tercero. Es importante anotar que la relación entre estos tres indicadores frente al PIB en el Ecuador es compleja ya que está influenciada por varios factores interrelacionados. Las microempresas por ser pequeñas y generalmente locales tienden a ser intensivas en empleo. Su creación y crecimiento contribuyen directamente a la generación de empleo. Sus ventas totales impactan directamente en sus ingresos y rentabilidad. Su contribución al PIB es significativa; además, forman cadenas de valor y encadenamiento productivo; su rendimiento afecta no solo a su nivel de incidencia en el PIB, sino también al desempeño de las empresas con las que interactúan. La innovación tecnológica y las prácticas eficientes pueden aumentar su productividad, aportando de forma más efectiva al PIB y por ende al crecimiento económico del país.

Referentes bibliográficas

- Asobanca. (2019). *Evolución de las Cooperativas Financieras Ecuatorianas - 2018 diciembre*. [Archivo PDF]. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/07/Evolucion%CC%81n-de-las-Cooperativas-12-2018.pdf>
- Asobanca. (2013). *Boletín Macroeconómico*. [Archivo PDF]. <https://asobanca.org.ec/bolet%C3%ADn/diciembre2013/>
- Asobanca. (2016). *Evolución de la Banca Privada Ecuatoriana*. [Archivo PDF]. https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/07/Evolucion%CC%81n-de-la-Banca-Diciembre-2016_0.pdf
- Asobanca. (2020). *Evolución de las Cooperativas Financieras Ecuatorianas - 2019 diciembre*. [Archivo PDF]. https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/08/Evolucion-de-las-Cooperativas-12-2019_0.pdf
- Asobanca. (2021). *Evolución de las Cooperativas Financieras Ecuatorianas - diciembre 2020*. [Archivo PDF]. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/08/dic-2020.pdf>
- Asobanca. (2022). *Evolución de las Cooperativas Financieras Ecuatorianas - diciembre 2021*. [Archivo PDF]. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2022/01/Evolucion-de-las-Cooperativas-diciembre-2021.pdf>
- Asobanca. (2023). *Evolución de las Cooperativas Financieras Ecuatorianas - diciembre 2022. 1-20*. [Archivo PDF]. Obtenido de <https://asobanca.org.ec/bolet%C3%ADn/evolucion-de-las-cooperativas-diciembre-2022/>
- Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE). (2012). *Boletín Macroeconómico Mensual*. [Archivo PDF]. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/07/BoletinMacroeconomico-Dic12.pdf>
- Avellán, G. (2023). *23 años de dolarización: El camino hacia la estabilidad monetaria*. [Archivo PDF]. <https://n9.cl/w7mox>
- Banco Central del Ecuador (BCE). (2023). *Boletín Anuario Nro. 44 -Publicaciones Estadísticas*. Banco Central del Ecuador. <https://www.bce.fin.ec/informacioneconomica>
- Banco Central del Ecuador. (17 enero 2020). *Paralización de octubre de 2019 dejó pérdidas por USD 821,68 millones*. Banco central del Ecuador. <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/paralizacion-de-octubre-de-2019-dejo-danos-y-perdidas-por-usd-82168-millones>
- Grupo Banco Mundial. (06 de abril de 2023). *La invasión de Rusia a Ucrania y la crisis del costo de vida ensombrecen las perspectivas de crecimiento en las economías emergentes de Europa y Asia central*. Grupo Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2023/04/06/russian-invasion-of-ukraine-and-cost-of-living-crisis-dim-growth-prospects-in-emerging-europe-and-central-asia>
- Grupo Banco Mundial. (2024). *Crecimiento del PIB (% interanual) - 1961 - 2022*. Grupo Banco Mundial. <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>

- Barrezueta, R. (2019). *El Microcrédito de la Banca Especializada como factor dinamizador de la economía en la provincia de Tungurahua*. [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29522/1/T4486M.pdf>
- Calderón, A. Quinde, E. Orellana, I. y Reyes, M. (2019). Determinantes de la inflación en Ecuador en el periodo 2000-2018. *UDA AKADEM*, 1(3), 35–64. <https://doi.org/10.33324/udaakadem.v1i3.202>
- Carbaja, A. y Espinoza, L. (2020). Microcréditos ecuatorianos: incentivo a la reducción de la pobreza y mejora del ingreso familiar. *Revista Vínculos ESPE*, 5(3), 51-65. <https://doi.org/10.24133/vinculosespe.v5i3.1671>
- Datos Mundial. (2023). *Desarrollo de las tasas de inflación en Ecuador*. Datos Mundial. <https://www.datosmundial.com/america/ecuador/inflacion.php>
- Escobar, S. (16 de agosto 2023). *Dolarización: cómo le fue a Ecuador 23 años después de cambiar de moneda*. Ámbito. <https://n9.cl/r18k5>
- Expansión. (31 de diciembre de 2015). *Precio del petróleo OPEP por barril*. Datos macro. <https://datosmacro.expansion.com/materias-primas/opec?dr=2015-12>
- Freire, J. (2010). *¿Son las mujeres mejores administradoras de las microempresas?* [Archivo PDF]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3960/1/PI-2010-11-Freire-Son%20las%20mujeres.pdf>
- Gestión Digital. (07 de enero de 2020). *En diez años la producción nacional mejoró, pero no cambió*. Gestión Digital. <https://www.revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/en-diez-anos-la-produccion-nacional-mejoro-pero-no-cambio>
- González, C. y Gutiérrez, R. (2023). Análisis Financiero de las Medidas Adoptadas como Impulso Económico por el Sector Bancario de Centro América en Época de Pandemia. *Revista Científica Universitaria* 12(1), 38-51. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/228/2283848004/2283848004.pdf>
- González, E. Ramírez, G. Serdán, K. y Scaffy, J. (2022). Las microempresas como entes generadores de empleo en el Ecuador. *Revista 593 Digital Publisher CEIT* 7(3), 86-95. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1073>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2020*. [Archivo PDF]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2020/Principales_Resultados_DIEE_2020.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU. Indicadores laborales*. [Archivo PDF]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Trimestre-enero-marzo-2022/2022_I_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf
- Lara, D., Chávez, M., López, O. y Alverar, E. (2022). Evaluación del Impacto Socioeconómico de los Microcréditos Agrícolas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 7(1), 82-105. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/508>
- Liberty Seguros. (30 de junio de 2021). *Microempresas y las pequeñas y medianas empresas festejaron su día*. Confirmado.net. <https://confirmado.net/2021/06/30/microempresas-y-las-pequenas-y-medianas-empresas-festejaron-su-dia/>
- Medina, M. y Mera, L. (septiembre-octubre de 2023). El Impacto del Microcrédito en Ecuador y Cómo ha Influido en la Implementación de Cajas Rurales y Bonos Sociales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5), 4044-4059. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.8008
- Mendoza, A. (2017). *Consideraciones acerca de las Causas y Efectos de la Inflación y la Deflación en la Economía Ecuatoriana*. [Archivo PDF]. <https://es.scribd.com/document/507876186/Consideraciones-Acerca-de-Las-Causas-y-Efectos-de-La-Inflacion-y-Deflacion-en-La-Economia-Ecuatoriana-Alvaro-Mendoza>

- Ministerio de la Producción, Comercio Exterior. (2022). *Boletín de cifras del Sector Productivo*. [Archivo PDF]. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/07/Boletin-Cifras-Productivas-JUL2022.pdf>
- Molina, I. (2017). *Impacto de la tasa de interés activa en la acumulación del capital del Sector Microempresarial de Guayaquil en el periodo 2010-2015*. [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7419/1/T-UCSG-POS-MFEE-72.pdf>
- Nicola, L. (2015). *Análisis Sectorial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) de la provincia del Guayas, periodo 2011 - 2013*. [Tesis de grado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8956/1/TESIS%20MIPYMES.pdf>
- Observatorio de la PyME. (2021). *¿Sabe usted cuántas empresas tiene el Ecuador y qué porcentaje son consideradas como micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME)?* [Archivo PDF]. https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/faq_53.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (16 de enero 2023). *OIT: empleo en Latinoamérica crecerá apenas 0,9 %*. DW. <https://www.dw.com/es/oit-empleo-en-latinoam%C3%A9rica-crecer%C3%A1-09/a-64402663>
- Raza, D. (2018). Política económica en Ecuador y su capacidad de impacto en el desarrollo. *Revista Internacional De Administración*, (4), 141–151. <https://doi.org/10.32719/25506641.2018.4.7>
- Red de Instituciones Financieras de Desarrollo. (2017). *Techos a tasas de interés impactaron en microcrédito en el Ecuador*. Red de Instituciones Financieras de Desarrollo. <https://www.rfd.org.ec/blog/techos-a-tasas-de-interes-impactaron-en-microcredito-en-el-ecuador>
- Rodríguez, G. Cano, E. y Ruíz, A. (2019). *La competitividad en las microempresas en Manta 2019*. [Archivo PDF]. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n35/2528-7907-rsan-35-00051.pdf>
- Rodríguez, R. y Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *593 digital Publisher CEIT*, 5(5-1), 191-200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Romero, R. y Torres, W. (2022). *El crédito para los microempresarios creció 21,5% a agosto de 2022* [Archivo PDF]. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2022/09/2022-09-12-BP-Evolucion-de-la-Banca-Asobanca.pdf>
- Ron, R. y Sacoto, V. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. *Revista ESPACIOS* 38(53). <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>
- Sánchez, A. Vayas, T. Mayorca, F. y Freire, C. (mayo de 2021). *Evolución del Producto Interno Bruto PIB en Ecuador* [Archivo PDF]. <https://obest.uta.edu.ec/wp-content/uploads/2021/05/Producto-Interno-Bruto-Ecuador.pdf>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, (2024). *Ranking de Compañías*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/index.html>
- Tapia, E. (18 de octubre de 2023). *El 71% de microcréditos se destina a negocios de servicios y comercio*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/microcredito-negocios-banca-pequenas-empresas-crecimiento-ecuador/>
- Uyaguay E., Atencie G., Orellana S. y Ramón, L. (diciembre de 2021). El microcrédito como potenciador del desarrollo local: Análisis de las condiciones de vida. *MASKANA*, 12 (2), 25-33. doi:10.18537/mskn.12.02.04

- Valero, W. (2023). *El Aumento de Tasas de Interés en Ecuador: Impacto de la Subida en Estados Unidos y menor liquidez en la economía*. LinkedIn. <https://es.linkedin.com/pulse/el-aumento-de-tasas-inter%C3%A9s-en-ecuador-impacto-la-subida-valero#:~:text=La%20Disminuci%C3%B3n%20del%20Circulante%20en%20Ecuador,-Otro%20factor%20que&text=La%20falta%20de%20liquidez%20en,la%20actividad%20econ%C3%B3mica%20>
- Vela, J. y Santillán, A. (2022). *El microcrédito: el impulso para la reactivación económica*. [Archivo PDF] <https://asobanca.org.ec/analisis-economico/el-microcredito-el-impulso-para-la-reactivacion-economica/>
- Vellareal, A. y Sebastián, J. (agosto de 2022). *El poder multiplicador del crédito en manos de los ecuatorianos*. Revista Perspectiva. <https://perspectiva.ide.edu.ec/investiga/2022/08/26/el-poder-multiplicador-del-credito-en-manos-de-los-ecuatorianos/>
- Vera, J. Vera, A. y Parrales, M. (septiembre-diciembre de 2020). Crisis Económica del Ecuador una Mirada al Sector Microempresarial Post COVID-19. *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(4), 1–14. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v4.n3.2020.317>



Compromiso del cliente en las plataformas comerciales digitales: Un análisis de factores clave

(Customer Engagement in Digital Commerce Platforms: A Key Factor Analysis)

María Belén Pérez Sarmiento

<https://orcid.org/0009-0002-8523-1790>

Universidad del Azuay, Ecuador. belenperezsarmiento@gmail.com

Cecilia Ugalde

<https://orcid.org/0000-0001-7716-6023>

Universidad del Azuay, Ecuador. cugalde@uazuay.edu.ec

Sofía Virginia Cardoso Landívar

<https://orcid.org/0009-0009-5688-0194>

Universidad del Azuay, Ecuador. sofia.cardoso@ucuenca.edu.ec

Resumen

Este artículo pretende identificar los factores que influyen en el compromiso de los consumidores en entornos online a partir de algunos aspectos determinantes de la confianza. Para lograr el objetivo de investigación se realizaron 414 encuestas a usuarios de una plataforma comercial online. Los resultados obtenidos se estudiaron con un análisis factorial confirmatorio y se corrieron ecuaciones estructurales para despejar las hipótesis. Los resultados del estudio afirman que existe una relación positiva entre la calidad del servicio, su garantía, el diseño web y la confianza en el compromiso que perciben los clientes en entornos online; sin embargo, en temas de políticas de privacidad y seguridad, la hipótesis resultó rechazada.

Palabras clave: compromiso del consumidor, plataformas digitales, aplicaciones online, e-commerce, confianza, calidad del servicio.

Abstract

This article aims to identify the factors that influence consumer commitment in online environments based on some determining aspects of trust. To achieve the research objective, 414 surveys were carried out with users of an online commercial platform. The results obtained were studied with a confirmatory factor analysis and structural equations were run to clarify the hypotheses. The results of the study affirm that there is a positive relationship between the quality of the service, its guarantee, web design and the trust in the commitment that customers perceive in online environments; However, in terms of privacy and security policies, the hypothesis was rejected.

Keywords: consumer engagement, digital platforms, online applications, e-commerce, trust, quality of service.

Recibido: 03/10/2023 | Aceptado: 13/09/2024

<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.752> | Páginas: 24-36

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Pérez Sarmiento, M., Cardoso Landívar, F. y Ugalde, C. (2025). Compromiso del cliente en las plataformas comerciales digitales: Un análisis de factores clave. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 24-36. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.752>

Introducción

Las compras de bienes y servicios por medio de aplicaciones y plataformas digitales se incrementaron a partir de la pandemia del COVID 19 (Muangmee *et al.*, 2021), así como las necesidades del consumidor, las motivaciones de compra y las habilidades tecnológicas de los usuarios han aumentado (Sánchez y Ramírez, 2015). Estos cambios han despertado un gran interés en investigar el comportamiento del consumidor en estas plataformas y en descubrir los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores en las transacciones digitales (Joshi *et al.*, 2021).

El objetivo principal de esta investigación es identificar los factores que inciden en el compromiso de los clientes en entornos en línea. La relevancia de este estudio radica en su potencial para servir como una referencia esencial tanto para aquellos que se encuentran en proceso de lanzamiento de plataformas digitales como para aquellos que ya gestionan entornos en línea o comercian en ellos. Asimismo, los hallazgos de esta investigación resultarán de interés para los investigadores en este campo.

Comercio en línea

Dada su importancia debido al aumento sin precedentes que el comercio electrónico ha tenido en los últimos años a nivel planetario, y a cómo este crecimiento altera la forma en la que se intercambian bienes y servicios, se nota un aumento en la necesidad de estudiar este fenómeno al que la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2023) define como: “la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones” (p. 1). El comercio en línea, por un lado, permite llegar a clientes de todo el mundo, independientemente de su ubicación geográfica; pero por otro, la competencia ahora proviene de miles de sitios web en lugar de solamente competidores locales (Sólomon, 2017).

Las empresas deben desarrollar estrategias de comercio electrónico para mejorar sus balances comerciales tanto en mercados

locales como internacionales (Purnomo, 2023), más aún teniendo en cuenta el peso que la transparencia y la consistencia en las políticas de venta en línea tienen en los consumidores (Kim *et al.*, 2020). Esta competencia será decisiva para la supervivencia de las empresas en un mundo cada vez más competitivo (Cuellar-Fernández *et al.*, 2021), más aún luego de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19, situación que según el informe de la OMC (2020), forzó a muchos consumidores a cambiar la manera en la que se consumen los bienes o servicios, lo que provocará que incrementen los usuarios del Comercio Electrónico y hará que varios gobiernos inviertan en esas plataformas con el fin de crear economías sustentables.

Compromiso del consumidor

Vander Schee *et al.* (2020) definen y operacionalizan el compromiso del consumidor como “un constructo relacional multidimensional consumidor-marca que incorpora elementos afectivos, cognitivos y conductuales de las interacciones consumidor-marca que pueden tener su origen en experiencias de consumo a consumidor o generadas por la marca” (p. 243), mientras que para Vivek *et al.* (2012), el nivel de participación y vinculación de una persona con las ofertas y actividades de una organización que inicia el cliente o la organización se conoce como compromiso del consumidor.

Esta vinculación puede relacionarse con el deseo de comprar en línea, sobre todo cuando el cliente siente confianza y seguridad por el proveedor (Mathur, 2017). Según otros autores, la manifestación de compromiso puede estar en cierta medida determinada por los rasgos sociodemográficos que incluyen el perfil del consumidor (Parrish *et al.*, 2020). El compromiso del consumidor no se queda únicamente a nivel transaccional, sino que influye en todo contacto que este tiene con la empresa ya sea como cliente o como cliente potencial (Vivek *et al.*, 2014).

Compromiso del cliente de plataformas comerciales on-line

En vista de que se ha considerado a la calidad del servicio para intentar explicar el compromiso y la lealtad del cliente (Vera y Trujillo, 2009; VO *et al.*, 2020), es necesario explorar esta relación ya que autores como Salegna y Goodwin (2005) manifiestan que no se lo ha hecho de manera contundente.

Por su parte, Vidrio-Barón *et al.* (2020) afirman que existe relación entre la intención de compra, la lealtad de los clientes y la calidad de servicio, así como también manifiestan que estas dos últimas causan la intención de compra. Sin embargo, Puriwat y Tripopsakul (2014) indican que el compromiso del cliente consiste en más de una dimensión, y que la calidad del servicio conforma uno de los aspectos más importantes que los profesionales deben tener en cuenta para lograr un comportamiento positivo, como un boca a boca deseado entre clientes, lealtad a la marca y finalmente todos los aspectos que engloban su compromiso en general. Con esto se plantea que:

H1: La calidad del servicio influye de manera positiva en el compromiso que siente el cliente hacia las plataformas comerciales online.

Flavián y Guimalú (2006) afirman que cuando el cliente siente riesgos percibidos, como los que existen en las plataformas digitales, es necesario hablar de garantías para resolverlos, lo que con frecuencia genera confianza hacia la marca, ya que únicamente cuando existan garantías de que estos riesgos están controlados, se dará el compromiso. De acuerdo con Vázquez *et al.* (2009) una de las fases más importantes del proceso de compra es la posterior a la venta, lo cual va de la mano con la afirmación de Ziemba *et al.* (2020) quienes afirman que el manejo de quejas y la garantía son importantes para generar compromiso por parte de los consumidores con lo cual se propone evaluar la siguiente relación.

H2: La garantía influye de manera positiva en el compromiso del cliente de plataformas comerciales online.

En vista de que las políticas de seguridad y privacidad son variables de evaluación que con frecuencia forman parte de modelos que explican la confianza del consumidor (San Martín Gutiérrez y Camarero Izquierdo, 2010), y dado que la confianza y el compromiso del cliente son fundamentales al hablar del mercadeo estratégico online (Flavián y Guimalú, 2006), se decidió analizar si las políticas de seguridad y privacidad afectan al compromiso del consumidor. Estudios realizados han demostrado lo que comúnmente se conoce como la paradoja de la privacidad, en la que la preocupación de los usuarios por su privacidad en línea parece estar en contradicción con su comportamiento frecuentemente descuidado. Al respecto, como se observa en el estudio de Barth *et al.* (2019) los usuarios descuidan su privacidad y con ella su seguridad, priorizando otras variables como la funcionalidad, el diseño o los costos, con lo que se sugiere que:

H3: Las políticas de seguridad y privacidad afectan positivamente el compromiso que tiene el cliente de plataformas comerciales online.

Por otro lado, está comprobado que el diseño del sitio web es un antecedente importante que incide en la satisfacción del cliente, lo que a su vez afecta su nivel de compromiso (Molinillo *et al.*, 2021; Ziemba *et al.*, 2020). Dado que “al igual que en el establecimiento tradicional, en la tienda virtual, la atmósfera que rodea al consumidor online tiene efectos significativos en su comportamiento de compra”, es probable que tengamos un compromiso positivo del consumidor si tenemos una plataforma digital bien diseñada (Fransi, 2006, p. 157), con lo que sugerimos que:

H4: El diseño de la plataforma digital influye de manera positiva en el compromiso del cliente de plataformas comerciales en línea.

Para terminar, estudios ratifican que cuando las relaciones en línea se establecen, existe una estrecha relación entre la confianza y el compromiso del consumidor (Vander Schee *et al.*, 2020), esto se debe al hecho de que una mayor confianza aumenta el nivel de compromiso en una relación ya que como Azar *et al.* (2016) manifiestan, basados en la Teoría de Usos y Gratificaciones, la confianza es una de las cinco actitudes del consumidor que motivan el compromiso del consumidor online. Considerando que en internet la percepción de riesgo es mayor al realizar un intercambio, es muy posible que el éxito del compromiso se base en la confianza que el consumidor debe tener (Arghashi y Yuksel, 2022), con lo que se plantea que:

H5: La confianza influye positivamente en el compromiso del cliente de plataformas comerciales en línea.

El modelo causal de los factores que influyen en el compromiso del cliente con las plataformas comerciales en línea ilustra de mejor manera esta propuesta (Figura 1).

Materiales y métodos

Este estudio utiliza un enfoque metodológico cuantitativo y tiene un alcance causal no experimental. Primero, se investigó las plataformas comerciales en línea más exitosas en la comunidad en la que se realizaría la investigación. La plataforma comercial en línea más exitosa tanto por número de usuarios, como por el número y volumen de transacciones fue elegida como objeto de estudio.

Posteriormente, se realizaron encuestas a 414 usuarios de la plataforma objeto de estudio. Los cuestionarios se probaron previamente con 15 usuarios para asegurar su comprensión, las encuestas se aplicaron a través de la plataforma de Google Docs, en la Tabla 1 se puede observar la caracterización de la muestra.

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, se realizó un análisis factorial confirmatorio (AFC) para garantizar la validez y confiabilidad de los instrumentos de medida. Después, se realizó un análisis estructural del modelo causal sugerido para aclarar las hipótesis. Los programas SPSS y EQS se utilizaron para analizar la información.

Figura 1. Modelo causal de los antecedentes del compromiso del cliente en plataformas comerciales online

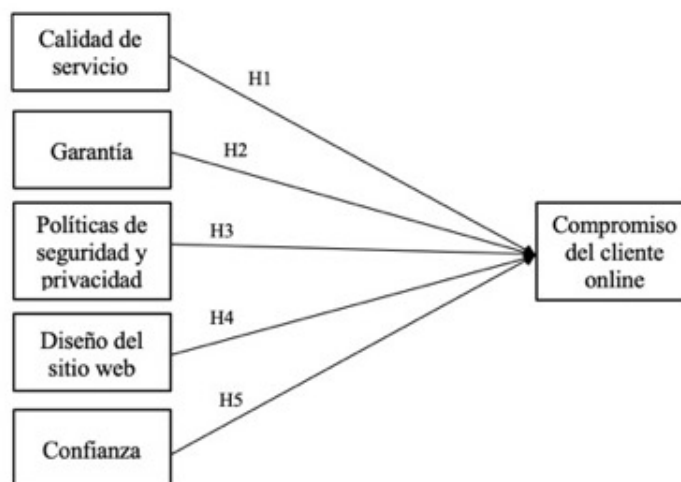


Tabla 1. Descripción de la muestra

Género	Frecuencias	Porcentajes
Femenino	252	60,9 %
Masculino	162	39,1 %
Edad		
15-20	52	12,6 %
24-25	224	54,1 %
26-30	64	15,5 %
31-35	29	7,0 %
36-40	21	5,1 %
41-45	11	2,7 %
46 en adelante	13	3,1 %
Ocupación principal		
Empleado privado/público, profesional o trabajador independiente	192	46,4 %
Ama de casa	12	2,9 %
Estudiante	210	50,7 %

N = 414.

Instrumentos de medida y procedimiento

El estudio tomó como punto de partida escalas previamente utilizadas en el modelo propuesto por San Martín Gutiérrez y Camarero Izquierdo (2010) en su investigación sobre los factores que influyen en la confianza de los compradores en línea, en el cual presentan “un modelo que intenta reflejar el efecto que tienen las señales del sitio web sobre la confianza del consumidor y se compara para un contexto de venta por subasta y el resto de contextos de compra online” (San Martín Gutiérrez y Camarero Izquierdo, 2010, p. 43), dentro de lo que consideramos varios determinantes de confianza (calidad del servicio, garantía, seguridad y privacidad, y diseño de la web), y la confianza misma en la plataforma online, como necesarios para el compromiso del cliente hacia dicha plataforma comercial digital.

Es así que para medir la calidad del servicio, se utilizó una escala de cuatro preguntas elaborada por San Martín Gutiérrez y Camarero Izquierdo (2010) a partir de las propuestas de Burke (2002), Montoya-Weiss *et al.* (2003), y Harris y Goode (2004); para la garantía se utilizó una única pregunta elaborada por San Martín Gutiérrez y

Camarero Izquierdo (2010); mientras que la seguridad y privacidad se midió con una escala de cuatro preguntas elaborada por San Martín Gutiérrez y Camarero Izquierdo (2010) basada en los trabajos de Harris y Goode (2004) y Montoya-Weiss *et al.* (2003). Por su parte, el diseño del sitio Web también se midió con una escala adaptada por Martín Gutiérrez y Camarero Izquierdo (2010) a partir de las propuestas de Burke (2002), Montoya-Weiss *et al.* (2003), y Harris y Goode (2004) con tres ítems; mientras que la confianza se midió con una escala de seis ítems adaptada por Martín Gutiérrez y Camarero Izquierdo (2010) a partir de las propuestas de Ganesan (1994) y Doney y Cannon (1997), adaptadas al contexto online por Roy *et al.* (2001) y Harris y Goode (2004). Finalmente, el compromiso del cliente se midió con una adaptación propia de la escala de Vivek *et al.* (2014), una escala multidimensional generalizada para medir el compromiso del cliente a través de siete ítems.

Todos los ítems se midieron con una escala de Likert de 5 puntos que iba desde “muy en desacuerdo” hasta “muy de acuerdo”. Además, se incluyeron preguntas generales como la edad, ocupación, frecuencia de uso de la plataforma digital, tiempo que demora

en hacer una compra o tiempo que dedica al uso de la plataforma. El detalle de las escalas se encuentra en la Tabla 2.

Tabla 2. Escalas de medida utilizadas

Variables	Ítems
Calidad del servicio	CAL1 Proporciona información amplia y detallada sobre productos y servicios que ofrece CAL2 Ofrecen una gran variedad de productos CAL3 Cumplen las condiciones prometidas de calidad y plazos de entrega CAL4 Ofrecen productos con una buena relación calidad - precio
Garantía	GAR1 Se ofrece una garantía que cubre posibles imprevistos o fallos del producto/servicio
Seguridad y privacidad	SEG1 Es seguro y tiene una política de privacidad con los datos de los clientes SEG2 Se informa sobre sus políticas de seguridad y privacidad SEG3 Me siento seguro cuando envío información personal SEG4 Creo que se respetan mis derechos de protección de datos
Diseño del sitio web	DIS1 Es fácil navegar DIS2 Tiene imágenes y es entretenido comprar DIS3 Se presenta un diseño atractivo, moderno y profesional
Confianza	CON1 Creo que en este sitio web cumplen lo prometido CON2 La información ofrecida en este sitio web es sincera y honesta CON3 Creo que puedo fiarme de este sitio web CON4 En este sitio web nunca se realizan falsas afirmaciones CON5 Este sitio web se caracteriza por su franqueza y transparencia al ofrecer sus servicios al usuario CON6 Creo que este sitio web es competente para realizar su trabajo
Compromiso del consumidor	CC1 (Nombre de plataforma comercial digital) tiene muchas ventajas como resultado. CC2 Me gusta (Nombre de plataforma comercial digital) porque me beneficia al final. CC3 (Nombre de plataforma comercial digital) es relevante para mis necesidades. CC4 Creo que (Nombre de plataforma comercial digital) se desvive por servir a sus clientes. CC5 Creo que (Nombre de plataforma comercial digital) siempre trata de hacer lo correcto para sus clientes. CC6 Creo que (Nombre de plataforma comercial digital) tiene una preocupación genuina por sus clientes. CC7 Tengo la intención de seguir utilizando (Nombre de plataforma comercial digital) en el futuro.

Resultados y discusión

Análisis factorial confirmatorio

Como punto de partida, se verificó si el instrumento de medida tenía fiabilidad y validez a través de un AFC. Algunos datos como la matriz residual de covarianzas agrupada hacia el centro, indican un buen ajuste del modelo, así como que no hay correlaciones mayores a uno, ni cargas factoriales estandarizadas fuera del intervalo (-1, +1) o estimaciones negativas en las varianzas.

Por su parte, el RMSEA (*Root Mean Square of Error Approximation*) (0,091) está un poco alto, y el CFI (*Comparative Fit Index*) (0,885) se encuentra al límite de lo aceptado. Sin embargo, las cargas factoriales son de 0,60 o superiores, lo que de acuerdo con Bagozzi y Yi (1988) es aceptable, y en promedio cada factor tiene valores de ,70 (Hair *et al.*, 1998) o superiores, con lo que se puede en términos generales hablar de un ajuste aceptable del modelo.

La fiabilidad del instrumento de medida se determinó a través del α (alpha) de Cronbach (1951), el que en todos los casos presentan valores superiores a 0,70 que es lo esperado para este tipo de estudios (Nunnally y Bernstein, 1994). Además, se realizó el análisis de la fiabilidad compuesta (CR), la que al presentar valores superiores a 0,70 en todos los factores, corrobora los resultados del α (Alpha) de Cronbach. Por otro lado, se realizó el análisis de la varianza extraída promedio (AVE), que nos permite saber cuánto representa lo que se explica del factor versus lo que no se explica (Fornell y Larcker, 1981), y en todos los casos, obtuvimos resultados superiores a 0,50 que es lo óptimo para este indicador (Tabla 3).

Si los ítems de las escalas son significativos y tienen una fuerte correlación con las variables que se supone que miden, un modelo tiene validez convergente. Para lograr esto, primero verificamos que las cargas de los factores de todos los ítems eran significativas; además, evaluamos el tamaño de las cargas estandarizadas de los factores, que presentan valores dentro de límites aceptables, lo que significa que no se requiere la eliminación de

ningún ítem. Por lo tanto, se puede concluir que la herramienta de medición tiene validez convergente.

El examen del intervalo de confianza (Anderson y Gerbing, 1988) y el examen de la varianza extraída (Fornell y Larcker, 1981) se utilizan para evaluar la validez discriminante, que se refiere al grado en que un constructo es realmente diferente de los demás. La validez discriminante de nuestro instrumento de medida se evidencia en ambas pruebas (Tabla 4).

Testeo de hipótesis

La Tabla 5 del testeo de hipótesis muestra que todas las hipótesis, excepto la tercera, se corroboran. Los resultados demuestran que la calidad del servicio influye positivamente en el compromiso del cliente en las plataformas comerciales online ($\beta = 0,335$, $p < 0,01$), con lo cual se acepta la H1, lo que va de la mano con otros estudios que corroboran la influencia positiva que la calidad del servicio tiene en el compromiso de los clientes en general (Islam *et al.*, 2019; Prentice *et al.*, 2019). Esto demuestra que cuando un cliente recibe un buen servicio, se compromete positivamente con la aplicación, la usará y la recomendará. Si la calidad falla, esto también podría tener un efecto contrario, ya que si el cliente cree que la calidad es mala, perderá interés y no sentirá un compromiso que le empuje a comprar más en la plataforma.

El análisis de la H2 demuestra que como se esperaba, la garantía está positivamente relacionada con el compromiso del cliente de las plataformas comerciales en línea ($\beta = 0,229$, $p < 0,01$). En otras palabras, al usuario le interesa tener la certeza de que si se produce un daño potencial en un producto que compre a través de la plataforma, sus responsables pueden remediarlo, lo que se corrobora con el estudio que indica que el compromiso del cliente se da únicamente cuando existen estas garantías, el hecho de que estos conflictos o riesgos se controlan efectivamente (Haq *et al.*, 2021; Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD], 2016).

Tabla 3. Determinantes del compromiso hacia la plataforma comercial digital

Variables	Indicadores	Cargas estandarizadas	Valor t	CA	CR	AVE
Calidad de servicio	CAL1	0,714**	15.762	0,83	0,83	0,55
	CAL2	0,712**	15.691			
	CAL3	0,748**	16.809			
	CAL4	0,785**	17.984			
Garantía	GAR1	1,000**	28.460	-	1	1
Seguridad y privacidad	SEG1	0,731**	16.643	0,88	0,88	0,66
	SEG2	0,688**	15.327			
	SEG3	0,887**	22.151			
	SEG4	0,909**	23.062			
Diseño del sitio web	DIS1	0,810**	19.123	0,88	0,86	0,72
	DIS2	0,884**	21.833			
	DIS3	0,851**	20.571			
Confianza	CON1	0,840**	20.687	0,94	0,94	0,72
	CON2	0,846**	20.946			
	CON3	0,894**	22.922			
	CON4	0,798**	19.135			
	CON5	0,846**	20.931			
	CON6	0,861**	21.524			
Compromiso del cliente	CC1	0,740**	16.932	0,90	0,90	0,57
	CC2	0,796**	18.821			
	CC3	0,756**	17.437			
	CC4	0,728**	16.551			
	CC5	0,793**	18.725			
	CC6	0,791**	18.640			
	CC7	0,652**	14.288			

$\chi^2(260df) = 1135,910$; NFI = 0,86; NNFI = 0,87; CFI = 0,89; IFI = 0,89; RMSEA = 0,091

Nota. N = 414; * $p < ,05$; ** $p < ,01$.; CA = α de Cronbach; CR = fiabilidad compuesta; AVE = varianza extraída promedio.

Tabla 4. Validez discriminante e intervalos de valor

	1	2	3	4	5	6
1. Calidad de servicio	0,55	0,14	0,31	0,50	0,65	0,59
2. Garantía	(0,28;0,47)	1,00	0,20	0,10	0,08	0,20
3. Seguridad y privacidad	(0,48;0,65)	(0,36;0,53)	0,66	0,26	0,42	0,33
4. Diseño del sitio Web	(0,65;0,78)	(0,22;0,41)	(0,43;0,60)	0,72	0,52	0,45
5. Confianza	(0,76;0,86)	(0,20;0,39)	(0,58;0,72)	(0,67;0,78)	0,72	0,56
6. Compromiso del cliente	(0,72;0,83)	(0,37;0,53)	(0,50;0,65)	(0,61;0,74)	(0,70;0,80)	0,57

Nota. Las variaciones extraídas se encuentran en la diagonal, el intervalo de confianza entre los indicadores se encuentra en el triángulo inferior y las correlaciones al cuadrado en el triángulo superior.

Tabla 5. Testeo de hipótesis

Hipótesis			β estandarizado	Valor t
H1	Calidad de servicio $\rightarrow$ Compromiso cliente	Acepta	0,335**	3,799
H2	Garantía $\rightarrow$ Compromiso cliente	Acepta	0,229**	3,758
H3	Seguridad y privacidad $\rightarrow$ Compromiso cliente	Rechaza	0,006	0,107
H4	Diseño del sitio Web $\rightarrow$ Compromiso cliente	Acepta	0,124*	2,005
H5	Confianza $\rightarrow$ Compromiso cliente	Acepta	0,305**	3,510

$X^2(261df) = 1135,919$; ($p < ,05$); RMSEA (90% CI) = 0,091 (0,085;0,096); CFI=,89; NNFI=,89

** $p < ,01$; * $p < ,05$

En cuanto a la H3, como ya se mencionó, se rechaza al no tener una carga factorial significativa. Con lo cual se puede afirmar que las políticas de seguridad y privacidad no tienen un impacto en el compromiso del cliente como inicialmente se esperaba. Esto no es una sorpresa, ya que los temas de seguridad y privacidad son variables de evaluación que frecuentemente se incluyen en modelos que explican la confianza del consumidor (San Martín Gutiérrez y Camarero Izquierdo, 2010). Sin embargo, no tienen un impacto directo en el compromiso del cliente lo que explica que a pesar de que las plataformas comerciales online pueden generar un alto grado de compromiso por parte de sus usuarios, estos aún no sienten preocupación por temas relacionados con la seguridad y privacidad, sobre todo si es que confían en la plataforma y en las garantías que ofrece. Este resultado también va de la mano con lo expuesto sobre la paradoja de la seguridad (Barth *et al.*, 2019).

Por otro lado, la H4 también se corrobora, lo que implica que el diseño de la plataforma digital en línea influye de manera positiva en el compromiso del cliente ($\beta = 0,124$, $p < 0,05$), resultado que ratifica estudios anteriores que manifiestan que el diseño es un antecedente de la satisfacción del cliente y finalmente de su compromiso (Molinillo *et al.*, 2021; Ziemba *et al.*, 2020). El diseño del sitio web hace referencia, entre otras cosas, al grado de usabilidad, la facilidad con la que los clientes pueden completar el proceso de compra, el atractivo del sitio web, el grado de claridad y exposición de la información que posee la

plataforma electrónica y/o las opciones que ofrece el sitio web (Prado *et al.*, 2013).

Por último, se acepta la H5, que plantea que la confianza se relaciona positivamente con el compromiso del cliente de plataformas comerciales online ($\beta = 0,305$, $p < 0,01$), aspecto que coincide con los resultados de otras investigaciones que constatan la cercana relación que existe entre ambas variables, lo que a su vez puede llevar hacia una influencia positiva en lealtad o boca a boca (Agyei *et al.*, 2020; Poudel *et al.*, 2023).

Conclusiones

Según los hallazgos de esta investigación, hay una variedad de elementos, incluida la calidad del servicio, la garantía, el diseño web y la confianza, que tienen un impacto positivo en el compromiso de los clientes para realizar transacciones comerciales a través de plataformas digitales. Estos hallazgos respaldan la importancia de brindar un servicio de calidad, ofrecer garantías sólidas, diseñar sitios web atractivos y fomentar la confianza para promover el compromiso del cliente en transacciones comerciales en línea. En conclusión, estos resultados demuestran que la calidad del servicio, la garantía, el diseño web y la confianza son elementos cruciales para fomentar el compromiso del cliente en transacciones comerciales en línea.

El hecho de que no se comprobó que la variable de políticas de seguridad y privacidad influya de manera positiva en el compromiso del cliente introduce un nuevo tema de investigación en discusión que podría

explicar por qué no hay una relación entre estas dos variantes, ya que otros estudios indican que la seguridad y privacidad están relacionadas con la confianza, con lo cual se esperaría que de esta confianza se influya también en el compromiso. Sin embargo, es importante destacar que se requiere de investigación adicional para comprender la falta de influencia positiva de las políticas de seguridad y privacidad en el compromiso del cliente en transacciones comerciales en línea, así como la paradoja de la seguridad mencionada sobre el tema.

El estudio se realizó con respecto a una plataforma de comercio electrónico en un entorno local (Cuenca, Ecuador). Sin embargo, sería interesante realizar investigaciones adicionales que puedan ampliar el alcance y generalizar los resultados a nivel nacional o internacional.

Para investigaciones posteriores, se pueden emplear además otros modelos de entornos en línea que tengan en cuenta factores específicos como la facilidad de uso, la comodidad y el apego a la marca.

Referencias bibliográficas

- Anderson, J. C. y Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423. <http://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Agyei, J., Sun, S., Abrokwah, E., Penney, E. K. y Ofori-Boafo, R. (2020). Influence of Trust on Customer Engagement: Empirical Evidence From the Insurance Industry in Ghana. *Sage Open*, 10(1). <https://doi.org/10.1177/2158244019899104>
- Arghashi, V. y Yuksel, C. A. (2022). Interactivity, Inspiration, and Perceived Usefulness! How retailers' AR-apps improve consumer engagement through flow. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102756. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102756>
- Azar, S., Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L. y Mendes, A. (2016). Motivations to interact with brands on Facebook – Towards a typology of consumer–brand interactions. *Journal of Brand Management*, 23, 153–178. <https://doi.org/10.1057/bm.2016.3>
- Bagozzi, R. P. y Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94. <http://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Bagozzi, R. P. y Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 8–34. <http://doi.org/10.1007/s11747-011-0278-x>
- Barth, S., de Jong, M. D., Junger, M., Hartel, P. H. y Roppelt, J. C. (2019). Putting the privacy paradox to the test: Online privacy and security behaviors among users with technical knowledge, privacy awareness, and financial resources. *Telematics and informatics*, 41, 55–69. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.03.003>
- Burke, R.R. (2002). Technology and the customer interface: what consumers want in the physical and virtual store. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30, 411–432. <https://doi.org/10.1177/009207002236914>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <http://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Cuellar-Fernández, B., Fuertes-Callén, Y. y Serrano-Cinca, C. (2021). Survival of e-commerce entrepreneurs: The importance of brick-and-click and internationalization strategies. *Electronic Commerce Research and Applications*, 46, 101035. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2021.101035>
- Doney, P.M. y Cannon, J.P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61, 35–51. <https://doi.org/10.1177/002224299706100203>

- Flavián, C. y Guimaliú, M. (2006). La Confianza y el Compromiso en las Relaciones a través de Internet. Dos Pilares Básicos del Marketing Estratégico en la Red. *Cuadernos de Economía Y Dirección de La Empresa*, (29), 133–160. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2385983>
- Fornell, C. y Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388. <http://doi.org/10.2307/3150980>
- Fransi, E.C. (2006). El merchandising en el establecimiento virtual: una aproximación al diseño y la usabilidad. *Esic-Market*, 37(123), 139–163. <http://hdl.handle.net/10459.1/30310>
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 58(2), 1-19. <https://doi.org/10.1177/002224299405800201>
- Joshi, S., Sharma, M., Bisht, P. y Singh, S. (2021). Explaining the factors influencing consumer perception, adoption readiness, and perceived usefulness toward digital transactions: online retailing experience of millennials in India. *Journal of Operations and Strategic Planning*, 4(2), 202-223. <https://doi.org/10.1177/2516600X211052649>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. y Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Englewood Cliff.
- Haq, M., Ikhsan, R., Prabowo, H., Wijaya, L. y Benhardy, K. (2021). Product Guarantee as a Determining Intention to Purchase Fashion in E-Commerce. *2021 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 1, 18-22. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech53080.2021.9534975>
- Harris, L.C. y Goode, M.M.H. (2004). The four levels of loyalty and the pivotal role of trust: a study of on-line service dynamics. *Journal of Retailing*, 80(2), 139-158. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2004.04.002>
- Islam, J. U., Hollebeek, L. D., Rahman, Z., Khan, I. y Rasool, A. (2019). Customer engagement in the service context: An empirical investigation of the construct, its antecedents and consequences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 277-285. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.018>
- Kim, H.Y., Lee, Y., Cho, E. y Jung, Y.J. (2020). Digital atmosphere of fashion retail stores. *Fash Text*, 7(30). <https://doi.org/10.1186/s40691-020-00217-6>
- Mathur, D. (2017). A Survey of Awareness about Security in E-payment System. *International Journal of Mechanical Engineering and Information Technology*, 5(03), 1846-1850. <http://dx.doi.org/10.18535/ijmeit/v5i3.01>
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R. y Liébana-Cabanillas, F. (2021). Social commerce website design, perceived value and loyalty behavior intentions: The moderating roles of gender, age and frequency of use. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102404. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102404>
- Montoya-Weiss, M.M., Voss, G.B. y Grewal, D. (2003). Determinants of online channel use and overall satisfaction with a relational, multichannel service provider. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31, 448-458. <https://doi.org/10.1177/0092070303254408>
- Muangmee, C., Kot, S., Meekawunghorn, N., Kassakorn, N. y Khalid, B. (2021). Factors determining the behavioral intention of using food delivery apps during COVID-19 pandemics. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 16(5), 1297-1310. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050073>
- Nunnally, J. C. y Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (Vol. 3). Mac Graw-Hill.

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2016). Online Product Safety: Trends and Challenges. *OECD Digital Economy Papers, No. 261*. <https://doi.org/10.1787/5jlnb5q93jlt-en>
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *Un informe de la OMC examina el papel del comercio electrónico durante la pandemia de COVID-19*. Organización Mundial del Comercio. https://www.wto.org/spanish/news_s/news20_s/rese_04may20_s.htm
- Organización Mundial del Comercio. (2023). *Comercio electrónico*. Organización Mundial del Comercio. https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm
- Parrish, B., Heptonstall, P., Gross, R. y Sovacool, B. K. (2020). A systematic review of motivations, enablers and barriers for consumer engagement with residential demand response. *Energy Policy, 138*, 111221. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111221>
- Poudel, O., Acharya, P. y Simkhada, D. (2023). Fortifying Trust, Security, and Privacy in Online Trading Systems: Unlocking their Paramount Significance. *Journal of Balkumari College*. <https://doi.org/10.3126/jbk.v12i1.60419>
- Prentice, C., Wang, X. y Loureiro, S. M. C. (2019). The influence of brand experience and service quality on customer engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services, 50*, 50-59. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.04.020>
- Puriwat, W. y Tripopsakul, S. (2014). The Investigation of the Influence of Service Quality toward Customer Engagement in Service Dominant Industries in Thailand, *3rd International Conference on Business, Management and Governance IPEDR, 82*, 42-49. <https://doi.org/10.7763/IPEDR.2014.V82.7>
- Purnomo, Y. J. (2023). Digital Marketing Strategy to Increase Sales Conversion on E-commerce Platforms. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN), 1(2)*, 54-62. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.23>
- Prado, R., Blanco, A. y Mercado, C. (2013). Satisfacción, lealtad y compromiso en entornos on-line. *ESIC Market, 44(145)*, 167-189. <https://doi.org/10.7200/esicm.145.0442.4e>
- Roy, M., Dewit, O. y Aubert, B. (2001). The impact of interface usability on trust in web. *Retailer, Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, 11(5)*, 388-398. <https://doi.org/10.1108/10662240110410165>
- Salegna, G. J. y Goodwin, S. A. (2005). Consumer loyalty to service providers: an integrated conceptual model. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 18*, 51-67. <https://jcsdcb.com/index.php/JCSDCB/article/view/55>
- San Martín Gutiérrez, S. y Camarero Izquierdo, C. (2010). Determinants of online buyer trust. A comparison with the auction system. *Cuadernos de Gestion, 10(3)*, 43-61. <https://doi.org/10.5295/cdg.100187ss>
- Sánchez, M. y Ramírez, L. (2015). *Uso de las apps para el consumo de productos y servicios*. México. XX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, México. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2015/15.10.pdf>
- Sólomon, M. R. (2017). Comportamiento del Consumidor. In *Comportamiento del Consumidor* (pp. 358-386). Pearson.
- Vander Schee, B. A., Peltier, J. y Dahl, A. J. (2020). Antecedent consumer factors, consequential branding outcomes and measures of online consumer engagement: current research and future directions. *Journal of Research in Interactive Marketing, 14(2)*, 239-268. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2020-0010>
- Vázquez, R., Del Río, M.B. y Suárez, L. (2009). Las Agencias de viajes virtuales: ¿Cómo analizar la calidad del e-servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente? *Universia Business Review, 24*, 122-143. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43312278008>

- Vera, J. y Trujillo, A. (2009). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente, *Panorama Socioeconómico* 27(38), 16–30. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39912023003>
- Vidrio-Barón, S. B., Rebolledo-Mendoza, A. R. y Galindo-Salvador, S. D. (2020). Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación administrativa*, 49(125). <https://doi.org/10.35426/iav49n125.02>
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., Dalela, V. y Morgan, R. M. (2014). A Generalized Multidimensional Scale for Measuring Customer Engagement. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 22(4), 401–420. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679220404>
- Vivek, S. D., Beatty, S. E. y Morgan, R. M. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 122–146. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200201>
- VO, N. T., Chovancová, M. y Tri, H. T. (2020). The impact of E-service quality on the customer satisfaction and consumer engagement behaviors toward luxury hotels. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(5), 499–523. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1695701>
- Ziembra, E., Eisenhardt, M., Mullins, R. y Dettmer, S. (2022). Consumer engagement in business process innovation–ICT companies cases from Poland and UK. *Journal of Computer Information Systems*, 62(2), 302–315. <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1808865>



Interacción digital y aspectos de la personalidad en estudiantes de una institución educativa

(Digital interaction and aspects of personality in students of an educational institution)

Selene Jael Enríquez Acosta

<https://orcid.org/0009-0003-1855-4925>

Ministerio de Inclusión Económicas y Social, Ecuador. selene.932226@hotmail.com

Máximo Fernando Tubay Moreira

<https://orcid.org/0000-0003-2196-4506>

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador. mtubay@utb.edu.ec

Bryan Patricio Zambrano Moran

<https://orcid.org/0009-0006-7804-2317>

Fundación Manabí Cambiando Vidas, Ecuador. bryanshaq19995@hotmail.com

Derian Leonel Yépez Almeida

<https://orcid.org/0009-0001-6414-1561>

Unidad Educativa Nicolás Infante Díaz, Ecuador. derianyopez95@gmail.com

Resumen

La data instalada en la nube de internet, de acceso ilimitado para niños, jóvenes y adultos, contiene una inmensa cantidad de información que engloba información de todos los ámbitos, que beneficia al crecimiento del conocimiento. En el presente estudio se trató de establecer la incidencia de la interacción digital en la personalidad de los estudiantes de una institución educativa, por medio de una investigación bibliográfica y documental que sustentó teóricamente el trabajo realizado, detallando el uso de la investigación de campo que se ejecutó entre maestros y adolescentes estudiantes. De los resultados que se obtuvieron se destaca que un porcentaje considerable de padres de familia afirman que sus hijos buscan la aceptación y simpatía con publicaciones y subida de contenidos en redes sociales, a las que se suman las reacciones y comentarios que se generan. Al final, se determinó que la interacción digital, por medio de las plataformas digitales, se desarrolla como un espacio en la que los jóvenes se expresan y comparten información personal, como también comunican sus inclinaciones y opiniones sobre ciertos temas, lo que disminuye la posibilidad de que se genere un lazo social entre sus familiares y pares, para consolidar aspectos predominantes de su personalidad.

Palabras clave: interacción digital, aspectos de la personalidad, redes sociales, emociones.

Abstract

The data installed in the Internet cloud, with unlimited access for children, young people and adults, contains an immense amount of information that encompasses information from all areas, which benefits the growth of knowledge. In the present study, an attempt was made to establish the impact of digital interaction on the personality of the students of an educational institution, through bibliographic and documentary research that theoretically supported the work carried out, detailing the use of field research that was carried out. carried out among teachers and adolescent students. From the results obtained, it stands out that a considerable percentage of parents affirm that their children seek acceptance and sympathy with publications and uploading of content on social networks, to which are added the reactions and comments that are generated. In the end, it was determined that digital interaction, through digital platforms, develops as a space in which young people express themselves and share personal information, as well as communicate their inclinations and opinions on certain topics, which reduces the possibility to generate a social bond between their families and peers, to consolidate predominant aspects of their personality.

Keywords: digital interaction, aspects of personality, social networks, emotions

Recibido:19/05/2024 | Aceptado: 24/07/2024

<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.882> | Páginas: 37-47

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Enríquez Acosta, S., Tubay Moreira, M., Zambrano Moran, B. y Yépez Almeida, D. (2025). Interacción digital y aspectos de la personalidad en estudiantes de una institución educativa. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 37-47. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.882>

Introducción

Las redes sociales han generado que los individuos, especialmente los adolescentes, dediquen algunas horas al día a la actividad de interactuar en estas plataformas, viendo y subiendo contenidos, contactando a gente y siguiendo a celebridades o influencers que generan información que es consumida por una gran cantidad de jóvenes estudiantes. En ciertos casos, muchos estudiantes que interactúan por estos canales digitales posponen muchas de sus actividades sociales y académicas, por tratar de mantenerse actualizado, teniendo acceso a la inmediatez de lo que ocurre a nivel global y también en sus círculos de amistades o compañeros, que comparten permanentemente fotos, comentarios, reels, etc.

La interacción en redes sociales está generando un sinnúmero de dificultades que repercuten en el rendimiento de los adolescentes, posponiendo actividades de manera permanente, sin asumir o tener en consideración las consecuencias de estas decisiones, en la que priorizan estar conectados y ver las últimas actualizaciones en redes. Así mismo, la posibilidad de poder estar conectados de manera frecuente fomenta en el estudiante la imperiosa necesidad de querer estar conectados todo el día, concentrando tiempo y recursos a actividades que no les aportarán lo que es necesario para formar sus aspectos de la personalidad, que les ayudará a encarar la vida de la mejor manera.

La etapa de la adolescencia es trascendental para muchos de los progresos que se deben dar antes de llegar a la adultez, como el hecho de que se genere un sentimiento de querer tener más espacio y libertad para realizar ciertas actividades, como estar con los amigos, practicar algún deporte, salidas y paseos con compañeros y amigos. En esa búsqueda incesante de gestionar por ellos mismos, respuestas a las interrogantes que se van generando a partir de la obtención de información, que es de acceso libre en las plataformas digitales y que estos llegan a compartir y tener como propia, convirtiéndose en mucho de los casos, en su versión original

de las cosas, que aceptaran plenamente como la verdad.

Según Rodríguez (2022) la identidad ocurrirá y concederá al individuo la posibilidad singular de discernimiento, llegando a ser la primordial manera de comunicarse del sujeto, su imagen misma, por razón de que desde el principio se establece como la relevante opinión relacionándose con el contexto de él; permite alteraciones, pero jamás se desenlaza de la persona que la muestra. Es decir, se debe destacar la diferencia entre las concepciones de imagen personal e identidad, ya que no tienen el mismo significado, siendo la primera inseparable al ser humano, mientras que la segunda trabaja como constructo social y se corresponde con la autoestima propia.

En la etapa de la adolescencia, es trascendental que se tenga acceso a información objetiva de fuentes confiables, como los padres y familiares, que son un componente elemental para sobrellevar los avatares que van apareciendo en esta etapa. La adolescencia está llena de muchas interpretaciones subjetivas que pueden entorpecer algunos procesos que deben ser llevados de manera singular, evitando que se genere un contexto conflictivo, impidiendo la socialización de la información que los jóvenes encuentran o consultan en las plataformas digitales, en las cuales confluyen un sinnúmero de información de libre acceso que incidirá de manera segura en algunos de los aspectos de la personalidad del sujeto.

Se debe recordar que la personalidad corresponde a aquellas características generales como el modo de pensar, proceder y actuar de una persona. Son respuestas que se brindan de manera permanente, siendo el fruto de factores biológicos y psicológicos ampliamente enraizados, por lo que la misma llega a ser difícil de transformar. La personalidad se encuentra constituida por factores complejos y de toda índole (además de psicológicos, ambientales, biológicos, sociales e incluso idiosincráticos), siendo un constructo social, que debe ser sostenido, contenido y motivado por los adultos que rodean al adolescente.

Ante esto, se recomienda psicoeducación a padres, adolescentes e institutos de educación para que puedan manejar estos fenómenos sociales y poder mejorarlos, para de esta forma, crear una sociedad empática y respetuosa unos con otros para mejorar nuestra sociedad. Además, sería importante que este tipo de investigaciones se empleen en otros lugares y diferentes poblaciones para poder comparar y conocer las diferencias y similitudes que puede haber (Jaramillo y Ramos, 2023).

En el presente trabajo se destacaron investigaciones que se relacionaron con los aspectos de la personalidad, las dificultades en el contexto familiar, la incidencia de la formación de la autoestima en el sujeto, el lazo social, la importancia de las amistades en el contexto de la adolescencia, así como también los desafíos de esta. El análisis de estos temas permitió concluir sobre las consecuencias cuando los adolescentes contraponen lo aprendido en casa, al darle prioridad al contenido que consumen en las plataformas digitales, limitando con ello la posibilidad que tienen los progenitores de llegar a sus hijos con un mensaje más contundente que ayude a gestionar mejor las emociones del sujeto.

Las referencias de temáticas que ofertan las plataformas digitales forman parte en algunos casos de la formación integral de la personalidad de los adolescentes, debido a que, en muchos de los casos, son la única fuente de referencia que tienen de algunos de los temas con los que se enfrentan en su día a día. Esto se da por razón del abandono o ausencia de sus progenitores y de la influencia que deberían tener en las vidas de sus hijos, con lo que se ve limitada la posibilidad de que los adolescentes tengan información objetiva sobre mucho de los temas que tienen la imperiosa necesidad de conocer, para hacer frente a las situaciones cotidianas por las que deben transitar.

Entonces, a pesar de que el mundo de las interacciones en donde el lazo social es prioritario, las plataformas digitales viabilizan una mayor flexibilidad en razón a la imagen que se podría exhibir, subrayando la extensión performativa. Así mismo, las referencias especializadas de estos canales digitales

diseñan argumentos significativos en relación con la autopresentación, como cuáles son los términos entre exhibir la mejor fotografía de uno mismo y alterar la propia imagen para responder a las expectativas del grupo de pares que compone la audiencia (Gómez y Jiménez, 2022).

Para Lopez y Artuch (2022) la diversidad y la multiplicidad social son circunstancias que determinan a un colectivo y especifican las aulas de alguna institución educativa; sin embargo, el poder identificar con referencias cómo enfrentar la variedad es un elemento prioritario, el cual beneficia el establecimiento de mediaciones pertinentes para optimizar la estadía en los procesos educativos. Por ejemplo, la ejecución de indagaciones que benefician la comprensión de las particularidades de los estudiantes con el propósito de adecuar los métodos y técnicas a las condiciones, habilidades de aprendizaje y las personalidades, entre otros aspectos que ayudarán a mejorar la enseñanza y el aprendizaje de los sujetos educativos.

Por lo anterior, se hace indispensable desarrollar investigaciones de este tipo, con la finalidad de que se expongan los resultados, para que sirvan como consulta para la toma de decisiones, considerando que en la actualidad el uso del internet, junto con el acceso a plataformas digitales o redes sociales, se ha convertido en algo rutinario.

El internet y las plataformas digitales han dejado de lado, en muchos de los casos, la comunicación con el otro, el lazo social, por dar lugar a la interacción digital, en la que los adolescentes utilizan avatares o usuarios ocultos, para interactuar con personas, que, en un porcentaje considerable, no conocen ni tienen idea de sus orígenes, influyendo considerablemente en el desarrollo de los aspectos de su personalidad.

Materiales y métodos

La investigación se estableció en el nivel explicativo o de influencia porque permitió constituir predicciones a través de la intervención de las relaciones entre variables, midiendo el grado de relación entre variables

y a partir de ello, estipular tendencias o modelos de comportamiento mayoritario, con la modalidad búsqueda, ya que se buscó la información necesaria para establecer la influencia de la interacción digital en los aspectos de la personalidad en estudiantes adolescentes de la Unidad Educativa Rafael Vásconez Gómez, cantón La Maná.

Se hizo énfasis en la investigación descriptiva, utilizando técnicas como la encuesta, la entrevista y la observación, para explicar la influencia de la interacción digital en los aspectos de la personalidad de los adolescentes. Además, permitió localizar indicadores que sirvieron para definir con mayor certeza lo desconocido o poco estudiado, logrando detallar los aspectos principales a considerar para una futura elaboración de propuesta para fortalecer los aspectos de la personalidad en los adolescentes.

Así mismo, el método científico permitió crear guías, reproducir contextos, del objeto o del problema que se pueda dar durante la investigación. La observación se empleó desde el inicio hasta el final de la investigación con el fin de efectuar una adecuada exploración de campo, que admita dar alternativas de solución a las inquietudes planteadas, y evidenciar la hipótesis del trabajo, en la fase de ejecución de esta.

El presente trabajo se estableció a partir de la tesis de investigación de la psicóloga Selene Enríquez Acosta, estableciendo muestra, considerando la población total de la institución educativa que se conformó de estudiantes y padres de familia, 80 personas de cada grupo, y la cantidad de 10 docentes, a los que también se les aplicó la encuesta. Para el procesamiento de datos se utilizó Excel, y Word y para el análisis de datos se aplicó la inducción y deducción.

La encuesta fue aplicada a los padres de familia, estudiantes y docentes, mediante la aplicación de un cuestionario con preguntas previamente elaboradas, permitiendo obtener información de suma importancia para comprobar el diagnóstico situacional de la investigación.

Resultados

Encuesta aplicada a los estudiantes de la institución educativa

Tabla 1. Medios de comunicación digital influyen en el comportamiento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	18	23 %
No	33	41 %
A veces	29	36 %
Total	80	100 %

En la pregunta sobre si cree que los comentarios que recibe por sus publicaciones en redes sociales, han influenciado en su comportamiento (Tabla 1), 33 estudiantes que equivale el 41 % afirmó que no le han afectado, el 36 %, que son 29 alumnos, contestó que solo han influido en algunas ocasiones y el restante 23 %, 18 educandos, sí se han visto afectados por lo que se comenta de ellos en las plataformas digitales, lo que deja entrever que hay un porcentaje considerable de adolescentes siendo influenciados por lo que consumen en su accionar en los medios digitales.

El acceso a redes sociales, como Instagram, TikTok, Facebook, etc., se ha descontrolado en su uso especialmente en jóvenes, que lo hacen parte elemental de su rutina diaria llegando a ser prácticamente dependientes de la interacción digital en esas plataformas digitales, posponiendo actividades que deben ser ejecutadas diariamente, tales como las escolares e inclusive acciones familiares, debido a que el estar conectados se hace algo elemental para sentirse aceptado, influyendo directamente en la formación de sus rasgos de personalidad, que se verán directamente afectados por lo que dicen o hacen otros. En este sentido, es fundamental que los padres puedan regular el acceso a los dispositivos inteligentes, para que sus hijos puedan ser cuidadosos con el tiempo que dedican a estar conectados.

Es relevante que se destaque, el aumento de la problemática en el tema de adicción, la cual se ha desarrollado en los adolescentes, siendo la principal circunstancia que se relaciona a la pérdida del sueño, debido a las horas que dedica a interactuar en estas plataformas digitales le limitan de manera considerable la actividad del cerebro, que le aumentan su trabajo en los procesos mentales, lo que podría generar la posibilidad de que se incremente el riesgo de enfermedades. La segunda condición es bajar el rendimiento por las labores donde se llega a perjudicar el trabajo académico, doméstico y laboral (Yovera, 2023).

Tabla 2. Inasistencia a clases por interactuar en medios de comunicación digital

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	11	14 %
No	57	71 %
A veces	12	15 %
total	80	100 %

Sobre si ha dejado de asistir a su institución educativa por prolongar la conexión a una plataforma digital, el 71 % contestó que nunca ha desistido de ir a clases por quedarse para interactuar en redes sociales, mientras que el restante 29 % reconoció que sí decidió en algún momento el no ir a clases por quedarse utilizando internet en casa. Este hecho debe llamar la atención de padres de familia y docentes, para poder reforzar la importancia de limitar el tiempo de las actividades que puedan distraer la atención a los procesos educativos y con ello evitar problemas de calificaciones al final de cada parcial o fin de año.

El uso de las redes sociales, por medio de la creación de cuentas y perfiles, se establecen como una situación complicada, debido a que los adolescentes en mucho de los casos no consultan a los adultos que los rodean, sobre el uso adecuado de estos medios o las consecuencias que podrían darse por razón de un mal uso de estas. En la interacción diaria de estos medios de comunicación, los jóvenes se abren emocionalmente y tratan de sostener

relaciones con personas que no conocen, disminuyendo la posibilidad de tener más tiempo para el cumplimiento de las tareas escolares o el de tener actividades presenciales con personas de su entorno, como padres y amigos.

La disminución del perfil colaborativo dentro de la edad universitaria conduce a la necesidad de articular estrategias más consistentes para la apropiación de estos recursos durante esta etapa escolar, en la que se requiere de forma vital contar con competencias y habilidades para una navegación que saque provecho de los recursos digitales disponibles (Lemus *et al.*, 2020).

Tabla 3. Prioridad en conectarse a redes sociales por encima de otras actividades

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	24	30 %
No	31	39 %
A veces	25	31 %
Total	80	100 %

En la consulta sobre si los padres de familia consideran que para sus hijos es elemental interactuar en redes sociales incluso más importante que cumplir con las actividades académicas, el 39 % afirmó que no ocurre esto con sus representados, mientras que un 61 % destacó que por lo general para sus hijos es más prioritario la interacción en redes sociales, que poder cumplir con las tareas escolares asignadas, por lo que se debe fortalecer más la idea en casa, de darle prioridad a las actividades más importantes en la vida de un adolescente, como el hecho de poder educarse y cumplir con sus responsabilidades, tanto en casa como en la institución educativa.

Por otro lado, la exposición continuada de las redes sociales implica la actividad cerebral particularmente en áreas como la corteza prefrontal, siendo esta esencial para procesos cognitivos superiores en la toma de decisiones y razonamiento, cuidando la rutina diaria de niños y adolescentes, quienes a menudo priorizarían la visualización de redes sociales digitales anteponiéndose a otros aspectos de su vida como; la interacción familiar, alimentación, descanso e interacción entre

pares.

Las principales causas para generar una adicción a las redes sociales se encuentran en la fácil disponibilidad de dispositivos con información y entretenimiento infinito; sin embargo, un entorno familiar poco favorable puede intensificar este fenómeno, considerando que, las consecuencias de un mal manejo de las mismas reflejan un daño en la capacidad de memorizar, comunicar, recordar y recopilar información, así como también en desencadenar trastornos de sueño y perjudicar en el desenvolvimiento de actividades escolares, así como la facilidad de irritabilidad y síntomas de abstinencia al no tener o ser quitado el dispositivo (Cárdenas, 2024).

Tabla 4. Buscar la aceptación de otros por sus comentarios en medios sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	19	24 %
No	34	43 %
A veces	27	33 %
Total	80	100 %

Sobre la pregunta de si considera que su hijo o representado comparte comentarios o es parte de discusiones en redes sociales, con el propósito de ganarse la aceptación de otras personas, el 43 % de encuestados confirmaron que no es el caso de sus hijos. Sin embargo, el 57 % de padres de familia afirmó que, por lo general, sus representados buscan la aceptación de otras personas incluyendo desconocidos, con escribir comentarios o interactuar con otros, lo que puede estar influenciando el desarrollo de sus aspectos de la personalidad, con incidencia ajena, que a lo mejor no se conocen o no forman parte de sus círculo social.

El hecho que los adolescentes únicamente utilicen las redes sociales como una herramienta para expandir su círculo social resulta un tanto preocupante, pues existen múltiples riesgos los cuales están presentes para todas las personas al hacer uso de redes sociales con este objetivo, es aún más riesgoso en la adolescencia donde por

sus características los vuelve vulnerables a amenazas, extorsiones, secuestros, violencia y afectaciones emocionales como ansiedad o estrés. Las redes sociales son un arma de doble filo, hoy en día los jóvenes hacen uso de ellas en su mayoría sin ningún tipo de control, las edades estipuladas por los creadores de las plataformas están allí como resultado de investigaciones, fundamentos y resultados para establecer el rango de madurez cognitiva necesario para hacer uso de estas herramientas.

En la actualidad, el adolescente convive con la tecnología, nuevas ideologías, culturas, estructuras sociales, entre otros, por lo cual, el adolescente es el reflejo del entorno simultaneo, en el cual, se desarrolla. No obstante, el adolescente por su fragilidad corre riesgo de caer en el anonimato, distanciamiento social, dificultad para evaluar mensajes, diferenciar el contenido público del privado, exponerse a situaciones de estrés y daños en la visión de sí mismos (Muñoz, 2022).

Tabla 5. Publicaciones en redes sociales, replican contenidos de otros perfiles

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	40 %
No	1	10 %
A veces	5	50 %
Total	10	100 %

En la consulta sobre si considera que lo que comparten los estudiantes en los medios digitales es por razón de buscar la aceptación de los demás, el 90 % de los maestros afirmaron que sus estudiantes persiguen por lo general la aprobación de los demás con sus publicaciones en redes sociales y el 10 % afirmaron que esto no ocurre. La mayoría de los maestros encuestados refirieron que una gran cantidad de sus estudiantes usan redes sociales para agradarle a los demás, por lo que esto puede incidir en que los estudiantes estén teniendo alguna influencia externa que no sea la adecuada.

Es prioritario que se ponga en la mesa de discusión entre lo que se podría relacionar con la cultura y la psicopatología del desarrollo, en la que la alfabetización digital haga

posible que los adolescentes aprendan modos de vinculación saludables, mutuamente satisfactorios; que examinen en el escucha a un sujeto de derechos y, por ende, la agresividad esté ausente (Contini *et al.*, 2022).

En el mismo tema, Castro *et al.* (2020) señalan que los medios digitales han llegado a tener un gran alcance en la sociedad juvenil, siendo un medio de sociabilización entre los adolescentes, qu intereactúan siempre con amigos y/o familiares, inclusive en algunos casos con perfectos desconocidos, generándose mucha inquietud debido a los riesgos, además de que los jóvenes podrían tener la inclinación a desarrollar una adhesión al uso de los medios digitales por razón de que son espacios en donde la dinámica es subir contenido asiduamente.

Entonces, en función de estas actividades, se interactúa con individuos de su misma edad con gustos y costumbres diferentes, en donde se busca el consentimiento y aprobación de los demás. Así mismo, esto puede llegar a desembocar en situaciones como ansiedades, debido a que los jóvenes se ven limitados al uso de redes sociales con el único propósito de gestionar aquel malestar, teniendo la posibilidad de que se dé la obtención de nueva información, pero además de otras situaciones que podrían influir de manera significativa en ellos.

Tabla 6. Redes sociales permiten a los jóvenes el conocer personas y unirse a sus familiares

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	30 %
No	3	30 %
A veces	4	40 %
Total	10	100 %

Sobre la pregunta si consideran que las redes sociales ayudan a que los adolescentes se sientan más cerca de sus familiares y tengan la posibilidad de conocer a otras personas, el 30 % refirió que no ayudan y el 70 % afirmó que por lo general sí sirven como una vía para conocer personas y más que todo contactar a familiares y amigos, con los que no se

tiene un contacto seguido. Sin embargo, es fundamental que los padres de familia estén al pendiente del uso que les den los adolescentes a estas plataformas digitales para conocer, de primera mano, con quién se están contactando.

Las redes sociales se han convertido en entornos digitales donde las personas se integran, interactúan y comparten información. Durante la pandemia, la cantidad de usuarios se masificó; de igual forma el desarrollo de las redes y el recibimiento de las mismas por las personas y las organizaciones se aceleró, convirtiendo los entornos digitales en espacios comunes y muy usados por la comunidad.

La exposición a variados e intensos periodos de tiempo no solo genera una conducta adictiva a las plataformas de rol “para referirnos en este caso a los videojuegos” cualquier actividad que sea repetitiva aparte de ser una actividad pasa a ser un modelo de vida, en este caso es el principio de las conductas adictivas, nacen del proceso de dependencia del sujeto, acción u objeto. Por ello, en este escenario las plataformas virtuales, mensajería o entretenimiento pasan a formar una red de herramientas a disposición del usuario, y las actividades que desempeña durante sus rutinas diarias pueden ser conductas reguladas, intencionales o adictivas (Barajas y Pérez, 2021).

Discusión

El uso y la aplicación de las denominadas herramientas tecnológicas que sirven para informarse y comunicarse (TIC), se han agregado a la rutina de la vida diaria de los individuos en general, generando con ello algunas modificaciones en la manera de vivir y proceder en la rutina diaria, pero además de las bondades que tienen estos dispositivos, está la generación de problemáticas y desajustes en la personalidad y manera de proceder de muchas personas, especialmente los adolescentes, que son los que más se exponen a este tipo de situaciones, por el uso indebido y extralimitado de los mismos.

La agresión reactiva se trata de un comportamiento que sucede como reacción a una amenaza percibida y que suele estar

relacionada con una activación emocional intensa, altos niveles de impulsividad y hostilidad; mientras, la agresión proactiva es una agresión fría, instrumental y organizada, que no requiere de la activación con la que está caracterizada la agresión reactiva y surge para dañar a otros con fines de ganancia secundarias (Alonso y Romero, 2021).

Algunas de las conductas que expresan agresividad se definen con factores que caracterizan al grupo de adolescentes, por razón de que están expuestos a ciertas referencias externas en su entorno, cambios físicos y hormonales por los que deben pasar en esta etapa de sus vidas. Este tipo de conductas van a desencadenar un sinnúmero de situaciones que se podrían gestionar mal, debido a que no están familiarizadas con ellas; por ello, se hace importante la presencia y actuación de sus adultos, como progenitores y familiares que van a proveer de recursos para que estos logren tramitar de la mejor manera todos estos embates.

Los aspectos de la personalidad se definen como las características que direccionan al sujeto a la toma de decisiones y a tener herramientas para poder tomar decisiones, en donde van a resaltar ciertas diferenciaciones y peculiaridades que van a diferenciar al uno del otro, dándole las posibilidades de poder ir obteniendo logros en algunas de las facetas que debe cumplir a lo largo de su vida. Hay que recordar que todas estas particularidades permiten la estructuración de lo que se llama personalidad, las cuales se basan en los rasgos biológicos y genes que se heredan de los padres.

Una de las características de los rasgos de personalidad, como la social expresiva, la obediencia afiliativa, expresión afectiva (negativa y positiva), es que estas no van a ser definidas solo por acciones innatas o biológicas, sin dejar de mencionar que va a utilizar características biológicas y cromosómicas para poder desenvolverse en su medio, así como el medio social. Sin embargo, estos aspectos se van a ir estructurando en los principios de componentes biológicos o sociales, pero mayormente el estudio del desarrollo se basa en función a la experiencia

que cuenta cada persona sobre sus habilidades individuales (Caballero, 2022).

Los jóvenes en la actualidad, abiertos a la experiencia, a la toma de conciencia, a la extraversión, a la amabilidad y al neuroticismo (inestabilidad emocional), se caracterizan por darle un uso diferente y muy variado a las plataformas digitales y al internet en general, teniendo como ejemplos los que tienen más afinidad por estar siempre interactuando en redes sociales, ahora mucho más estando conectados y jugar con individuos que se encuentran situados en cualquier parte del mundo. Así mismo, existe la tendencia al uso de plataformas para gestionar o mejorar contenidos como videos y fotos que permiten tener presencia en las redes sociales, con la posibilidad de poder darle alguna tonalidad que le permitirán generar más reacciones entre todos sus seguidores, que están atentos a sus actividades recientes.

Por lo anterior, la educación mediática más habitual debe expandir su óptica al énfasis de las fortalezas y procesos educativos que los jóvenes deben adquirir de manera voluble a través de los medios y para interactuar con ellos; situando el foco en la alineación y en las capacidades alcanzadas para el desarrollo de estos en los espacios sociales, así como en las actividades que comienzan en los procesos educativos, pero desencadenan cambios en el ámbito profesional y económico. Se debe considerar a las estrategias creativas para cautivar o edificar audiencias, cuestión que excede los medios y tiene consecuencias en múltiples esferas, o la gestión social que se ha convertido en una condición *sine qua non* para acceder a las relaciones afectivas y personales entre iguales (Masanet *et al.*, 2020).

Además, se debe tener presente que los aspectos de la personalidad pueden llegar a tener una incidencia considerable en las actividades escolares, como por ejemplo en los procesos educativos que deben darse en cada una de las asignaturas, pero es prioritario tener siempre el respaldo de los adultos que están alrededor del adolescente, como padres y maestros, para que este pueda tener el soporte necesario y sobrellevar la dificultades que se den en su camino, inclusive en el uso

que estos hagan de las plataformas digitales, en el que su uso sin límites, disminuiría su rendimiento en el aula de clases.

Desde la perspectiva del deber ético académico vocacional de investigar, forjar actitudes, crear situaciones favorables, atender necesidades, acompañar y orientar a los estudiantes; se recomienda que la planificación de clase elaborada y ejecutada por los docentes contenga estrategias metodológicas de enseñanza-aprendizaje relacionadas con el perfil de personalidad de los adolescentes, aunque está comprobado que no influye determinantemente sobre el desempeño académico, se colige que ésta incide directamente sobre la convivencia armónica generada en el aula (Zambrano, 2020).

Cuando se refiere a temas como rasgos o aspectos de la personalidad, se tiene que considerarse siempre el entorno social y familiar, que en este caso el adolescente tiene acceso o está expuesto, pudiendo estar determinando e influyendo en gran medida, en las decisiones que se tomen o la manera de tramitar sus emociones. Incluso la disposición que demuestre con respecto a su actitud frente a determinadas tareas escolares no permite asegurar que su rendimiento sea el mejor y favorezca al final, pues el desempeño que se espera en un proceso educativo, acarreado dificultades al final.

A pesar de la tendencia a asociar al individuo dentro del concepto del ser que busca el apoyo del otro y se integra colectivamente, las puntuaciones altas dan espacio a la posibilidad de un trastorno por dependencia en el que la persona se puede sentir incapaz de asumir la responsabilidad de su vida y deja que sean otros quienes tomen las decisiones en ella (Quitian *et al.*, 2020).

Para Díaz y Sosa (2018) se destaca la importancia de considerar el ambiente de los sujetos, como lo es la personalidad, por razón de que esta se considera un constructo que se ha ajustado para ser entendido desde algunas décadas atrás, considerando diferentes perspectivas. Reconociendo el hecho que no existe una definición universal, no hay una definición correcta o incorrecta, sino útil

para cada enfoque, en la que los rasgos de personalidad son disposiciones endógenas independientes de influencias ambientales, los estilos de amor son ideologías que guían actitudes y conductas del amor.

Concluyendo sobre los aspectos de la personalidad, estos se podrían ver expuestos en su desarrollo y formación, con el accionar y la exposición de situaciones como el uso de plataformas digitales, en las que el adolescente debe tomar ciertas decisiones que afectaran directamente su vida, en sus diferentes facetas, sean estas familiares, escolares o sociales. Por lo que necesitarán asesoría permanente en ciertos temas, para que se disminuyan las posibilidades de tomar malas decisiones, que les perjudicará en el rendimiento que deben tener en las diferentes actividades del día a día.

Conclusiones

Hoy en día los medios sociales son utilizados esencialmente como una vía para generar información y comunicación inmediata entre los individuos, independiente de la situación geográfica, ya que, con un dispositivo inteligente y una buena conexión de internet, se puede fortalecer relaciones, conocer nuevas personas y encontrar todo tipo de información. Sin embargo, el uso excesivo e indebido de estas herramientas digitales, podría influir de manera negativa en el individuo, especialmente en los adolescentes, como en su accionar académico, y su relación con el entorno sociofamiliar.

A nivel general, en los últimos tiempos, se han generado diferentes medios de comunicación y plataformas digitales, que buscan siempre seducir a los internautas a su uso continuo y en algunos casos desmedido, sin considerar al menos el tiempo que se le dedique al uso de las mismas, incidiendo al final en la manera que se direccionan los individuos, como los adolescentes, que absorben información no solo de casa, sino de las de otras fuentes que pueden ser desconocidas para los padres de estos jóvenes.

Una referencia que se genera de la investigación, es que el uso inadecuado y

excesivo de los medios y plataformas digitales, pueden generar circunstancias negativas en el entorno del adolescente, y con ello trastornos en su salud mental, tales como: ansiedad, estrés y la misma depresión, lo cual se dan como respuesta a la excesiva información o exposición ante situaciones que el sujeto no puede manejar o se muestra incapaz de poder si quiera tolerar en su andar por la vida, tanto familiar, social y escolar.

En muchas ocasiones, los padres desconocen que sus hijos acceden de manera frecuente a plataformas digitales, el uso que le pueden estar dando a estas, o desconocen con quién se contactan en la interacción que tienen; pues, en esa interacción pueden encontrar cualquier tipo de información, que, si no se la canaliza adecuadamente, podría influir de manera negativa en la formación de la personalidad de los adolescentes, desviando su atención a temas prioritarios, como familiares, escolares y sociales.

Referencias Bibliográficas

- Alonso, C. y Romero, E. (2021). Uso problemático de internet en adolescentes: factores personales de riesgo y consecuencias emocionales y conductuales. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 12(2), 76-89. <https://doi.org/10.23923/j.rips.2021.01.046>
- Barajas, J. y Pérez, L. (2021). *Uso de tecnología, redes sociales y adicción a internet en jóvenes de 19 a 24 años*. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. <http://hdl.handle.net/20.500.12749/13761>
- Caballero, C. (2022). *Agresividad y rasgos de personalidad en adolescentes de una institución educativa en Villa El Salvador*. [Tesis de grado, Universidad Autónoma del Perú]. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1533?show=full>
- Cárdenas, D. (2024). *Consecuencias psicológicas del uso excesivo de las redes sociales en niños y jóvenes*. [Tesis de grado, Universidad Católica de Cuenca]. <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/17085>
- Castro, J., Gómez, E., Rodríguez, L., Toro, C. y Zapata, A. (2020). *Ansiedad social y adicción a redes sociales en adolescentes del valle de Aburrá en función del estrato socioeconómico y el sexo*. [Tesis de grado, Tecnológico de Antioquia - Institución Universitaria]. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/811>
- Contini, N., Lacunza, A., Caballero, S., Sergio, M. y Lucero, G. (2022). Las tecnologías digitales como medio para la expresión del comportamiento agresivo en adolescentes. *Perspectivas en Psicología*, 19(1), 1-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9088788>
- Díaz, D. y Sosa, E. (2018). Relación entre rasgos de personalidad y los estilos de amor en adolescentes mexicanos. *VERTIENTES Revista Especializada en Ciencias de la Salud*, 21(1-2), 23-32. Obtenido de <https://revistas.unam.mx/index.php/vertientes/article/view/72836>
- Gómez, V. y Jiménez, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 29(1-25). <https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- Jaramillo, R. y Ramos, V. (2023). La triada oscura de la personalidad y la relación con el ciberbullying en adolescentes. *PSICOLOGÍA UNEMI*, 7(13), 19-31. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol7iss13.2023pp19-31p>
- Lemus, M., Bárcenas, C. y Barranquero, A. (2020). Evolución de la navegación de los jóvenes en internet: el caso de los estudiantes de la zona sur de Tamaulipas. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 9(2), 28-50. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v9i2.12688>
- Lopez, N. y Artuch, R. (2022). Relación entre rasgos de personalidad, estilos y estrategias de aprendizaje y rendimiento académico en alumnado español adolescente. *Estudios Pedagógicos*, 48(1), 273-289. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052022000100273>
- Masanet, M., Márquez, I., Pires, F. y Lanzeni, D. (2020). Adolescentes que construyen su imagen digital en las redes sociales:

- aprendizajes informales, competencias transmedia y perfiles profesionales. *BiD. Textos universitarios de biblioteconomía i documentació* (45), 1-9. <https://dx.doi.org/10.1344/BiD2020.45.10>
- Muñoz, J. (2022). *Relación entre adicción a las redes sociales y habilidades sociales en adolescentes escolarizados*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3839/1/78273.pdf>
- Quitian, R., Uribe, S. y Pachon, W. (2020). Conducta delictiva y personalidad en adolescentes en riesgo de exclusión social en una institución educativa. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 12(2), 57-69. <https://doi.org/10.22335/rlct.v12i2.1162>
- Rodríguez, M. (2022). Identidad y adolescencia: la educación artística, visual y audiovisual frente a la influencia de redes sociales y publicidad. *Communiars. Revista de Imagen, Artes y Educación Crítica y Social*(8), 43-54. <https://dx.doi.org/10.12795/Communiars.2022.i08.03>
- Yovera, A. (2023). Salud mental de adolescentes: Adicción a redes sociales. *Journal of neuroscience and public health*, 3(3), 409-417. <https://doi.org/10.46363/jnph.v3i3.2>
- Zambrano, L. (2020). Relación entre personalidad y desempeño académico de adolescentes en instituciones educativas públicas y privadas. *Revista Scientific*, 5(16), 141-161. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.7.141-161>

Convergencia tecnológica en educación: aprendizaje significativo, redes neuronales y metaverso

(Technological convergence in education: meaningful learning, neural networks, and metaverse)

Geovanny Francisco Ruiz Muñoz

<https://orcid.org/0000-0001-7529-6342>

Universidad de Guayaquil, Ecuador. geovanny.ruizm@ug.edu.ec

Resumen

Este estudio investigó la convergencia entre el aprendizaje significativo, las redes neuronales artificiales y el metaverso en la educación del siglo XXI. El objetivo principal fue comprender cómo esta convergencia afectaba la experiencia educativa. La metodología, de enfoque mixto, combinó métodos cualitativos y cuantitativos. Se emplearon encuestas, entrevistas y análisis de contenido, abordando a 497 estudiantes de grado. Los resultados revelaron una alta familiaridad con las tecnologías analizadas y una correlación positiva entre la participación activa en entornos virtuales y el aprendizaje significativo. Factores como la accesibilidad tecnológica y la calidad de la interacción social influyeron significativamente en la eficacia de la convergencia tecnológica. La variabilidad en la adopción de tecnologías destacó la necesidad de estrategias contextualizadas, y las preocupaciones estudiantiles enfatizaron la importancia de equilibrar la tecnología con la interacción humana. Las conclusiones destacaron la importancia de la participación y el compromiso en estrategias educativas, la necesidad de capacitación docente continua y la importancia de adaptar la implementación tecnológica a la diversidad disciplinaria.

Palabras clave: aprendizaje significativo, redes neuronales artificiales, metaverso, tecnologías educativas.

Abstract

This study investigated the convergence between meaningful learning, artificial neural networks, and the metaverse in 21st century education. The main objective was to understand how this convergence affected the educational experience. The mixed-approach methodology combined qualitative and quantitative methods. Surveys, interviews, and content analysis were employed, addressing 497 undergraduate students. The results revealed a high familiarity with the technologies analyzed and a positive correlation between active participation in virtual environments and meaningful learning. Factors such as technological accessibility and the quality of social interaction significantly influenced the effectiveness of technological convergence. Variability in technology adoption highlighted the need for contextualized strategies, and student concerns emphasized the importance of balancing technology with human interaction. Conclusions highlighted the importance of participation and engagement in educational strategies, the need for ongoing teacher training, and the importance of adapting technological implementation to disciplinary diversity.

Keywords: meaningful learning, artificial neural networks, metaverse, educational technologies.

Recibido: 17/07/2024 | Aceptado: 20/11/2024

<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.933> | Páginas: 48-58

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Ruiz Muñoz, G. (2025). Convergencia tecnológica en educación: aprendizaje significativo, redes neuronales y metaverso. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 48-58. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.933>

Introducción

La convergencia entre aprendizaje significativo, redes neuronales artificiales y metaverso en el ámbito educativo del siglo XXI se convierte en un fenómeno clave en un contexto marcado por la rápida evolución tecnológica. La integración de estas tecnologías en el proceso de enseñanza ha suscitado un interés creciente en la comunidad académica y plantea preguntas esenciales sobre cómo estas innovaciones impactan la calidad y la naturaleza de la educación.

El constante avance tecnológico ha llevado a la incorporación de herramientas como las redes neuronales artificiales y el metaverso en el entorno educativo, prometiendo no solo transformar la manera en que se imparte el conocimiento, sino también personalizar las experiencias de aprendizaje. Sin embargo, a pesar de las expectativas positivas, existe una brecha en la comprensión integral de cómo estas tecnologías convergentes interactúan y afectan la educación en su conjunto.

Este estudio aborda la necesidad de explorar a fondo la convergencia de aprendizaje significativo, redes neuronales artificiales y metaverso, identificando relaciones causales y variables intervinientes que puedan influir en los resultados educativos. La falta de comprensión de estos elementos podría limitar la implementación efectiva de estas tecnologías y, por ende, su impacto positivo en la mejora de la calidad educativa.

La importancia de esta investigación radica en su potencial para proporcionar insights críticos que orienten la implementación efectiva de tecnologías en entornos educativos. La convergencia tecnológica tiene el poder de personalizar y mejorar la experiencia de aprendizaje, pero su aplicación eficaz requiere una comprensión profunda de sus complejidades. Este estudio contribuirá a llenar ese vacío de conocimiento, informando políticas educativas, prácticas docentes y estrategias pedagógicas.

El propósito fundamental de este estudio es identificar el nivel de integración y convergencia entre el aprendizaje significativo, las redes neuronales artificiales y el metaverso

en el ámbito educativo. Para alcanzar este objetivo, se plantean metas específicas:

I. Identificar el nivel de integración: Explorar cómo estas tecnologías se integran en la experiencia educativa, comprendiendo la extensión de su adopción y su influencia en el proceso de aprendizaje. II. Analizar relaciones causales y variables intervinientes: Profundizar en las relaciones entre estas tecnologías, identificando factores que puedan influir en los resultados educativos. Esto incluye aspectos como la accesibilidad, la capacitación docente y la adaptabilidad curricular. III. Describir la situación actual: Presentar una visión detallada de la situación actual en cuanto al uso de estas tecnologías en la educación, destacando patrones emergentes y áreas de resistencia o aceptación. IV. Explorar percepciones y experiencias de estudiantes: Entender cómo los estudiantes perciben y experimentan la convergencia tecnológica, evaluando su utilidad, preocupaciones y expectativas.

Al abordar estos objetivos específicos, este estudio aspira a proporcionar una comprensión sólida y contextualizada de la convergencia tecnológica en la educación, con el fin de impulsar estrategias informadas y respaldar el desarrollo de políticas educativas más efectivas.

Aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales

Ausubel (1968) propuso la teoría del aprendizaje significativo, resaltando la importancia de conectar la nueva información con el conocimiento previo del estudiante. Esta perspectiva se entrelaza con las redes neuronales artificiales, sistemas que imitan el procesamiento de información del cerebro humano. Ponce-Rosas *et al.* (2023) sugieren que estas redes actúan como procesadores distribuidos, almacenando conocimiento para su uso futuro. En el contexto de aprendizaje significativo y redes neuronales, la conexión del conocimiento previo y nuevo, propuesta por Ausubel, resalta la importancia de enseñar habilidades intelectuales a través de la integración del currículo y la disciplina.

Este enfoque se alinea con la propuesta de “enseñar habilidades intelectuales a partir del currículo, de la disciplina” (Valenzuela, 2008, p. 6). La sinergia entre aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales apunta a la creación de sistemas educativos adaptativos que se ajusten a las necesidades individuales de los estudiantes mediante la combinación de aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales. Esta conexión prometedora no solo redefine la forma en que abordamos la enseñanza, sino que también ofrece un terreno fértil para la personalización efectiva y mejora de la retención del conocimiento (Gatica-Saavedra, 2021).

La convergencia de aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales apunta a la creación de sistemas educativos adaptativos, como sugiere (Briones y Benavides, 2021, p. 74). Esta conexión promete una personalización efectiva del aprendizaje y mejora de la retención del conocimiento, resaltando la eficiencia y adaptabilidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. La teoría de Ausubel sobre el aprendizaje significativo destaca la importancia de conectar la información nueva con el conocimiento previo del estudiante, proporcionando un marco conceptual sólido. Al vincular esta perspectiva con las redes neuronales artificiales, que actúan como procesadores distribuidos y almacenan conocimiento para su uso futuro, se abre un vasto terreno para la creación de sistemas educativos adaptativos (Vázquez y Gavilán, 2014). La sinergia entre ambas teorías no solo redefine nuestra aproximación a la enseñanza, sino que también promete una personalización efectiva del aprendizaje, mejorando significativamente la retención del conocimiento y adaptándose a las diversas necesidades de los estudiantes en el siglo XXI.

Ética en la inteligencia artificial aplicada a la educación

La adaptabilidad de la inteligencia artificial (IA) beneficia tanto a los estudiantes como a los educadores, permitiendo ajustar enfoques para garantizar un aprendizaje más efectivo y personalizado Según (Ruiz y Paz, 2024). El uso ético de la IA en la educación es

un aspecto crítico (Jobin *et al.*, 2019). La propuesta de comités éticos específicos para evaluar el impacto de nuevas tecnologías (Salas, 2022) enfatiza la necesidad de abordar cuestiones éticas y sociales relacionadas con la implementación de IA en el ámbito educativo. Este enfoque no solo subraya la importancia de una reflexión ética continua para mitigar posibles sesgos y desigualdades, sino que también proporciona ejemplos de cómo se están implementando actualmente comités éticos en instituciones educativas para evaluar el uso de algoritmos en la toma de decisiones.

Valverde Bourdié (2019) sostiene que “sistemas que piensan racionalmente intentan emular el pensamiento lógico racional de los seres humanos,” resaltando la importancia de implementar la IA de manera ética y respetuosa con el pensamiento humano. Díaz-Ramírez (2021) contribuye al indicar que las redes neuronales artificiales son “herramientas para acelerar la transición hacia una economía circular,” sugiriendo que la IA aplicada éticamente puede fomentar la conciencia sobre prácticas sostenibles. La ética en la inteligencia artificial en la educación se vincula con el desarrollo de una predisposición positiva en los estudiantes hacia actitudes y valores de respeto en la planificación y toma de decisiones. La propuesta de comités éticos específicos resuena con la idea de conectar el conocimiento previo y nuevo, enfatizando la importancia de decisiones algorítmicas alineadas con valores educativos fundamentales. (García Irlés *et al.*, 2011, p. 1).

En el ámbito ético de la inteligencia artificial en la educación, la combinación de aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales pone de relieve la necesidad de consideraciones éticas más profundas. La propuesta de comités éticos específicos para evaluar nuevas tecnologías resuena con la idea de Ausubel sobre la conexión del conocimiento previo y nuevo. Aquí, la ética no solo se centra en la implementación justa de la IA, sino también en cómo la tecnología puede respetar y amplificar el proceso de aprendizaje significativo, garantizando que las decisiones algorítmicas se alineen con los valores educativos fundamentales.

Metaverso en la educación

El metaverso, conceptualizado como un entorno gráfico tridimensional, ofrece posibilidades educativas multifacéticas (Vázquez y Gavilán, 2014), consecuente el metaverso genera una simulación y representación computarizada de la realidad se integra en la discusión sobre el impacto social y económico del metaverso. Explorar estas dinámicas sociales y económicas es crucial para comprender completamente el impacto de este espacio virtual. (Moreno Martínez, 2020, p. 2). La discusión sobre el metaverso destaca su aplicación en la interacción social y la creación de entornos tridimensionales.

Este enfoque ofrece un diseño que va más allá de la simulación, brindando experiencias inmersivas que pueden contribuir a que las personas se sientan socialmente reconocidas, en concordancia con el diseño propuesto por (Gee y Guitart, 2019, p. 10). Su aplicación en campos como la educación médica (Gutiérrez-Cirlos *et al.*, 2022) y la interacción social (Barráez-Herrera, 2022) destaca su potencial transformador. Por ejemplo, la simulación de situaciones clínicas complejas en entornos virtuales ha demostrado ser efectiva para el entrenamiento de profesionales médicos. Además, la definición del metaverso como un espacio inmersivo y tridimensional proporciona una base conceptual para explorar cómo este entorno puede transformar las experiencias de aprendizaje. El metaverso como un entorno inmersivo y tridimensional resuena con la descripción de su aplicación en la educación. La simulación de situaciones complejas en entornos virtuales destaca la naturaleza inmersiva del metaverso, ofreciendo experiencias de aprendizaje significativas (Peña Arcila, 2015, p. 2).

En el contexto del metaverso, la convergencia de aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales se traduce en un enfoque tridimensional y envolvente para la educación. La simulación de situaciones complejas, como las propuestas por Gutiérrez-Cirlos *et al.* (2022), se alinea con la teoría de Ausubel al proporcionar experiencias de aprendizaje significativas. Barneche-Naya *et al.* (2011) proponen que el metaverso resulta

una tecnología ideal para investigación y enseñanza. Integrar estas perspectivas fortalece la comprensión del potencial educativo del metaverso y destaca su relevancia no solo en términos de simulación, sino también como herramienta de investigación y enseñanza a largo plazo. Además, la capacidad de los entornos virtuales para adaptarse a la cognición individual y almacenar información para uso futuro refleja el modelo de procesamiento de información del cerebro humano. Este enfoque ofrece una plataforma educativa multifacética, fusionando lo teórico y lo práctico en un espacio inmersivo que transforma las experiencias de aprendizaje. Ruiz Muñoz (2024) señala que la inteligencia artificial, la realidad virtual, el análisis de datos y las herramientas de colaboración en línea, ha impulsado la transformación digital en el ámbito educativo, lo que a su vez ha tenido un impacto significativo en las metodologías y enfoques del aprendizaje. Esta observación refuerza la idea de que el metaverso, como parte de esta transformación digital, está contribuyendo a redefinir los paradigmas educativos tradicionales.

Impacto social y económico del metaverso

El aumento del valor de los bienes digitales en el metaverso (Lambert, 2022) destaca las implicaciones económicas de este espacio virtual. Sin embargo, la concentración de poderes en manos de corporaciones (Barrio Andrés, 2023) plantea preguntas sobre la autoridad y regulación en estos entornos. Explorar estas dinámicas sociales y económicas es crucial para comprender completamente el impacto del metaverso en la sociedad. Además, es esencial considerar cómo estas transformaciones pueden afectar la equidad y la accesibilidad en la educación, asegurando que el metaverso contribuya positivamente al desarrollo social en lugar de crear brechas adicionales.

En términos de impacto social y económico del metaverso, la conexión entre aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales subraya la importancia de abordar no solo las implicaciones económicas, como el aumento del valor de los bienes digitales, sino también

las cuestiones de concentración de poder en manos de corporaciones. La capacidad de los entornos virtuales para ser interactivos y acceder a ellos remotamente se integra con la discusión sobre el impacto social y económico del metaverso (Morales Varela, 2022, p. 4). La ética en la inteligencia artificial se entrelaza aquí, abogando por la regulación y la equidad en estos entornos virtuales. Zabalza Beraza (2017) señala que “la tecnología puede ser un catalizador para la inclusión y diversidad en el ámbito educativo,” resaltando la necesidad de consideraciones éticas y equitativas en el desarrollo tecnológico educativo. Asimismo, se destaca la necesidad de considerar cómo el metaverso puede contribuir a la equidad educativa, asegurando que las transformaciones económicas no creen brechas adicionales en el acceso a la educación.

Innovación educativa y desarrollo docente

La innovación educativa implica cambios en las prácticas pedagógicas (Parra *et al.*, 2020). La formación continua para los docentes (Tondeur *et al.*, 2019) se destaca como un elemento clave para el uso efectivo de tecnologías educativas. Este enfoque reconoce la importancia de preparar a los educadores para adoptar nuevas metodologías y tecnologías, asegurando así la calidad y relevancia de la enseñanza. Por ejemplo, programas de desarrollo profesional centrados en la integración de herramientas digitales específicas en el aula pueden capacitar a los educadores para enfrentar los desafíos cambiantes del entorno educativo.

La capacidad del metaverso para permitir que los usuarios vuelen su imaginación se alinea con la discusión sobre la innovación educativa y desarrollo docente. La exploración de nuevas metodologías y tecnologías, incluyendo el metaverso, ofrece oportunidades para liberar la creatividad y la imaginación en el proceso educativo (Guerrero, 2022, p. 48). La innovación educativa y el desarrollo docente se entrelazan, enfatizando la necesidad de programas formativos que capaciten a los educadores para abrazar la evolución constante de la educación y aprovechar al máximo las herramientas tecnológicas emergentes.

En el ámbito de la innovación educativa y el desarrollo docente, la fusión de aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales destaca la importancia de preparar a los educadores para adoptar nuevas metodologías y tecnologías. La formación continua, central en la capacitación docente, se alinea con la teoría de Ausubel al reconocer la necesidad de un proceso de aprendizaje significativo para los educadores. Integrar estratégicamente herramientas digitales en programas de desarrollo profesional garantiza que los educadores estén equipados para enfrentar los desafíos cambiantes del entorno educativo, manteniendo la calidad y relevancia de la enseñanza. (Hernández, 2018).

Perspectivas futuras

La tecnología “permite que la realidad virtual logre trascender a lo largo de los años” (Anaconda *et al.*, 2019, p. 7) y considerando avances en algoritmos de IA (Hernández *et al.*, 2007), se vislumbra un movimiento hacia el aprendizaje no supervisado y profundo. La computación cognitiva podría abrir nuevas posibilidades para acceder a un conocimiento extenso, redefiniendo la forma en que se aborda la información en contextos educativos. Este cambio hacia enfoques más avanzados de IA plantea preguntas sobre la adaptabilidad de los sistemas educativos para aprovechar estas tecnologías emergentes.

La prospectiva destaca la necesidad de preparar a educadores y estudiantes para una nueva era educativa, donde la inteligencia artificial juegue un papel más integral. La continua exploración y adaptación de estrategias pedagógicas serán esenciales para maximizar los beneficios y abordar los desafíos que estas innovaciones traerán consigo. Incorporar ejemplos específicos de cómo estas perspectivas futuras podrían traducirse en prácticas educativas concretas proporcionará una visión más clara y aplicable para los lectores.

Finalmente, en el contexto de las perspectivas futuras, la combinación de aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales proyecta un horizonte hacia el aprendizaje no supervisado y profundo. La

adaptabilidad de los sistemas educativos a estas tecnologías emergentes se vuelve esencial, y la conexión con la computación cognitiva señala un cambio paradigmático en la forma en que abordamos la información en contextos educativos. La convergencia entre aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales se traduce en un enfoque tridimensional y envolvente para la educación, como se destaca en la definición del metaverso como un ambiente tridimensional e inmersivo. Este enfoque ofrece una plataforma educativa multifacética, fusionando lo teórico y lo práctico en un espacio inmersivo que transforma las experiencias de aprendizaje (Gutiérrez-Cirlos *et al.*, 2022, p. 3). Las perspectivas futuras implican una redefinición de las estrategias pedagógicas, donde la inteligencia artificial juega un papel más integral, consolidando la conexión entre aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales en el panorama educativo del siglo XXI.

Materiales y métodos

Este estudio empleó un enfoque metodológico mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas. Esta aproximación permitió obtener una comprensión holística y profunda de la convergencia entre el aprendizaje significativo, las redes neuronales artificiales y el metaverso en el ámbito educativo del siglo XXI en la Universidad de Guayaquil, Ecuador.

El enfoque mixto adoptado fue de tipo exploratorio secuencial, donde primero se recolectaron y analizaron datos cualitativos para posteriormente utilizar los resultados en la fase cuantitativa. Esta secuencia permitió explorar inicialmente las percepciones y experiencias de los estudiantes, para luego cuantificar y generalizar los hallazgos a una muestra representativa.

La población objetivo comprendió 2000 estudiantes de pregrado de la Universidad de Guayaquil. Se seleccionó una muestra representativa de 497 estudiantes mediante un muestreo estratificado proporcional, considerando factores como la facultad, el

nivel académico y la experiencia en el uso de tecnologías educativas. Este tamaño muestral permitió obtener resultados estadísticamente significativos con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 4 %.

En la fase cualitativa, se realizaron entrevistas semiestructuradas a un subconjunto de 20 estudiantes seleccionados intencionalmente, buscando captar una diversidad de perspectivas y experiencias. Además, se aplicó un análisis de contenido a documentos clave como planes de estudio y políticas educativas relacionadas con la convergencia tecnológica. Los criterios para el análisis de contenido incluyeron la identificación de temas emergentes, patrones recurrentes y relaciones entre conceptos clave. En la fase cuantitativa, se administró una encuesta a los 497 estudiantes de la muestra, recolectando datos sobre su percepción y experiencia con las tecnologías analizadas. El instrumento de encuesta fue validado mediante una prueba piloto y revisión por expertos para garantizar su confiabilidad y validez de contenido.

Resultados

Adopción y familiaridad con las tecnologías

El estudio reveló una alta adopción y familiaridad con las tecnologías analizadas por parte de los estudiantes universitarios. Como se muestra en la Tabla 1, el 85 % de los 497 estudiantes encuestados manifestó una alta familiaridad con el aprendizaje significativo, las redes neuronales artificiales y el metaverso, indicando una convergencia significativa de estas tecnologías en su experiencia educativa.

Tabla 1. Nivel de familiaridad con las tecnologías analizadas

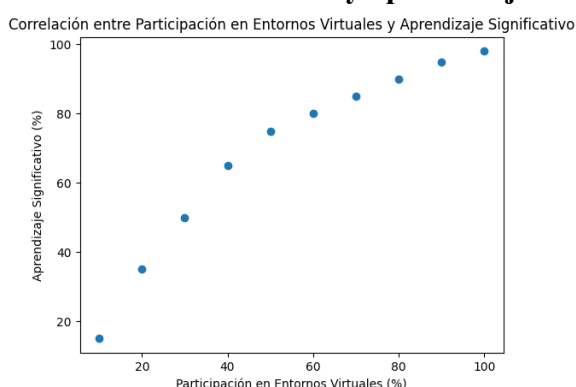
Nivel de familiaridad	Porcentaje
Alta	85 %
Moderada	12 %
Baja	3 %

Nota. Ruiz (2024).

Impacto en el aprendizaje significativo y el rendimiento académico

Los resultados cuantitativos revelaron una correlación positiva del 75 % entre la participación activa en entornos virtuales y el logro de aprendizaje significativo (ver Figura 1). Este hallazgo se vio reforzado por testimonios cualitativos representativos de la muestra, los cuales respaldan la asociación directa entre la convergencia tecnológica y el rendimiento académico.

Figura 1. Correlación entre participación en entornos virtuales y aprendizaje



Nota. Ruiz (2024).

Además, la convergencia efectiva de estas tecnologías se asoció de manera significativa con una mayor participación y compromiso por parte de los estudiantes, reforzando la noción de que su integración puede potenciar sustancialmente la experiencia educativa.

Factores que influyen en la eficacia de la convergencia tecnológica

Se identificó que el 65 % de la variabilidad en la eficacia de la convergencia tecnológica se atribuye a factores como la accesibilidad tecnológica, la capacitación docente y la adaptabilidad curricular. Mediante un análisis de varianza (ANOVA), se revelaron diferencias significativas entre los grupos ($p < 0,05$), respaldando la importancia de estas variables en la optimización de la convergencia tecnológica en el ámbito educativo.

Además, la calidad de la interacción social en entornos virtuales emergió como un predictor clave del éxito educativo, con un coeficiente de correlación del 82 % ($p < 0,001$). Esta correlación proporciona

evidencia estadística sólida de la importancia de la interacción social en el logro académico en entornos virtuales.

Adopción disciplinaria y resistencias culturales

El análisis de contenido de planes de estudio reveló un aumento del 60 % en la adopción de entornos virtuales en programas académicos orientados hacia la tecnología. Sin embargo, mientras que el 80 % de las facultades experimentó alguna forma de integración tecnológica, se observó una resistencia inicial en el 30 % de las áreas disciplinarias, resaltando la importancia de abordar las percepciones y resistencias culturales.

Esta variabilidad en la adopción de tecnologías sugiere la necesidad de estrategias diferenciadas, adaptadas a las características específicas de las disciplinas y los contextos educativos, respaldando la idea de que la implementación tecnológica no es uniforme y debe ser contextualizada.

Percepciones estudiantiles y preocupaciones

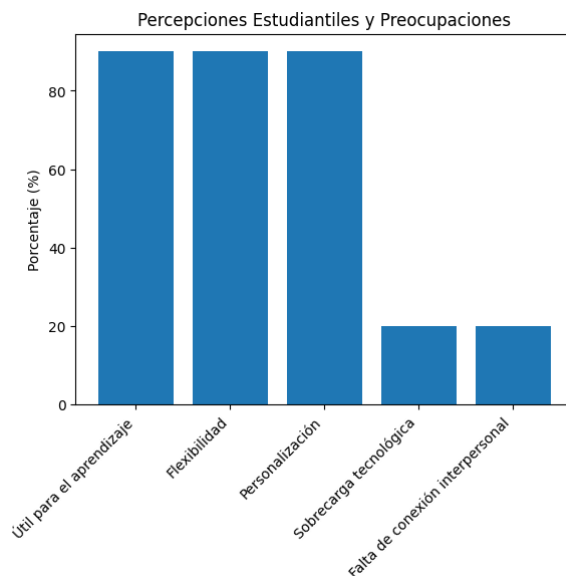
El 90 % de los estudiantes percibió estas tecnologías como herramientas útiles para el aprendizaje, destacando la flexibilidad y la personalización. Sin embargo, como se muestra en la Figura 2, el 20 % expresó preocupaciones sobre la sobrecarga tecnológica y la falta de conexión interpersonal en entornos virtuales, resaltando la importancia de un equilibrio adecuado.

Si bien se observó una positividad general hacia las tecnologías, respaldando la idea de que podían mejorar la experiencia educativa cuando se implementaban de manera efectiva, las preocupaciones expresadas subrayaron la necesidad de equilibrar la tecnología con enfoques pedagógicos que fomentaran la interacción y la conexión humana, señalando áreas específicas para intervenciones y mejoras.

Los resultados respaldaron una convergencia efectiva entre el aprendizaje significativo, las redes neuronales artificiales y el metaverso en el ámbito educativo del siglo XXI. Sin embargo, la identificación de variables intervinientes, como la capacitación

docente y la accesibilidad, resaltó la necesidad de abordarlas para maximizar los beneficios educativos. Además, la variabilidad en la adopción de tecnologías y las preocupaciones expresadas por los estudiantes subrayaron la importancia de enfoques personalizados y equilibrados en la integración tecnológica en la educación, proporcionando datos específicos para guiar futuras estrategias y políticas.

Figura 2: Gráfico de barras sobre percepciones estudiantiles y preocupaciones



Nota. Ruiz (2024).

Discusión

Los hallazgos de este estudio resaltan la convergencia efectiva entre el aprendizaje significativo, las redes neuronales artificiales y el metaverso en el ámbito educativo del siglo XXI. La alta familiaridad y adopción de estas tecnologías por parte de los estudiantes universitarios concuerda con las tendencias observadas por otros autores (Vázquez Valenzuela y Gavilán Jiménez, 2014; Gutiérrez-Cirlos *et al.*, 2022), quienes destacan el potencial del metaverso en la creación de experiencias de aprendizaje inmersivas y significativas.

Nuestros resultados revelan una correlación positiva entre la participación activa en entornos virtuales y el logro de aprendizaje significativo, lo cual se alinea con

los principios de la teoría de Ausubel (1968) sobre la conexión de la nueva información con el conocimiento previo del estudiante. Esta correlación respalda la noción de que la convergencia tecnológica puede potenciar la experiencia educativa, tal como sugieren Gatica-Saavedra (2021) y Briones y Benavides (2021) al proponer la creación de sistemas educativos adaptativos mediante la combinación de aprendizaje significativo y redes neuronales artificiales.

Sin embargo, nuestro estudio también destaca la importancia de abordar factores contextuales y socioeconómicos, como la accesibilidad tecnológica, la capacitación docente y la adaptabilidad curricular, para maximizar los beneficios de esta convergencia. Esta observación concuerda con las preocupaciones planteadas por autores como Jobin *et al.* (2019) y Salas (2022), quienes enfatizan la necesidad de consideraciones éticas y sociales en la implementación de tecnologías educativas.

Además, nuestros hallazgos resaltan la variabilidad en la adopción de tecnologías entre diferentes disciplinas y áreas académicas, lo cual sugiere la necesidad de estrategias diferenciadas y contextualizadas. Este enfoque se alinea con las recomendaciones de Parra *et al.* (2020) y Tondeur *et al.* (2019) sobre la importancia de la formación continua y el desarrollo docente para la integración efectiva de tecnologías en el proceso educativo.

Una contribución novedosa de este estudio es la identificación de la calidad de la interacción social en entornos virtuales como un predictor clave del éxito educativo. Este hallazgo destaca la importancia de equilibrar la tecnología con enfoques pedagógicos que fomenten la conexión interpersonal, un aspecto que ha sido menos explorado en investigaciones previas.

Si bien nuestros resultados son prometedores, es importante reconocer las limitaciones de este estudio. En primer lugar, la investigación se centró en una muestra de estudiantes universitarios, lo que puede limitar la generalización de los hallazgos a otros niveles educativos. Además, el rápido avance tecnológico puede hacer que

algunos hallazgos se vuelvan obsoletos en un futuro cercano, requiriendo una continua actualización y revisión.

En general, este estudio contribuye a una comprensión más profunda de la convergencia tecnológica en la educación, resaltando su potencial transformador, pero también destacando la necesidad de abordar factores contextuales y sociales para maximizar su impacto positivo. Futuras investigaciones podrían explorar estrategias específicas para fomentar la interacción social en entornos virtuales, así como enfoques personalizados para la integración tecnológica en diferentes disciplinas académicas.

Conclusiones

Este estudio proporciona evidencia empírica de la convergencia efectiva entre el aprendizaje significativo, las redes neuronales artificiales y el metaverso en el ámbito educativo del siglo XXI. Los resultados demuestran una alta familiaridad y adopción de estas tecnologías por parte de los estudiantes universitarios, así como una correlación positiva entre la participación activa en entornos virtuales y el logro de aprendizaje significativo.

Se concluye que la integración de estas tecnologías puede potenciar sustancialmente la experiencia educativa, fomentando una mayor participación y compromiso por parte de los estudiantes. Sin embargo, para maximizar los beneficios de esta convergencia, es fundamental abordar factores como la accesibilidad tecnológica, la capacitación docente y la adaptabilidad curricular.

Otro hallazgo clave es la variabilidad en la adopción de tecnologías entre diferentes disciplinas y áreas académicas, lo que resalta la necesidad de estrategias diferenciadas y contextualizadas para la implementación efectiva de estas tecnologías.

Además, este estudio destaca la importancia de la calidad de la interacción social en entornos virtuales como un predictor clave del éxito educativo, subrayando la necesidad de equilibrar la tecnología con enfoques pedagógicos que fomenten la conexión interpersonal.

Aunque los resultados son prometedores, se reconocen limitaciones como la generalización a otros niveles educativos y la necesidad de actualización constante debido al rápido avance tecnológico.

En conclusión, este estudio sienta las bases para futuras investigaciones y estrategias educativas centradas en la convergencia de tecnologías emergentes, resaltando la importancia de abordar factores contextuales y sociales para maximizar su impacto positivo en la calidad educativa.

Referencias bibliográficas

- Anaconda, J. D., Millán, E. E. y Gómez, C. A. (2019). Aplicación de los metaversos y la realidad virtual en la enseñanza. *Entre Ciencia e Ingeniería*, 13(25), 59-67. <https://doi.org/10.31908/19098367.4015>
- AUSUBEL, D. P. (1968). *Psicología educativa: una perspectiva cognitiva*. Nueva York, Holt, Rinehart and Winston.
- Barneche-Naya, V., Mihura-López, R. y Hernández-Ibáñez, L. A. (2011). Metaversos formativos. Tecnologías y estudios de caso, *Vivat Academia*, (117E), 368–386. <http://dx.doi.org/10.15178/va.2011.117E.368-386>
- Barráez-Herrera, D. P. (2022). Metaversos en el Contexto de la Educación Virtual. *Revista Docentes 2.0*, 13(1), 11-19. <https://doi.org/10.37843/rted.v13i1.300>
- Barrio Andrés, M. (2023). El Metaverso y su impacto en el Estado y la soberanía. *Revista de Derecho Político*, (117), 197–220. <https://doi.org/10.5944/rdp.117.2023.37925>
- Briones, G. C. y Benavides, J. (2021). Estrategias neurodidácticas en el proceso enseñanza-aprendizaje de educación básica. *Revista de Ciencias Humanísticas Y Sociales (ReHuso)*, 6(1), 72–81. <https://www.redalyc.org/journal/6731/673171218006/html/>
- Díaz-Ramírez, J. (2021). Aprendizaje Automático y Aprendizaje Profundo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 29(2), 180-181. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052021000200180>

- García Irles, M., Sempere Ortells, J. M., Marco De La Calle, F. y De la Sen Fernández, M. L. (2011). La rúbrica de evaluación como herramienta de evaluación formativa y sumativa. In *Universitat d'Alacant*. <https://ieg.ua.es/es/jornadas-redes-2011/documentos/posters/184446.pdf>
- Gatica-Saavedra, M. y Rubí-González, P. (2021). La clase magistral en el contexto del modelo educativo basado en competencias. *Revista Electrónica Educare*, 25(1), 321-332. <https://dx.doi.org/10.15359/ree.25-1.17>
- Gee, J. P. y Guitart, M. E. (2019). El diseño para el aprendizaje profundo en los medios de comunicación sociales y digitales. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación Y Educación*, 58, 9-18. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6733856>
- Guerrero, L. (2022). Los criptoactivos y su influencia en el metaverso. *Informática Y Derecho: Revista Iberoamericana de Derecho Informático (Segunda Época)*, 12, 55-64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8678158>
- Gutiérrez-Cirlos, C., Bermúdez-González, J., Carrillo-Pérez, D., Hidrogo-Montemayor, I., Martínez-González, A., Carrillo-Esper, R. y Sánchez-Mendiola, M. (2023). La medicina y el metaverso: aplicaciones actuales y futuro. *Gaceta médica de México*, 159(4), 286-292. <https://doi.org/10.24875/gmm.23000166>
- Hernández, J., Dorado, J., Gestal, M. y Porto, A. (2007). Avances en Algoritmos Evolutivos. En Romero, J. J., Dafonte, C., Gómez, Á. y Penousal, *Inteligencia Artificial y Computación Avanzada*. Fundación Alfredo Brañas. <https://cdv.dei.uc.pt/wp-content/uploads/publications-cdv/ms07.pdf>
- Hernández, M. (2018). *La integración de las TIC como vía para optimizar el proceso enseñanza-aprendizaje en la educación superior en Colombia* [Tesis de doctorado, Universidad de Alicante]. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/80508>
- Jobin, A., Ienca, M. y Vayena, E. (2019). El panorama global de las pautas éticas de la inteligencia artificial, *Nature machine intelligence*, 1(9), 389-399. <https://www.nature.com/articles/s42256-019-0088-2>
- Lambert Sarango, Y. E. (2022). El impacto del Internet y las hipermediaciones en los jóvenes de la sociedad actual, las transformaciones y la disrupción tecnológica hasta los metaversos. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 34(4), 153-173. <https://doi.org/10.37815/rte.v34n4.965>
- Morales Varela, A. (2022). *El metaverso y la sociedad del futuro en la película Ready Player One (2018)*. [Tesis de maestría, Universidad Rey Juan Carlos]. <https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/21768>
- Moreno Martínez, N. M. y Galván Malagón, M. C. (2020). Realidad aumentada y realidad virtual para la creación de escenarios de aprendizaje de la lengua inglesa desde un enfoque comunicativo. *DIM: Didáctica, Innovación Y Multimedia*, 38. <https://raco.cat/index.php/DIM/article/view/371406>
- Parra-Bernal, L., Menjura Escobar, M., Pulgarín-Puerta L. y Gutiérrez, M. (2021). Las prácticas pedagógicas. Una oportunidad para innovar en la educación. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 17(1), 70-94. <https://doi.org/10.17151/rlee.2021.17.1.5>
- Peña Arcila, J. B. (2015). Metaversos para el máster iberoamericano en educación en entornos virtuales. *Etic@Net. Revista Científica Electrónica de Educación Y Comunicación En La Sociedad Del Conocimiento*, 14(2), 227-248. <https://doi.org/10.30827/eticanet.v14i2.11977>
- Ponce-Rosas, E. R., Dávila-Mendoza, R., Jiménez-Galván, I., Fernández-Ortega, M. A., Ortiz-Montalvo, A. y Fajardo-Ortiz, G. (2023). Aplicación de redes neuronales artificiales en el liderazgo asignado y el éxito académico en egresados de medicina. *Cirugía y cirujanos*, 91(4), 550-560. <https://doi.org/10.24875/ciru.22000318>

- Ruiz Muñoz, G. F. (2024). Enseñanza híbrida y transformación digital en la educación: integración de tecnología y metodología. *Revista De Investigación En Tecnologías De La Información*, 12(25), 48–55. <https://doi.org/10.36825/RITI.12.25.005>
- Ruiz, G. F. y Paz, Y. E. (2024). Integrando la inteligencia artificial en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Polo del Conocimiento*, 9(3), 2334 - 2358. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/6792>
- Salas, S. (2022). *Consideraciones éticas respecto de la Inteligencia Artificial*. [Archivo PDF]. <https://repositorio.udd.cl/handle/11447/7363>
- Tondeur, J., Scherer, R., Baran, E., Siddiq, F., Valtonen, T. y Sointu, E. (2019). Teacher educators as gatekeepers: Preparing the next generation of teachers for technology integration in education. *British Journal of Educational Technology*, 50(3). doi: 10.1111/bjet.12748
- Valenzuela Carreño, J. (2008). Habilidades de pensamiento y aprendizaje profundo. *Revista Iberoamericana de Educación*, 46(7). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2733066>
- Valverde Bourdié, S. (2019). Aplicaciones de la inteligencia artificial en la empresa. [Tesis de grado, Universidad de Cantabria]. <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/17521>
- Vázquez Valenzuela, R. y Gavilán Jiménez, F. (2014). *Entornos visuales de simulación virtual como herramientas de aprendizaje activo en ingeniería aeroespacial*. En I Seminario Iberoamericano de Innovación Docente de la Universidad Pablo de Olavide. Universidad Pablo de Olavide. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7726079>
- Zabalza Beraza, M. (2017). Evaluar en Educación Infantil. *RELAdEI: Revista Latinoamericana de Educación Infantil*, 6(1-2), 9–14. <https://revistas.usc.gal/index.php/reladei/article/view/4995>



Relación de la Inversión Extranjera Directa con la Rentabilidad de Empresas del Sector Agropecuario Ecuatoriano por tamaño, período 2010-2022

(Foreign Direct Investment and its Relationship with Profitability of Ecuadorian Agricultural Sector firms according to their size, period 2010-2022)

Gylson Jara Quevedo

<https://orcid.org/0000-0001-9761-6087>

Universidad Internacional de La Rioja, España. gylxavi@gmail.com

Narcisa Arrobo Cedeño

<https://orcid.org/0009-0000-1675-4831>

Universidad ECOTEC, Ecuador. narrobo@ecotec.edu.ec

Verónica Arrata Corzo

<https://orcid.org/0000-0002-8609-4831>

Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. varratat@uteq.edu.ec

Miriam Mayorga González

<https://orcid.org/0009-0009-9302-3562>

Universidad Agraria del Ecuador, Ecuador. miriam.mayorga.gonzalez@uagraria.edu.ec

Oswaldo Massuh Arreaga

<https://orcid.org/0000-0003-2067-4689>

Universidad de Especialidades Espíritu Santo Ecuador. oswaldomassuh@gmail.com

Resumen

El propósito del presente estudio ha sido analizar la relación de la Inversión Extranjera Directa (IED) en la rentabilidad de las empresas del sector agropecuario ecuatoriano según su tamaño. Para ello se ha extraído información oficial acerca de los estados financieros de 3877 empresas que conforman dicho sector y las cifras que han recibido de IED en el período enero a diciembre durante los años 2010-2022. La información fue analizada conformando una estructura de datos de panel mediante Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), tomando como variable independiente la IED y como dependientes las medidas de rentabilidad Retorno sobre el Patrimonio (ROE) y Retorno sobre Activos (ROA). Los resultados indican que los flujos de IED tienen mayor relación con la rentabilidad de las empresas grandes del sector agropecuario, el cual incluye los subsectores A01 de agricultura y ganadería, A02 de silvicultura y A03 de pesca. En conclusión, las grandes empresas se benefician principalmente de los montos invertidos por empresas extranjeras, lo cual permite la transferencia tecnológica y la mejora continua de sus procesos.

Palabras clave: rentabilidad empresarial, sector agropecuario, inversión extranjera directa.

Abstract

The purpose of this study was to analyze the relationship between Foreign Direct Investment (FDI) and the profitability of companies in the Ecuadorian agricultural sector according to their size. To do this, official information was extracted from the financial statements of 3,877 companies that make up this sector and the figures they have received from FDI in the period from January to December during the years 2010-2022. The information was analyzed by forming a panel data structure using Ordinary Least Squares (OLS), taking FDI as the independent variable and the profitability measures Return on Equity (ROE) and Return on Assets (ROA) as dependent variables. The results indicate that FDI flows have a greater relationship with the profitability of large companies in the agricultural sector, which includes the A01 agriculture and livestock subsectors, A02 forestry subsectors, and A03 fishing subsectors. In conclusion, large companies benefit mainly from the amounts invested by foreign companies, which allows for the transfer of technology and the continuous improvement of their processes.

Keywords: business profitability, agriculture sector, foreign direct investments.

Recibido: 04/03/2024 | Aceptado: 20/11/2024

<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.841> | Páginas: 59-73

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Jara Quevedo, G., Arrobo Cedeño, N., Arrata Corzo, V., Mayorga González, M. y Massuh Arreaga, O. (2025). Relación de la Inversión Extranjera Directa con la Rentabilidad de Empresas del Sector Agropecuario Ecuatoriano por tamaño, período 2010-2022. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 59-73. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.841>

Introducción

A lo largo de los años, el sector agropecuario ha constituido una gran fuente de empleo para la población económicamente activa del país, enfocando sus actividades en las zonas rurales en diferentes países, las cuales se dedican principalmente a actividades agrícolas, por lo que se precisa de fortalecer las estrategias por parte de entidades públicas y privadas para impulsar su desarrollo y mitigar los niveles de pobreza (López-Jara, 2022).

Además, el crecimiento del sector agropecuario es uno de los principales objetivos en países en vías de desarrollo, a fin de reducir los niveles de pobreza y fomentar el desarrollo económico en zonas rurales mediante factores como las extensiones de territorios dedicados a estas actividades, la mano de obra, las características geográficas y el clima, los niveles de inversión en educación y salud, promoción del comercio internacional y la mejora en la infraestructura del sector rural (Rao *et al.*, 2004).

En el Ecuador el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2012) establece que el sector agropecuario se conforma por empresas que realizan actividades relacionadas con la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura, y de acuerdo con la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), desarrollada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2009), el sector se cataloga como “Sector A” y se divide en el subsector A01 al que corresponden empresas dedicadas a la producción de cultivos, actividades ganaderas y caza; A02 que engloba actividades de silvicultura, el desarrollo de viveros forestales, preservación y explotación de bosques; y A03, al que pertenecen las empresas dedicadas a la industria pesquera.

En este sentido, la exportación de productos y materias primas de origen agropecuario se ha convertido en una gran fuente de divisas, aunque los mercados de destino son limitados, figurando Estados Unidos como uno de los más importantes. Cabe indicar que las exportaciones son principalmente de bienes poco industrializados y en su mayoría sin valor agregado (Alvarado y Iglesias, 2017).

No obstante, el sector agropecuario representa una alta participación en el PIB ecuatoriano, teniendo en cuenta que la oferta exportable no petrolera es limitada, en el mercado exterior se destacan productos como camarón, cacao, flores, banano y pescado (Egas *et al.*, 2018).

Es importante destacar que el crecimiento del sector agropecuario ha contribuido hasta en un 20 % en el crecimiento del PIB en países como Brasil, Camboya, Gana, Tanzania y Tailandia a través de la explotación sostenible de recursos naturales (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2013). Sin embargo, a pesar de la importancia que tiene este sector en la economía ecuatoriana, las empresas que lo conforman afrontan dificultades, entre las que se encuentra la falta de fuentes de inversión para el desarrollo de diversos proyectos que promuevan su desarrollo.

Como resultado, las empresas agropecuarias incurren en el endeudamiento con fuentes externas de financiamiento como son sus proveedores y en otros casos instituciones financieras, lo que genera un impacto positivo en el desarrollo del sector (Jara *et al.*, 2020). Por lo tanto, las normas en torno del otorgamiento de créditos a empresas agropecuarias por medio de diferentes mecanismos afectan de manera significativa la productividad, principalmente de pequeños y medianos productores (García, 2017).

Otro de los problemas que presenta el sector agropecuario ecuatoriano es la falta de proyectos que impulsen la investigación y el desarrollo de métodos innovadores de producción que sean amigables con el medio ambiente y permitan la optimización de recursos, lo que se limita la productividad y el crecimiento de las empresas (Murcia, 1985). Asimismo, las políticas aplicadas en el sector deben enfocarse en el crecimiento económico, con el objetivo de potenciar la producción y lograr que su industrialización genere valor agregado, contribuyendo al desarrollo de sectores rurales (Cortés, 2004).

Por otra parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2011) considera como Inversión Extranjera Directa (IED) a los flujos de dinero

que provienen de inversionistas localizados fuera del país de destino, sirviendo como medio para su desarrollo empresarial. Por lo tanto, la IED figura como un factor importante en la integración económica internacional, puesto que permite instaurar vínculos entre empresas de diferentes nacionalidades en el mediano y largo plazo.

De esta manera la IED se ha considerado un método de apoyo económico entre países, por medio de la inyección de capitales a las empresas que se benefician de las relaciones comerciales internacionales, lo cual permite el posicionamiento en el extranjero de las empresas inversoras, del mismo modo que otorga poder de decisión de acuerdo con su participación en la gestión de las empresas de destino (De Mello, 1999).

Además, el desempeño de las empresas extranjeras beneficia a las economías de las empresas de destino, permitiendo el incremento de la productividad y la competitividad sectorial, al igual que la generación de plazas de trabajo en el país de receptor (Hanousek *et al.*, 2011). Sin embargo, debe ser prioridad para los países de destino implementar incentivos fiscales, garantizar seguridad, disminuir la corrupción y otorgar estabilidad legal y política para atraer de IED y obtener beneficios económicos en diversos aspectos (Bolea, 2015).

Otro aspecto clave de la influencia de la IED en el desempeño de las empresas es la capacidad de absorción, la cual permite adoptar nuevos conocimientos mediante la asociación de saberes y experiencias entre empresas nacionales y extranjeras. Por ejemplo, en las empresas del sector manufacturero ecuatoriano la capacidad de absorción ha tenido un impacto positivo en los procesos de innovación de las firmas que lo integran, incrementando sus niveles de inversión en investigación y desarrollo (I+D), lo que ha resultado en la generación de productos innovadores y la mejora del desempeño de las empresas (Carpio-Freire y Afcha-Chávez, 2020).

La IED ha sido un factor determinante en el crecimiento económico de diversos países, contribuyendo en la productividad, la creación

de empleo y la obtención de ingresos desde países desarrollados (Loungani y Razin, 2017). Además, la IED ha facilitado la transferencia de tecnologías por medio de efectos de arrastre o *spillovers*, lo que ha permitido la mejora productiva de las economías de destino (OCDE, 2016). En países latinoamericanos, los niveles de inflación y el lento crecimiento económico han motivado el incremento de los montos recibidos de IED desde otras regiones por medio de tratados internacionales (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2016).

Un ejemplo de estas interacciones internacionales es la Alianza Estratégica de Cooperación entre China y Ecuador, que ha promovido avances tecnológicos en la extracción de recursos, la colaboración entre empresas locales y extranjeras. Esta cooperación ha impulsado el crecimiento económico mediante la exportación de recursos naturales, el desarrollo financiero, la innovación tecnológica y la apertura de nuevos mercados, demostrando los beneficios de la colaboración internacional (Báez-Pichiuch, 2013).

Por otro lado, el crecimiento económico depende de diversos elementos, los cuales se basan principalmente en factores de producción como las materias primas que son en su mayoría recursos naturales, maquinarias, fuerza laboral y los niveles de educación de la población económicamente activa (Sala-i-Martin, 2000). Por lo tanto, es necesario considerar modelos económicos que tomen en cuenta las combinaciones de estos factores con variables como la tecnología, lo que permite medir la productividad en distintas industrias (Selva Sevilla, 2004).

En años recientes, algunos países latinoamericanos han experimentado crecimiento económico como resultado del cambio en sus principales fuentes de producción, principalmente mediante la explotación de recursos naturales, como el petróleo, las minas, hidrocarburos, la deforestación, la agricultura y la pesca para exportación. Sin embargo, estas actividades extractivistas han generado impactos socioeconómicos y ambientales que deben ser

mitigados (Ornelas, 2016).

Asimismo, la evidencia sobre el crecimiento económico indica que el efecto del incremento y la diversificación de las exportaciones en las economías es variado. En el caso de países como Colombia y Chile se ha mostrado que no existe efecto de la diversificación de exportaciones sobre el PIB. Sin embargo, entre los años 1980 y 2015 la economía colombiana experimentó un efecto contrario, donde el incremento del PIB incidió en la diversificación de sus exportaciones (Almanza-Ramírez *et al.*, 2020).

En el Ecuador, los ingresos económicos provienen de diversas fuentes, entre las cuales destacan los fondos generados por la actividad petrolera, administrada por el Gobierno Central desde los años 70, que se ha convertido en un pilar para los ingresos nacionales (Bocco, 1987). A partir de los años 2000, las remesas enviadas desde el extranjero han representado una fuente alternativa de crecimiento económico. Sin embargo, la producción agropecuaria sigue posicionando a Ecuador como un país predominantemente agrícola (Jara-Alba y López-Guzmán, 2015).

No obstante, el crecimiento económico del Ecuador abarca actividades de empresas de distintos sectores y su rendimiento está condicionado por diversos factores. En el caso de las pequeñas y medianas empresas, el análisis de la relación entre el indicador financiero de estructura de capital y el margen de utilidades no presenta una relación directa ni significativa. Por lo tanto, a pesar de que los niveles de inversión nacionales e internacionales son elevados, otros factores influyen en su rentabilidad (Barrera Lievano *et al.*, 2020). Además, desde una perspectiva de renta, las actividades productivas realizadas en el país o provenientes del extranjero afectan el PIB y permiten identificar el crecimiento económico nacional según las ganancias percibidas (García *et al.*, 2018).

Ante este escenario, el objetivo del presente estudio es analizar la relación que existe entre los ingresos de Inversión Extranjera Directa con los indicadores de rentabilidad en términos de ROE y ROA de las empresas que conforman el sector agropecuario ecuatoriano

clasificadas según su tamaño. Por lo tanto, para el desarrollo del presente estudio se ha tomado información acerca de los estados financieros de las 3877 empresas que son parte del sector y los flujos de Inversión Extranjera Directa recibidos. La fuente oficial de los datos es la Superintendencia de Compañías y el período de análisis está establecido desde enero a diciembre entre los años 2010-2022. Asimismo, se realizó una revisión y análisis de literatura con estudios relacionados a la temática.

Estado del arte

En su mayoría, los estudios respecto de la IED analizan su influencia e interacción con las economías, al mismo tiempo de cómo se benefician los países involucrados en las actividades productivas, tanto de origen como de destino de las inversiones realizadas.

De este modo Rivas y Puebla (2016) llevaron a cabo un análisis de datos de panel para examinar el impacto de los flujos de Inversión Extranjera Directa (IED) en los indicadores macroeconómicos de México. Los resultados mostraron efectos positivos indirectos de la IED en varias variables clave, tales como el crecimiento del PIB, el aumento de la productividad laboral, la mejora en la competitividad de las exportaciones, el avance tecnológico, la capacitación del capital humano y la mejora en la calidad de vida.

Por otro lado, Jin *et al.*, (2017) analizaron el impacto de la IED en los factores totales de producción de empresas del sector alimenticio en China durante el periodo 1998-2007. Utilizando regresiones lineales con datos de panel bajo el enfoque Olley y Pakes (1996) los resultados mostraron que los flujos de IED recibidos influyen en el sector en varios aspectos. Sin embargo, aunque las empresas chinas promueven la atracción de IED, estos flujos pueden afectar negativamente los niveles de productividad.

En cuanto al crecimiento económico, Alvarado *et al.* (2017) analizaron información de diecinueve países de Latinoamérica bajo la estructura de datos de panel en el período 1980-2014, considerando como variables independientes al capital físico, la fuerza

laboral y los flujos de IED y como dependiente el PIB. Como resultado mostraron que la IED destinada a la extracción de recursos naturales permitió el incremento de la riqueza, la transferencia tecnológica y de capital humano en los países de destino. Sin embargo, no se observó un impacto significativo en la productividad o el crecimiento económico.

En el mismo ámbito, Saavedra y Flores (2017) analizaron la interacción entre los flujos de IED y los seis indicadores de gobernabilidad de Kaufmann *et al.* (2003) utilizando información de dieciocho países de Latinoamérica. Sus resultados evidenciaron la existencia de una relación positiva de los flujos de IED con el Índice de Eficiencia Gubernamental, lo que implica que los países con un manejo eficiente del gobierno son más atractivos para los países inversionistas.

En cambio, el estudio de Ortiz Velásquez (2017) buscó identificar los efectos de la IED proveniente de China en economías de Latinoamérica y el Caribe. Concluyeron que Argentina, Brasil y Perú son los países que captan mayores montos de IED, que son destinados principalmente a la producción de materias primas, lo que contribuye de forma limitada a generar empleos y el aumento del capital de trabajo.

Por su parte, Ramos *et al.* (2018) estudiaron la influencia de los flujos de IED sobre variables macroeconómicas del Ecuador como el Producto Real y el coeficiente de Gini entre los años 1987-2015 mediante un análisis de series temporales y la Cointegración de Granger. Los resultados mostraron que el crecimiento económico en el corto plazo afecta la desigualdad de ingresos y la atracción de los flujos de IED; además, que los montos captados de IED son destinados a sectores con mayor desarrollo tecnológico y mano de obra calificada.

En el caso del sector manufacturero ecuatoriano, Vera-Gilces *et al.* (2019) analizaron el efecto de los flujos de IED sobre la productividad y el tamaño de las firmas que conforman el sector, considerando datos oficiales de la Superintendencia de Compañías bajo una estructura de panel. Los resultados indicaron que el desempeño de las

empresas que recibieron IED supera al de las empresas que no, además indicaron que las políticas públicas deben fomentar la atracción y captación de IED.

Otro aporte relevante en torno de la IED y su influencia en la economía ecuatoriana es el realizado por González *et al.* (2019) en que mostraron los beneficios que reciben las multinacionales en varios sectores productivos mediante la captación de los flujos de IED. Demostraron que dichos flujos facilitan el intercambio tecnológico y de conocimiento a través de la introducción de nuevos procesos de elaboración y productos en las economías de destino, permitiendo incrementar la productividad entre sectores y por ende en la productividad de las empresas que los conforman.

En cuanto al desarrollo del sector agropecuario, Adetutu y Ajayi (2020) estudiaron los efectos de inversiones locales y extranjeras en Investigación y Desarrollo (I+D) mediante un análisis de frontera estocástica con información de 30 países Sub-Saharianos durante el período 1981-2011; el estudio demostró que los niveles de inversión, tanto local como extranjera en I+D permite incrementar la productividad del sector; sin embargo, la inversión local refleja una mayor significancia. Adicionalmente, se evidenció que la investigación y el desarrollo tecnológico estimulan la productividad agropecuaria.

Acerca de la incidencia que tienen los flujos de IED en los indicadores de rentabilidad de empresas ecuatorianas muestran una relación positiva. Por lo tanto, los flujos de IED se tornan relevantes para el crecimiento económico del país; no obstante, los montos recibidos muestran una baja significancia, puesto que la inversión local es elevada (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020).

En el mismo contexto, Jara *et al.* (2021) indican que las medidas de rentabilidad de organizaciones financieras, consideradas como cualquier otro tipo de empresas, también son afectadas por factores externos como el PIB y el precio del barril de petróleo. De igual manera, los niveles de endeudamiento y las inversiones figuran como factores internos

que influyen en las medidas de rentabilidad.

La literatura revisada indica que la Inversión Extranjera Directa (IED) suele tener un impacto positivo en el desarrollo económico de las naciones. Estos estudios, centrados principalmente en variables macroeconómicas como el Producto Interno Bruto (PIB), la productividad y el empleo, muestran cómo dichas variables son influenciadas por la IED, promoviendo el crecimiento económico y el desarrollo tecnológico.

También se muestra que, a través de la IED, los países receptores pueden beneficiarse de la transferencia de conocimientos y habilidades, mejorando la competitividad y la eficiencia en diversas industrias. Además, se debe considerar que las medidas de rentabilidad y el desempeño empresarial se ven afectados por múltiples factores provenientes de diversas fuentes, como la calidad de la gestión, el acceso a tecnología avanzada, las políticas gubernamentales, y las condiciones del mercado global.

Metodología

La presente investigación no experimental es de tipo cuantitativo, con nivel de conocimiento exploratorio, documental y correlacional. Su objetivo es analizar la relación entre los flujos de la IED que recibe Ecuador, destinados a las actividades productivas de las empresas del sector agropecuario, clasificadas según su tamaño, y el efecto que estos flujos tienen sobre las medidas de rentabilidad, específicamente sobre los activos y el patrimonio.

Los datos utilizados han sido extraídos

de los portales de información de la Superintendencia de Compañías respecto de los estados financieros de las empresas del sector agropecuario clasificadas según su tamaño y los flujos de IED recibidos. El período de análisis corresponde al período 2010-2022. La información estará organizada bajo una estructura de datos de panel, tomando las cifras de las medidas de rentabilidad y los flujos de IED como unidades de sección cruzada y como serie temporal el período comprendido entre los años 2010-2022. Los datos fueron analizados mediante regresiones econométricas, empleando el software econométrico de uso libre *Gretl*.

En cuanto a la clasificación de las empresas por su tamaño, la metodología empleada por la Superintendencia de Compañías se enmarca en la Resolución Nro. 1260 de la Comunidad Andina (CAN, 2009), la cual establece de forma técnica el tamaño de las empresas de acuerdo con los montos anuales de sus ingresos o por el número de trabajadores que tienen en nómina. La Tabla 1 indica la estratificación de las empresas según el monto de sus ingresos anuales. Cabe mencionar que para el desarrollo del presente estudio las empresas “Medianas A” y “Medianas B” se han unificado, siendo consideradas únicamente como “Medianas”.

A continuación, en la Tabla 2 se muestran las variables objeto de estudio, para lo cual se han considerado a las medidas de rentabilidad ROE y ROA de las empresas del sector agropecuario según su tamaño como variables dependientes, y como variable independiente a los flujos de IED.

Tabla 1. Tamaño de empresas según sus ingresos

Tamaño	Ventas Brutas anuales (USD)
Microempresa	Menor o igual a 100.000
Pequeña empresa	Desde 100.001 hasta 1'000.000
Mediana empresa “A”	Desde 1'000.001 hasta 2'000.000
Mediana empresa “B”	Desde 2'000.001 hasta 5'000.000
Grande empresa	Desde 5'000.001 en adelante

Tabla 2. Variables objeto de estudio

Etiqueta	Variable	Descripción	Relación (+/-)
Variables dependientes			
ROE_GRAN ROE_MEDI ROE_PEQUE ROE_MICRO	Rentabilidad sobre el Patrimonio de las empresas agropecuarias de acuerdo con su tamaño	Utilidades antes de Impuestos e intereses /Patrimonio	+/-
ROA_GRAN ROA_MEDI ROA_PEQUE ROA_MICRO	Rentabilidad sobre Activos de las empresas agropecuarias de acuerdo con su tamaño	Utilidades antes de Impuestos e intereses /Activos Totales	+/-
Variable independiente			
F_IED	Inversión Extranjera directa	Flujos de Inversión Extranjera Directa reportados en las fuentes oficiales	

Rentabilidad sobre el Patrimonio. - Para su cálculo, se divide el total las utilidades sobre el valor total del patrimonio de la empresa (ASOBANCA, 2018). Esta medida indica las ganancias de la empresa a partir de la inversión del patrimonio de las firmas (García *et al.*, 2018). Para el presente estudio se ha considerado como variable dependiente la ROE de las empresas del sector agropecuario, catalogadas de acuerdo con su tamaño en grandes (ROE_GRAN), medianas (ROE_MEDI), pequeñas (ROE_PEQUE) y microempresas (ROE_MICRO).

Rentabilidad sobre Activos. - Indica los niveles de beneficios recibidos por las empresas en relación con el monto de los activos invertidos en sus actividades (Ehrhardt y Brigham, 2011). Para su análisis econométrico como variable dependiente, se ha considerado la ROA de las empresas grandes (ROA_GRAN), medianas (ROA_MEDI), pequeñas (ROA_PEQUE) y microempresas (ROA_MICRO).

Flujos de Inversión Extranjera Directa. - Se definen como los montos recibidos por

parte de entidades extranjeras en calidad de inversionistas e ingresan al país de destino como parte de estrategias de crecimiento; además, implican que las empresas inversionistas pueden ejercer control en las gestiones de las empresas beneficiarias, permitiendo además que ambas partes reciban beneficios de acuerdo con los reglamentos de las firmas involucradas y el ámbito legal de los países (Kuznetso, 2020).

El análisis econométrico se realizó utilizando el modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), tomando la información objeto de estudio bajo una estructura de datos de panel, la cual está conformada de observaciones de sección cruzada o categorías y una serie temporal para cada observación (Pérez, 2006). Por lo tanto, las variables fueron indizadas según el subsector al que pertenecen las empresas en el período 2010-2022.

Asimismo, se integró el análisis de datos de panel, el cual permite realizar regresiones utilizando tanto el método de efectos fijos como el de efectos aleatorios, posibilitando evaluar la eficacia del modelo según los niveles de significancia alcanzados (Gujarati, 2004).

El modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios empleado es el descrito por Court y Rengifo (2011), mismo que se detalla en la ecuación 1:

$$y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_i \tag{1}$$

Donde:

y_{it} : variable dependiente ROE/ROA para las empresas i según su tamaño en el tiempo t ;

α : término constante;

βX_{it} : flujos de IED percibidos por el subsector i en el tiempo t ;

ε_i : término de error.

Resultados

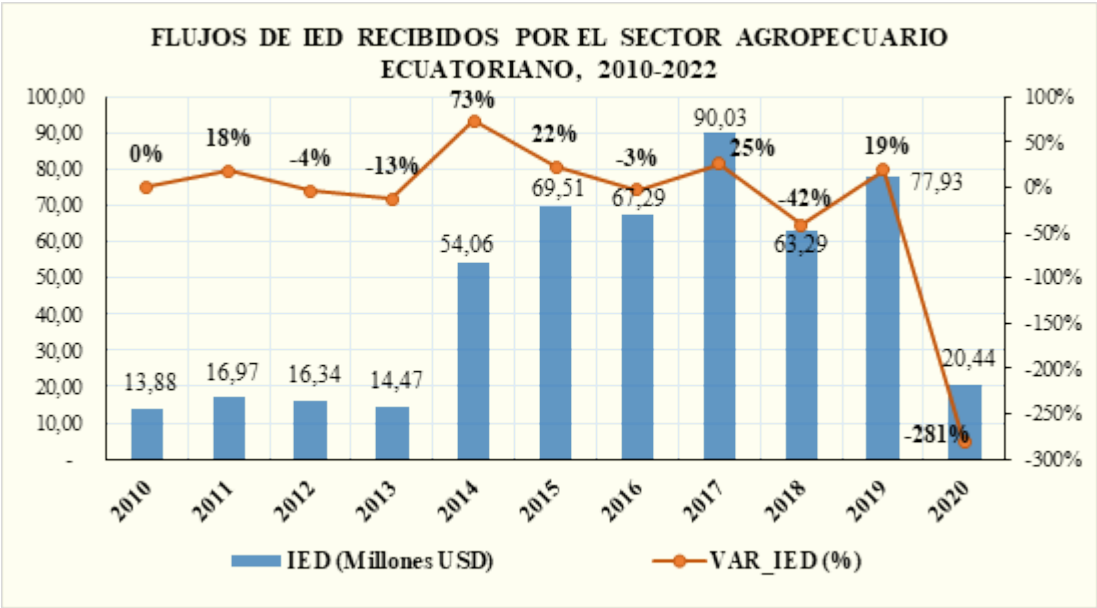
En esta sección se han incluido los resultados obtenidos del análisis y procesamiento de la base de datos objeto de estudio; asimismo, las estimaciones econométricas realizadas. En este sentido, respecto de la trayectoria que han tenido los Flujos de IED percibidos en el sector agropecuario ecuatoriano. A continuación, la Figura 1 muestra que a inicios de la década los flujos fueron relativamente bajos entre 2010 y

2013, manteniendo una tendencia a la baja, en el año 2014 logró una cifra de 54,05 millones de dólares, lo que representó un incremento del 73 % respecto del año anterior.

Asimismo, la Figura 1 indica que para el año 2015 se alcanzó un monto de IED de 69,51 millones de dólares, los cuales disminuyeron en un 3 % para el 2016; no obstante, se alcanzó un incremento del 25 % para el 2017 con 90 millones de dólares, monto que en 2018 representó un descenso del 42 % y alcanzó un total de 63,29 millones de dólares. En 2019, el nivel de flujos de IED representó un incremento del 19 % y alcanzó una cifra de 77,93 millones de dólares; sin embargo, para el final del año 2020 el nivel de flujos descendió hasta en un 281 % con un total de 20,44 millones de dólares.

Por otro lado, en la Tabla 3 se muestran los diez países con los promedios más altos de flujos de IED en el período de estudio inyectados en el sector agropecuario ecuatoriano, siendo Nueva Zelanda el promedio más alto con 14,60 millones de dólares, seguido por Islas Gran Caimán con 14,38 y Estados Unidos en tercer lugar con 9,66 millones de dólares.

Figura 1. Evolución de los Flujos de IED, período 2010-2022



Nota. Tomado de Superintendencia de Compañías (2024).

Tabla 3. Países con mayor promedio de IED 2010-2022

PAÍS	Promedio IED 2010-2022 (Millones USD)
Nueva Zelanda	14,60
Islas Gran Caimán	14,38
Estados Unidos De América	9,66
España	5,97
Suiza	3,50
Antillas Holandesas	3,09
Luxemburgo	2,90
Panamá	2,75
Francia	2,53
Holanda	1,94

Nota. Tomado de Superintendencia de Compañías (2024)

Tabla 4. Estimaciones econométricas mediante MCO

Estimaciones MCO					
Variable independiente: I_F_IED					
Variable	Coficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p	
I_ROE_GRAN	0,20	0,08	2,45	0,02	**
I_ROA_GRAN	0,30	0,08	3,61	0,00	***
I_ROE_MEDI	0,05	0,10	0,46	0,65	
I_ROA_MEDI	0,08	0,09	0,90	0,37	
I_ROE_PEQUE	0,04	0,07	0,61	0,55	
I_ROA_PEQUE	0,05	0,07	0,74	0,46	
I_ROE_MICRO	0,13	0,14	0,94	0,36	
I_ROA_MICRO	0,18	0,13	1,33	0,20	

Nota. Grado de significancia de los coeficientes diferente de 0: 10% (*), 5% (**) y 1% (***).

Respecto de las estimaciones econométricas realizadas mediante Mínimos Cuadrados Ordinarios, se han añadido logaritmos naturales a las variables, a fin de que las series estén en las mismas magnitudes.

Los resultados mostrados en la Tabla 4 indican que la IED tiene mayor significancia estadística en las medidas de rentabilidad sobre activos y patrimonio de las empresas grandes (ROE_GRAN y ROA_GRAN), no siendo así para las empresas medianas pequeñas y micro, para las cuales los valores *p* no muestran

significancia alguna.

Por otro lado, el análisis de la información bajo la estructura de datos de panel permitió realizar estimaciones de MCO bajo el enfoque de efectos fijos y efectos aleatorios, mostrando en la Tabla 5 que los flujos de IED que ingresan en el sector agropecuario ecuatoriano afectan mayormente a las empresas grandes, puesto que los valores *p* no reflejan mayor significancia para las empresas medianas, pequeñas y micro.

Tabla 5. Análisis de panel mediante efectos fijos y efectos aleatorios

Análisis de MCO con Datos de Panel					
Variable independiente: I_F_IED					
Mínimos Cuadrados Ordinarios – Efectos Fijos					
Variable	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor-p	
ROE_GRAN	0,24	0,11	2,32	0,03	**
ROA_GRAN	0,39	0,10	3,87	0,00	***
ROE_MEDI	0,04	0,11	0,32	0,75	
ROA_MEDI	0,10	0,11	0,92	0,36	
ROE_PEQUE	-0,06	0,07	-0,81	0,42	
ROA_PEQUE	0,06	0,09	0,65	0,52	
ROE_MICRO	0,13	0,19	0,70	0,49	
ROA_MICRO	0,20	0,18	1,13	0,27	
Mínimos Cuadrados Ordinarios – Efectos Aleatorios					
ROE_GRAN	0,22	0,09	2,41	0,02	**
ROA_GRAN	0,33	0,09	3,74	0,00	***
ROE_MEDI	0,04	0,11	0,35	0,73	
ROA_MEDI	0,09	0,10	0,94	0,35	
ROE_PEQUE	-0,03	0,07	-0,39	0,70	
ROA_PEQUE	0,05	0,07	0,74	0,46	
ROE_MICRO	0,13	0,14	0,94	0,36	
ROA_MICRO	0,18	0,13	1,33	0,20	

Nota. Grado de significancia de los coeficientes diferente de 0: 10% (*), 5% (**) y 1% (***).

Discusión

En la presente investigación se han analizado los flujos de Inversión Extranjera Directa recibidos por las empresas del sector agropecuario ecuatoriano, categorizadas por tamaño según el monto de sus ingresos durante el período 2010-2022. Los resultados indicaron que los flujos de IED provienen principalmente de Nueva Zelanda, Islas Caimán, Estados Unidos y España. Lo cual se alinea con el estudio de Ortiz Velásquez (2017), que indica que los mayores flujos de IED son captados por Perú, Brasil y Argentina, países que basan sus inversiones en la producción de materias primas, además, los flujos recibidos en el Ecuador por parte de China para el sector agropecuario ecuatoriano son bajos.

Los resultados de las estimaciones econométricas indican que los flujos de IED afectan directamente a la rentabilidad sobre

activos (ROA) y sobre el patrimonio (ROE) de las empresas agropecuarias grandes, lo que coincide con los estudios de González y otros (2019) y el de Vera-Gilces *et al.* (2019), en los cuales se evidenció que es el tamaño de las empresas influye en cuanto a la atracción de IED y que los niveles de rentabilidad de las empresas que reciben IED son mayores en comparación con las que no. También se puede inferir que el impacto de la IED en las empresas medianas y pequeñas es limitado debido a la menor capacidad para captar y absorber capital extranjero. De igual manera, las empresas más pequeñas suelen carecer los recursos necesarios para adoptar las nuevas tecnologías y procesos que la IED suele aportar, limitando así su capacidad para aprovechar plenamente estos flujos de inversión.

Asimismo, la relación alta de IED sobre las medidas de rentabilidad de las

empresas grandes permite identificar que las relaciones comerciales con países extranjeros incrementan la exportación de productos agropecuarios, lo que se contrapone a lo señalado por la Superintendencia de Compañías (2020), debido a que la IED obtenida no constituye un nivel elevado de inversión en el sector agropecuario, ya que existen niveles significativos de inversión local para este sector. Por lo que, para distribuir mejor los beneficios de la IED hacia las empresas medianas y pequeñas, las políticas públicas deberían implementar incentivos fiscales y programas de capacitación para fomentar la integración en las cadenas de suministro de empresas más grandes que reciben IED.

Estas políticas facilitarían que la IED contribuya a una distribución más equitativa de los beneficios económicos y al desarrollo integral del sector agropecuario en el país. Cabe mencionar que la creación de fondos por parte de las autoridades gubernamentales para el apoyo en la innovación y la adopción de tecnología en empresas medianas, pequeñas y micro ayudaría a que puedan atraer y absorber mejor el capital y el conocimiento que la IED puede proporcionar.

De igual manera, los factores que afectan la rentabilidad de las organizaciones en diferentes ámbitos pueden ser macroeconómicos como también propios de su gestión, tal como concluyeron Jara *et al.* (2021), lo cual sugiere que además de los flujos de IED recibidos por las empresas agropecuarias, se deben de contemplar los niveles de concentración del mercado y otras variables como la inflación, la estabilidad política y social del país, entre otros aspectos que puedan afectar la rentabilidad de las empresas del sector. Lo que concuerda con la investigación de Rivas y Puebla (2016), en la cual indican la presencia de diversos efectos secundarios de la IED en indicadores como el Producto Interno Bruto, la productividad laboral, las exportaciones, la tecnología, entre otros.

Otro aspecto relacionado con los resultados obtenidos en el presente estudio es que las empresas grandes enfocan gran parte de los flujos de IED que reciben en el desarrollo de nuevas tecnologías de producción y

la adquisición de maquinaria avanzada; coincidiendo con el estudio de Jin *et al.* (2017) en China, el estudio realizado en el Ecuador por Ramos *et al.* (2018) y el de Adetutu y Ajayi (2020) en África, que concuerdan en que la IED se centra en áreas que cuentan con niveles significativos de habilidades laborales avanzadas y tecnología; además, de impactar en el progreso sectorial a través de mayores inversiones en investigación y desarrollo (I+D).

Sin embargo, puede afectar negativamente la productividad si no se distribuye de manera apropiada. Es así como la competencia generada por las empresas grandes, que suelen recibir la mayor parte de la IED y poseen una mayor productividad, puede desplazar a las empresas medianas y pequeñas, lo cual restringe su crecimiento y potencial de desarrollo en sectores como el agropecuario.

En cuanto a la evolución de los flujos de IED captados por las empresas del sector agropecuario, los resultados indicaron que han mantenido un crecimiento constante durante el período de estudio, lo que se relaciona además con la participación del sector en el PIB nacional; lo que se alinea con los estudios realizados en Latinoamérica por Alvarado y *et al.* (2017) y el de Saavedra y Flores (2017), en que indican que los flujos de IED destinados a sectores productivos específicos benefician al sector de destino permitiendo el intercambio de tecnología y capital humano calificado.

Conclusiones

En el presente estudio, el análisis econométrico realizado indica que los flujos de IED representan altos niveles de significancia estadística respecto de las medidas de rentabilidad de las grandes empresas del sector agropecuario ecuatoriano, lo que permite concluir que estas empresas son las que mayormente reciben flujos de IED, los cuales, son destinados para incrementar la productividad mediante el desarrollo de investigación y las mejoras tecnológicas en los procesos productivos, permitiendo alcanzar un mayor rendimiento.

Asimismo, se evidenció que las empresas

medianas, pequeñas y micro, no están fuertemente relacionadas con los flujos de IED. No obstante, la literatura revisada indica que otros factores estarían vinculados con sus rendimientos, tal como es la interacción con empresas grandes del mismo sector sean estas locales o extranjeras.

Por otro lado, la información de los estados financieros permitió observar que las inversiones que realizan las empresas del sector agropecuario en la mejora continua y la calidad de la producción fomentan el comercio internacional, lo que se traduce en atracción de mayores flujos de IED de diferentes países para el sector y por ende en el incremento de la productividad nacional.

Se recomienda para futuros estudios, además de los flujos de IED considerar otros factores, tanto externos como internos que se puedan relacionar con la rentabilidad de las empresas del sector.

Referencias bibliográficas

- Adetutu, M. O. y Ajayi, V. (2020). The impact of domestic and foreign R&D on agricultural productivity in sub-Saharan Africa. *World Development*, 125, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.104690>
- Almanza-Ramírez, C., Rodríguez-Albor, G. J., Gómez-Pacheco, Á. y Verbel-Montes, I. (2020). Diversificación de exportaciones y crecimiento económico: evidencia empírica para Chile y Colombia (1980-2015). *REVISTA DE MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMÍA Y LA EMPRESA*, 29, 152-171. <https://doi.org/https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3299>
- Alvarado, R., Iñiguez, M. y Ponce, P. (2017). Foreign direct investment and economic growth in Latin. *Economic Analysis and Policy*, 56, 176-187. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eap.2017.09.006>
- Alvarado, R. y Iglesias, S. (2017). Sector Externo, Restricciones Y Crecimiento Económico En Ecuador. *Problemas del Desarrollo*, 48, 83-106. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rpd.2017.11.005>
- ASOBANCA. (26 de junio de 2018). *Datalab*. Retrieved 10 de Junio de 2018, from Sistema Bancario - Términos Clave: <https://datalab.asobanca.org.ec/resources/site/terminos/T%C3%A9rminos%20clave%20-%20Sistema%20Bancario.pdf>
- Báez-Pichiucho, D. (2013). Ecuador y China, socios petroleros. *América Latina y el Caribe - China: Medio ambiente y Recursos Naturales*, 17-28. <https://n9.cl/h9k0i>
- Barrera Lievano, J., Parada Fonseca, S. y Serrano Serrato, L. (2020). Análisis empírico de correlación entre el indicador de estructura de capital y el indicador de margen de utilidad neta en pequeñas y medianas empresas. *REVISTA DE MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMÍA Y LA EMPRESA*, 29, 99-115. <https://doi.org/doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3520>
- Bocco, A. (1987). *Auge petrolero, modernización y subdesarrollo: el Ecuador de los años setenta* (Vol. 15). (F. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Ed.) Quito, Ecuador. <http://www.cenlibrosecuador.org/product-details-book.php?cd=121>
- Bolea, C. (2015). La relación entre la Inversión Extranjera Directa y la Seguridad Económica. Casos en América Latina. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 10(2), 111-129. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632015000200006
- CAN. (2009). *Resolución 1260 - Disposición Técnica para la Transmisión de Datos de Estadísticas de PYME de los Países Miembros de la Comunidad Andina*. Resolución, Comunidad Andina, Secretaría General, Lima, Perú. <https://www.comunidadandina.org/>
- Carpio-Freire, C. R. y Afcha-Chávez, S. M. (2020). Efecto de las barreras de innovación en la capacidad de absorción de las empresas innovadoras. *REVISTA DE MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMÍA Y LA EMPRESA*, 30, 3-22. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.2940>

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2016). *La inversión extranjera directa y empresas transnacionales en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile. <https://n9.cl/ozmf9>
- Cortés, A. (2004). *Sector agropecuario y desarrollo rural: una mirada integral*. Bogotá, Colombia: UNIBIBLOS. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/20075>
- Court, E. y Rengifo, E. (2011). El modelo de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) multivariado. En E. & Court, *Estadísticas y Econometría Financiera* (pp. 305 - 345). Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning Argentina. www.cengage.com
- De Mello, L. R. (1999). Foreign Direct Investment-Led Growth: Evidence from Time Series and Panel Data. *Oxford Economic Papers*, 1(51), 133-151. <https://www.jstor.org/stable/3488595>
- Egas, J., Shik, O., Inurritegui, M. y Paolo D.S., C. (2018). *Análisis de Políticas Agropecuarias del Ecuador*. Banco Interamericano de Desarrollo. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/analisis-de-politicas-agropecuarias-en-ecuador.pdf>
- Ehrhardt, M. C. y Brigham, E. F. (2011). *Financial Management: Theory and practice* (Vol. 13° Edición). Mason, Ohio, Estados Unidos: South-Western Cengage Learning. <https://n9.cl/r1tq3>
- García O., M., Martínez G., F. y Fernández G., E. (2018). *Mercado de renta variable: Análisis de títulos*. Madrid, España: Paraninfo S.A.
- Gonzalez S., F., Díaz J., D. y García G., M. (31 de Enero de 2019). La Inversión Extranjera directa en el Ecuador 2018. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 446-471. [https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(1\).enero.2019.446-471](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(1).enero.2019.446-471)
- Gujarati, D. (2004). *Basic Econometrics* (Vol. Fourth Edition). The McGraw Hill. [http://www.afriheritage.org/TTT/2%20Basic%20Econometrics%20-%20Gujarati\[1\].pdf](http://www.afriheritage.org/TTT/2%20Basic%20Econometrics%20-%20Gujarati[1].pdf)
- Hanousek, J., Kočenda, E. y Maurel, M. (2011). Direct and indirect effects of FDI in emerging European markets: A survey and meta-analysis. *Economic Systems*, 35(3), 301-322. <https://doi.org/doi:10.1016/j.ecosys.2010.11.006>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *CIIU 4. Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Unidad de Análisis de Síntesis. <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIIU%204.0.pdf>
- García, C. (2017). LAS POLÍTICAS DE CRÉDITO AL SECTOR AGROPECUARIO EN NICARAGUA 1990-2012. *Orbis. Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 12(36), 24-44. <https://www.redalyc.org/pdf/709/70950101002.pdf>
- Jara, G., Valdez, M., Zurita, S., y Massuh, O. (2020). Relación entre el crédito financiero y de proveedores con ingresos de empresas del sector agropecuario ecuatoriano. (D. N. Estudios, Ed.) *X-Pedientes Económicos*, 4(8), 63-77. https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/46
- Jara, G., Massuh, O., Ibarra, A., Castro, J., Zurita, S. y Mendoza, A. (2021). Factores internos y externos relacionados con la ROE y ROA de bancos privados ecuatorianos por tamaño desde la dolarización. *COMPENDIUM*, 8(2), 175-190. <https://doi.org/10.46677/compendium.v8i2.929>
- Jara-Alba, C. y López-Guzmán, T. (2015). México y Ecuador: un estudio comparativo de remesas e impacto macroeconómico. *Revista Ciencia UNEMI*, 8(15), 18-31. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5269477.pdf>
- Jin, S., Guo, H., Delgado, M. S. y Wang, H. H. (2017). Benefit or damage? The productivity effects of FDI in the Chinese food industry. *Food Policy*(68), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2016.12.005>

- Kaufmann, D., Kraay, A. y Mastruzzi, M. (2003). Governance Matters III: Indicators for 1996-2002. *Policy Research Working Papers*. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-3106>
- Kuznetso, A. V. (2020). Foreign Direct Investmen. *International Encyclopedia of Human Geography*, 219–227. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-102295-5.10070-8>
- López-Jara, A. (2022). El Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural. Análisis de los Tributos que Afectan al Pequeño y Mediano Productor Agropecuario en Morona Santiago. *Polo del Conocimiento*, 7(3), 18-32. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i3.3714>
- Loungani, P. y Razin, A. (2017). How Beneficial Is FDI for Developing Countries? *Finance & Development : A Quarterly Magazine of IMF*, 38. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2001/06/loungani.htm>
- Murcia, H. (1985). *Administración de empresas asociativas de producción agropecuaria*. San Jose- Costa Rica: IICA. <https://repositorio.iica.int/handle/11324/15264>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2011). *OCDE Definición Marco de Inversión Extranjera Directa: Cuarta edición*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264094475-es>
- Olley, G. S. y Pakes, A. (1996). The Dynamics of Productivity in the Telecommunications Equipment Industry. *Econometrica*, 64(6), 1263-1297. <https://doi.org/10.2307/2171831>
- Organización de las Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Organización de las Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, New York. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4s.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2013). *Trends and Impacts of Foreign Investment in Developing Country Agriculture: Evidence from Case Studies*. Food and Agriculture Organization, Italia, Roma. <https://www.fao.org/publications/card/es/c/85b16a9e-293b-51a9-9f9e-5b60bbf34f6b/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2016). *OECD Definición Marco de Inversión Extranjera Directa: Cuarta edición* (Vol. Cuarta Edición). Editions OECD. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264094475-es>
- Ornelas, J. (2016). Sociedades posneoliberales en América Latina y persistencia del extractivismo. *Economía Informa*, 396, 84-95. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.01.005>
- Ortiz Velásquez, S. (2017). Inversión Extranjera Directa de China en América Latina y el Caribe, aspectos metodológicos y tendencias durante 2001-2016. *Economía Informa*, 4-17. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2017.10.001>
- Pérez, C. (2006). Modelo de regresión múltiple: Estimación, inferencia y predicción. En *Problemas resueltos de Econometría* (pp. 2-6). Madrid, España: Ediciones Parainfo S.A.
- Ramos, A., Alvarado, R. y Ponce, P. (2018). Efecto de la inversión extranjera directa y producción en la desigualdad de ingresos de Ecuador. *Huella Económica*, 3(1), 35-47. https://www.researchgate.net/publication/326232443_Effect_of_foreign_direct_investment_and_production_on_Ecuador%27s_income_inequality
- Rao, P., Coelli, T. y Alauddin, M. (1 de agosto de 2004). Agricultural productivity growth, employment and poverty in developing countries, 1970-2000. *ILO, Employment Strategy Papers*, 1-104. https://www.ilo.org/empelm/pubs/WCMS_114323/lang-en/index.htm
- Rivas A., S. y Puebla M., A. (2016). Inversión Extranjera Directa y Crecimiento Económico. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 11(2), 51-75. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmef/v11n2/1665-5346-rmef-11-02-00051.pdf>
- Saavedra L., R. E., y Flores O., C. H. (2017). La Gobernabilidad como un determinante de la Inversión Extranjera Directa en

- América Latina. *Ensayos Revista de Economía*, 36(2), 123-146. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ere/v36n2/2448-8402-ere-36-02-00123.pdf>
- Sala-i-Martin, X. (2000). *Lecture Notes on Economic Growth, Second Edition* (Segunda ed.). (A. Bosch, Ed.) Barcelona, España. <https://n9.cl/sswh1q>
- Selva Sevilla, C. (2004). *El capital humano y su contribución al crecimiento económico: una análisis para Castilla-La Mancha*. (U. d. Mancha, Ed.) Castilla, España. <https://n9.cl/f3e56>
- Superintendencia de Compañías. (2024). *ESTADOS FINANCIEROS POR RAMO*. https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/IED_rentabilidad_FINAL.pdf
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *La Inversión Extranjera Directa y la Rentabilidad de la compañías en el Ecuador 2013-2018*. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Dirección Nacional de Investigación y Estudios. https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/IED_rentabilidad_FINAL.pdf
- Vera-Gilces, P., Ordeñana, X. y Jiménez, A. (2019). El efecto de la inversión extranjera directa en el desempeño de empresas locales latinoamericanas: el caso de las manufacturas en Ecuador. *Revista ICE: Información Comercial Española*(909), 93-107. <https://doi.org/10.32796/ice.2019.909.6900>



Disfunción paterna y la afectividad en los niños de un centro público de cuidado infantil

(Paternal dysfunction and affectivity in children in a public child care center)

Máximo Fernando Tubay Moreira

<https://orcid.org/0000-0003-2196-4506>

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador. mtubay@utb.edu.ec

Yessenia Jakeline Vásquez Mejía

<https://orcid.org/0000-0001-8671-102X>

CONSULMED-INTEGRAMED, Ecuador. yesseniasvasquez@hotmail.com

Karina Viviana Ponce Espinoza

<https://orcid.org/0009-0008-0766-1991>

Unidad Educativa Quevedo, Ecuador. kantope_2005@hotmail.com

Adrian Alexander Barzola Resabala

<https://orcid.org/0009-0006-9925-102X>

Escuela Veintisiete de Marzo, Ecuador. barzolaadrian2013@gmail.com

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo el análisis de la presencia paterna en los procesos afectivos de los infantes de una institución pública de cuidado de niños. Como metodología, se utilizó la modalidad cuali-cuantitativa; la cualitativa para el desarrollo de referencias y la cuantitativa para la recolección y el análisis de datos sobre las preguntas de investigación. La muestra se estableció en una población de 100 representantes, que participan junto a sus hijos en las actividades del centro público de cuidado infantil, y diez expertos que están relacionados con la institución pública. Una de las consecuencias que se establecen a partir de la disfunción paterna, es la disminución de la salud afectiva y el alejamiento de la interacción del padre con su hijo, generado por su abandono en cumplir con las responsabilidades que debe asumir. Como conclusión se enfatiza que la imagen paterna es fundamental para la salud afectiva, desarrollo socioemocional y educativo de los niños. La presencia del padre permite transmitirle al entorno del infante sentimientos y sensaciones indispensables en su educación; mientras que la ausencia de los padres provoca cambios en sus emociones y personalidad.

Palabras clave: separación, emociones, contexto familiar, disfunción paterna.

Abstract

The objective of this study is to analyze the paternal presence in the affective processes of infants in a public childcare institution. As a methodology, the qualitative-quantitative modality was used; the qualitative one for the development of references and the quantitative one for the collection and analysis of data on the research questions. The sample was established in a population of 100 representatives, who participate with their children in the activities of the public child care center, and ten experts who are related to the public institution. One of the consequences established from paternal dysfunction is the decrease in emotional health and the distancing of the father's interaction with his son, generated by his abandonment of fulfilling the responsibilities he must assume. In conclusion, it is emphasized that the paternal image is fundamental for the emotional health, socio-emotional and educational development of children. The presence of the father allows the child's environment to be transmitted with feelings and sensations that are essential in his or her education; while the absence of parents causes changes in their emotions and personality.

Keywords: separation, emotions, family context, paternal dysfunction.

Recibido: 20/04/2024 | Aceptado: 16/09/2024

<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.883> | Páginas: 74-83

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Tubay Moreira, M., Vásquez Mejía, Y., Ponce Espinoza, K. y Barzola Resabala, A. (2025). Disfunción paterna y la afectividad en los niños de un centro público de cuidado infantil. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 74-83. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.883>

Introducción

A lo largo de la historia, siempre se ha reconocido la importancia de la madre en la crianza de los hijos, como elemento fundamental en su desarrollo integral; sin embargo, la figura paterna, es prioritaria en la formación de carácter y temperamento de los sujetos, que ven en sus padres el ejemplo de cómo desarrollarse en la vida, de cómo encarar los desafíos que puedan aparecer, para desarrollar algunas de esas cualidades que le servirán para ser un adulto de bien, que aporte en el colectivo que ellos se puedan desarrollar.

Hay que recordar que, entre las tradiciones y referencias sobre el tema paterna, se han basado en que el rol fundamental de este, es el de ser proveedor de una familia y el de dar soporte para que la madre sea la que ordena a los hijos que presentan desafíos en el tema de ceñirse a los dictámenes en casa. Esta referencia ha dejado de lado el papel predominante que debe cumplir el progenitor, en la que se debe convertir en la figura trascendental para la crianza del hijo, enfocándose en las enseñanzas que les permitirán a sus descendientes, aprender a cómo dirigirse en la vida mismo.

El papel de ser padre en el hombre, se establece específicamente durante el tiempo de gestación, además de los primeros procesos que vaya teniendo el infante, que irán determinando las particularidades que caracterizaran al infante, como individuo único que luchará por tener un espacio en su contexto social. Lo anterior, se tendrá siempre como referencia a la figura paterna, que es el ejemplo a seguir prioritario, que el sujeto se instaurará para su andar en la vida, y obtener logros y fracasos, como parte de la vida que tendrá que vivir.

Lo que diferenciaría al padre de otros elementos en el mundo mental es el rol simbólico que asume. Esto se caracteriza por insistir en el abandono de fantasías omnipotentes y en el control de las pulsiones, por ello, en ausencia de un interés del padre por el niño o la niña, puede fallar ese rol del tercero que facilita la separación (de la madre) y estimula el posicionamiento activo del niño

en relación con el mundo (Ramírez, 2021).

Los individuos instauran correlaciones socioafectivas desde su nacimiento, que les permitirá trascender para su adelanto, destacándose las relaciones más próximas y unidas, en las que acontecen muchas de las primeras enseñanzas y aprendizajes. Estas instituyen significativas particularidades de la afectividad del sujeto, siendo para las nociones psicológicas determinantes, especialmente las características de los lazos y sus resultados en el crecimiento del sujeto, que determinan el adulto que crecerá en un contexto social; recordando que la relación parental se instituye como lo prioritario, con plena incidencia en el desarrollo emocional del niño, desde su infancia hasta su niñez.

En esta etapa del niño, la simpatía y el afecto se establecen como una referencia determinante de la vida del pequeño, así como la identificación personal que va a orientar y consolidar al adulto futuro, con todas las características que harán de este individuo, un ser diferente, lleno de complejidades y bemoles, que establecerán en su entorno la capacidad de poder desenvolverse. Al mismo tiempo, siendo la forma que tiene la persona adulta que cuida al infante de influir decisivamente en el desarrollo de su personalidad, en momentos en los que la comunicación verbal todavía no se ha desarrollado suficientemente (Bennett *et al.*, 2021).

La presente investigación se orientó en la disfunción paterna y la afectividad en los niños de un centro público de cuidado infantil, definiendo a la presencia afectiva como los diferentes sentimientos que una persona puede exteriorizar frente a un sinnúmero de contextos. Por ello, estos deberán convertirse en la fortificación que el individuo demanda para aprovechar de todas las características que tiene su entorno, transmitiéndolo a otros que forman parte de su vínculo social, lo que le dará las características con las que será identificado en su entorno social, del que serán parte sus familiares y amigos.

En la sociedad contemporánea, los padres son vistos como figuras de autoridad y existe la creencia errónea de que solo las madres deben mostrar afecto a sus hijos, pero la realidad es

que ambos padres deben tener la capacidad de corregir a sus hijos y de dar cariño. De esta manera, el niño no crecerá con el conflicto, de que uno de sus padres es malo y el otro bueno, siendo el rol paterno muy elemental debido a que en la mayoría de los casos, el padre es el líder y también el que cubre las necesidades que se presentan en la familia, por ejemplo: ahorros, tiempos compartidos, establecimientos, etc.

También estipula normas, reglas y límites para fomentar una relación positiva entre padre e hijo, por ello, los niños criados por madres solteras tienen más problemas contextuales, que los niños en hogares biparentales debido a que presentan conflictos psicológicos y en ocasiones, bajo rendimiento académico. Esto afecta la vida del niño, conduciéndolo a conflictos potenciales, desde baja autoestima hasta complicaciones por sustancias como el alcohol, las drogas y el tabaco (Vásquez, 2023).

Se debe recordar, que es en la infancia, en la que se van desarrollando las destrezas y capacidades que ayudarán en las situaciones por las que debe ir pasando el niño. Sin embargo, siempre se hará fundamental contar con la presencia paterna como figura a seguir, a imitar, que será determinante para que este se beneficie de la referencia del padre y de esta manera ir construyendo un contexto social en donde el infante pueda contar con el apoyo y respaldo necesario, para que se alcancen los objetivos propuestos en la vida del infante.

La ausencia de padres incide en el desarrollo integral del niño, mostrando como los niños que presentan ausencias son niños introvertidos, muestran conductas desafiantes, les cuesta establecer relaciones con sus pares y acatar las normas. La ausencia de padres se hace más evidente a nivel emocional y psicológico de los niños que a nivel físico, ya que no se evidencia de manera física afectaciones causadas por la ausencia de padres (Alzate y Restrepo, 2023).

Por último, la afectividad que se genera a partir del desarrollo de las funciones mentales, establece la prioridad de ir gestionando cada emoción, cada sentimiento desde el interior del sujeto. Esto le permitirá

ir ganado experiencias, que le direccionen a la hora de compartir sus emociones, para que estas le ayuden a formar lazos familiares y sociales, que auspicien las buenas relaciones que deben darse, tanto dentro como fuera del contexto familiar, en el que el individuo debe interactuar y aportar en la convivencia del día a día, para ser alguien de bien.

Materiales y métodos

En la investigación se utilizó un enfoque cuali-cuantitativo, que se planteó como un proceso de recogida sistemática de datos que evidencia el logro de los objetivos con el fin de tomar decisiones que conlleven la mejora del hecho educativo; siendo la cualitativa para el desarrollo del marco referencial y la cuantitativa para la recolección y el análisis de datos para referenciar las preguntas de investigación concernientes a la disfunción paterna y la afectividad en los niños de un centro público de cuidado infantil.

Se realizó una investigación descriptiva para concentrar en un enfoque mixto que detalle el entorno que se encuentra en estudio para identificar el problema que se presenta en la población establecida; es decir, los profesionales de turno y a los padres y madres de familia que llevan a sus hijos al centro público de cuidado infantil.

El estudio se aplicó en una muestra de 100 representantes de los niños. Este, es el total de los que participan junto a sus hijos en las actividades del centro público de cuidado infantil, y diez expertos que están relacionados con la institución pública que se dedica al cuidado de niños, para conocer de primera mano sobre la incidencia de la disfunción paterna en la afectividad de los niños.

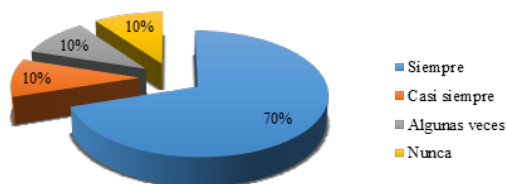
Asimismo, se realizó una exploración con el fin de recolectar información acerca del problema en cuestión, revisando artículos, trabajos de investigación, conociendo los tópicos en cuestión y recolectando la información para interpretar los resultados que facilite la información para concluir sobre las aristas más prioritarias de las variables de estudio.

Para la elaboración del artículo, se utilizaron las técnicas de investigación, como la observación, donde se pudo apreciar y analizar la afectación de la disfunción paterna y la afectividad en los niños de un centro público de cuidado infantil. Asimismo, la encuesta permitió obtener resultados de padres de familia y profesionales, que compartieron sus opiniones e inclinaciones, sobre los demás que se les consultaron y que ayudaron a formar una referencia objetiva dentro de la investigación.

Resultados

Resultados de la encuesta que se aplicó a los expertos que laboran en la institución pública de cuidado de niños.

Figura 1. Frecuencia en la que los padres recogen a sus hijos



Nota. Encuesta realizada a los a los expertos del Centro Público de Cuidado Infantil.

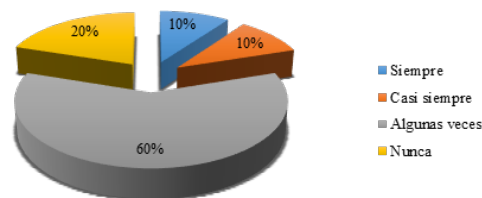
El resultado de esta pregunta destacó que los representantes de los niños en un 20 %, siempre recogen a los niños del centro infantil; en un 30% lo hacen casi siempre, el 40 % manifestaron que algunas ocasiones y el 1 % destacó que nunca. Se recalca lo primordial de que cada representante de los infantes debe priorizar, en la medida de las posibilidades, poder pasar por sus hijos o representados para que ayude en alguna medida, a fortalecer los vínculos familiares que deben darse.

Para el infante, el rol familiar es fundamental para que se genere un entorno en donde se brinde la posibilidad del aprendizaje de valores y de enseñanzas primordiales que ayudarán en el proceso de relacionarse con otros. Esto da realce a valores como el respeto

y la cordialidad, que permiten que el infante desarrolle lo socioafectivo, en relación con sus pares y adultos que componen su contexto social, por lo tanto, la transformación de las relaciones afectuosas ayudará a que se establezcan las características para la interacción con el entorno.

Para Anchundia y Navarrete (2021) la importancia de la familia y su influencia en el desarrollo social se enfatiza su rol de ser el primer espacio donde los niños pueden expresarse a través de gestos, palabras, actitudes, acciones; pero si esto se ve coartado por la sobreprotección, algunas áreas resultan afectadas.

Figura 2. Diálogo con los padres de familia



Nota. Encuesta realizada a los a los expertos del Centro Público de Cuidado Infantil.

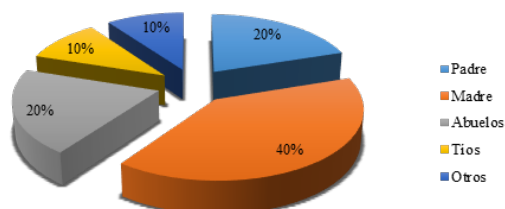
La interrogante sobre la periodicidad de la comunicación entre los profesionales y los representantes de los estudiantes destacó que un 20 % lo realiza de manera permanente, un 60 % en algunas ocasiones y el 20 % final no acostumbra a comunicarse con los docentes. La institución educativa, a través de sus docentes, debe fomentar el diálogo permanente con los padres de familia, sobre la situación de sus hijos y cómo estos van evolucionando en todos los aspectos, especialmente en la afectividad.

Se vuelve prioritario que se destaque la importancia de conocer lo fundamental de vivir y coexistir con principios, resaltando que todo sujeto necesita desarrollarse en un contexto social, en la que se destaca lo elemental de la convivencia sana, es el resultado de que se genere una educación, que debe darse en el hogar, la escuela, el entorno social, siendo importante el rol que juegan los medios de comunicación. El hogar debe ser el lugar predominante en donde el sujeto debe

recibir la educación y formación que necesita para interactuar en la sociedad en el que se desenvuelve, sobre todo, en un contexto que se mundo que se identifica por la ausencia de valores y la presencia de lo contrario a todo ello, tales como el egoísmo, el irrespeto, la intolerancia entre otros.

Para Cedeño *et al.* (2019) la alineación en valores de los infantes, en función de lo socioafectivo, es una necesidad que involucra al conglomerado de un colectivo, que tiene un conjunto de aristas en el que puede adaptarse, en el tema de la educación y procesos educativos, por medio de los juegos tradicionales, actividades con adultos, de representaciones de la vida real, aprendizaje cooperativo. Siendo lo medular, que el niño aprenda los valores, porque es desde una sana vivencia socio-afectiva que ellos serán capaces de desarrollarse en el marco de una sana convivencia estructurada en valores humanos y sociales, permeada por la dimensión socioafectiva que es consustancial a la vida misma.

Figura 3. Persona que pasa a llevar a los niños de la institución



Nota. Encuesta realizada a los a los expertos del Centro Público de Cuidado Infantil.

En la presente interrogante, se dio como resultado que los docentes refieren que en un 40 % son las madres las que por lo general pasan recogiendo a los niños para llevarlos a su domicilio; un 20 % los abuelos de los infantes y el restante porcentaje se compone por padres y otras personas, lo que deja entrever que los padres, por distintas situaciones como el trabajo, no priorizan el poder dedicar un tiempo para pasar por sus hijos.

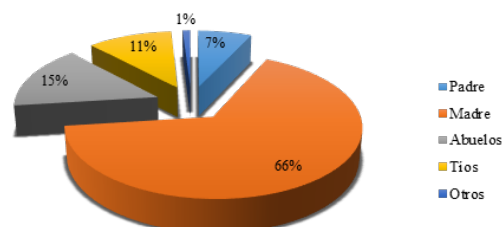
Por lo general, se destaca que hay una gran inclinación por pensar y aceptar que el contexto familiar es el lugar más prioritario para la enseñanza y el aprendizaje, desde

los primeros años de vida, en donde se irán formando las bases de la vida socioafectiva que el sujeto experimentará en su peregrinaje. Entre estas situaciones, se destacan la formación de capacidades emocionales, la dirección de situaciones de resistencia, el desarrollo de competencias emocionales, recalando que las que las carencias en el adelanto emocional se generan a partir de un abandono emocional de los progenitores y vínculo social del niño, que ve como un desafío el poder relacionarse sin contar con las herramientas sociales necesarias.

Mendoza *et al.* (2022) afirman que las investigaciones realizadas en todo el mundo confirman que existe una relación directa entre la educación, preocupación e implicación de los padres en el desarrollo de las competencias emocionales de los hijos, sobre todo, en las edades tempranas. La presencia de los padres, la comunicación que se establece entre ellos, el intercambio de mensajes afectivos la modelación de emociones que se observan practica y recibe durante la infancia son útiles para la supervivencia a lo largo de la vida, por eso, son los llamados a enseñarle a sus hijos a reconocer las emociones y las consecuencias que acarrea para que se observen personas y los demás, cuando ellas son negativas.

Encuesta realizada a los padres de familia del Centro Público de Cuidado Infantil

Figura 4. Relación que lo vincula con el niño



Nota. Encuesta realizada a los padres de familia del Centro Público de Cuidado Infantil.

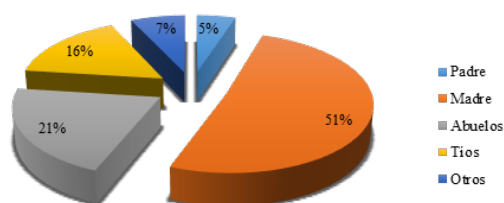
Sobre la consulta de la relación de los niños con sus representados, el 73 % contestaron que son sus progenitores, y el otro 24 % son familiares directos que se acercan al centro público. Es importante recalcar que deben ser los padres, los encargados directos de estar en

constante interacción con los profesionales del centro de cuidado infantil, para que se puedan solucionar dificultades que puedan surgir en el proceso educativo.

Para los expertos, el primer elemento que determina la evolución del campo socioafectivo del niño, es el contexto familiar, en el que por medio de una enseñanza-aprendizaje, centrada en las necesidades que tienen los hijos, se determinan los elementos que auspiciaran la educación en principios y valores. Así mismo, esta incidirá en la manera de proceder de los sujetos, que tomanar siempre como referencia lo que demuestran sus adultos, en este caso su progenitor, que es el llamado en servir como un ejemplo para el accionar o proceder diario, que lo convertirán en un individuo que aporte a su sociedad en general, para el bienestar general.

En este sentido, Marín *et al.*, (2016) destacan que, el grado de desarrollo moral que el sujeto alcance conduce a tener una personalidad con altos índices de autoestima, amor propio, seguridad, autocontrol. Los mismos, que son fundamentales en el accionar del infante, en la que es la escuela el contexto ideal donde debe proyectarse el desarrollo moral fruto de la formación que recibe en el núcleo familiar, evitando el contexto que pueda tener un impacto negativo, y generar violencia, agresión, falta de formación en valores como la honestidad y la solidaridad, prioritarios en el accionar diario.

Figura 5. Persona que tiene la mayor responsabilidad sobre el cuidado del niño



Nota. Encuesta realizada a los padres de familia del centro público de cuidado infantil.

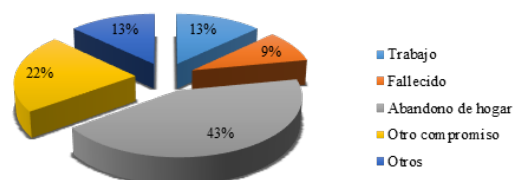
En esta pregunta, se obtuvo que los individuos que tienen la responsabilidad primordial de velar por la integridad del niño que asiste al Centro Público son las madres,

con un 51 %, seguidas de los abuelos con un 21 %. Es importante que se haga hincapié en que los padres participen de manera más activa, en la vinculación de los hijos en los procesos que se desarrollan en el centro de desarrollo infantil, para que se puedan obtener mejores resultados en el tema educativo.

Esta contemporaneidad tiene una connotación especial, los modelos de crianza y convivencia en el núcleo familiar han variado por el ingreso de los dispositivos electrónicos al interior de la familia. Esto no ha sido excepción en sociedades locales o globales, que han generado consecuencias en el comportamiento de las familias, a través de factores externos e internos en la dimensión tradicional de una familia unida, cohesionada, adaptable y comunicativa. Este tipo de familia, es egocéntrica, con uso de mensajes asíncronas llevados a efecto a una convivencia automatizada menos comunicativa y cohesionada, con mayor interacción digital.

Yucra y otros (2020) refiere que el cuidado de los niños, debe evitar una cohesión desligada, fortaleciendo la idea de una familia unida, comprometida. Una característica de la disfunción familiar, está basado en la inexistencia de la cohesión, adaptabilidad y comunicación en el interior del núcleo familiar. Entonces, para entender la importancia del cuidado del niño, según las teorías de la funcionalidad familiar, esta se refiere a la estructura en el funcionamiento interno de sus miembros que conviven.

Figura 6. Motivo por el que se genera la ausencia paterna



Nota. Encuesta realizada a los padres de familia del Centro Público de Cuidado Infantil.

En la interrogante en donde se consultó sobre cuál es la razón por la que se da la ausencia de los padres en el cuidado de los niños que asisten al Centro Público, el 43 %

afirmaron que es por el abandono del hogar y el restante porcentaje por razón de la adquisición de otros compromisos como el trabajo. Se resalta que el porcentaje más elevado es por el abandono que sufren los niños, por razón de que sus progenitores ya no viven con ellos o simplemente existe un desinterés en hacerse presente para cumplir el rol paterno.

Cuando se destaca al entorno familiar, por lo general se resume en la referencia que dan los progenitores y también los hijos, reconociendo que existen otros tipos de familia, en la que esta se adapta por razón de la ausencia del padre o la madre. Lo que puede trascender notablemente en el desarrollo del individuo, siendo la falta de la figura paterna, una referencia a la situación en la que el padre biológico o social está ausente de la vida cotidiana de su hijo o no cumple con el rol que le corresponde dentro de la familia.

Según Culcay (2023) el abandono del padre, de su rol esencial en el desarrollo de la identificación y autoestima de los hijos, así como en la transferencia de valores y normas sociales, limita esa influencia que debe tener como figura e intervención activa paterna, con consecuencias positivas en su bienestar emocional, académico y social. Asimismo, que el niño quede solo, a la deriva en su formación e influencia paterna, condicionará la disciplina, amparo y orientación, que debe recibir el infante desde sus primeros años de vida, en la que la ausencia paterna en su contexto familiar le privará de experiencias que fortalezcan su personalidad.

Discusión

Según los expertos, en tema de crecimiento y evolución del sujeto, la infancia es referida como el período que más se destaca en el adelanto del sujeto, considerando que se llegan a determinar aquellas bases desde un punto de vista neurofisiológico que analiza los avances del infante, en el proceso confuso e interactivo que muestra instantes demostrativos. A partir de ahí tendrán una referencia sorprendente, en la que se destacan ciertos componentes que inciden de modo integral y se enuncian como consecuencia de la interacción continua con

su medio.

Para Rojas *et al.* (2019) el espacio socioafectivo del adelanto humano se establece y guara una estrecha relación e interacción con el entorno social. Es así que el desarrollo afectivo en el infante se ostenta desde que establece sus primeras relaciones con el mundo que le rodea y la calidad de estas incipientes relaciones hace posible la manera en que interpreta el comportamiento humano, que incide en un futuro no lejano, en el mismo fortalecimiento de su afectividad.

Las relaciones familiares es el contexto educativo que más preeminencia tiene por su incidencia indiscutible en el tema de formación de los individuos, siendo los progenitores, las personas más influyentes en el accionar de los hijos, generándose un sinnúmero de efectos, como el vínculo familiar, protector, de formación. Esto le permite al sujeto adecuarse a un contexto y poder cumplir con sus roles que le establece la sociedad, como parte de la misma, siendo imprescindible que este se vaya adaptando por medio de los ambientes más contiguos, que se deberán reconocer como influyentes en el mismo, tales como la escuela, la comunidad o la sociedad

Estas dinámicas familiares se dan en cualquier entorno social, en las que la familia ha sufrido ciertas adaptaciones y fortalecimientos, que han ido dando lugar a la generación de estrategias y destrezas que permiten que los padres puedan tener recursos con lo cuales sobrellevar los embates de las etapas biológicas de sus hijos. Esto permitirá que los progenitores enfrenten de manera flexible y adaptativa su papel en función de las necesidades crecientes y pedagógicas de los hijos, bajo los estándares considerados como admisibles por la sociedad (Márquez *et al.*, 2021).

Se consideró que la paternidad no solo representa que los progenitores deban ser parte activa en la provisión de recursos económicos, sino además de participar activamente en la educación y formación diaria de los hijos, siendo comprometidos con la unión familiar, con sus cónyuges, hijos, que generan que sean representados como el eje primordial de la familia. Se debe tener pleno compromiso

con los integrantes de la familia, en la que ser padre, es una relación social complicada que involucra aspectos como, suministrar de manera económica, ejercitar la autoridad, preservar, establecer y promulgar principios y conocimientos, de los padres a hijos.

Es el progenitor el que provee de un propósito e identidad de la vida, por razón de que es este el que le enseña a vivir, a direccionarse y cómo actuar en el día a día, dando por sentado de que participe de manera activa en la formación del individuo, incidiendo de manera notable en aspectos como el socioafectivo, instaurando la idea del reconocimiento personal, así también se van fortaleciendo los valores, la integridad, la autonomía e independencia (Madrid, 2021).

El compromiso de la familia en la educación de los integrantes de la misma, se ha moldeado desde sus orígenes por medio de diferentes modificaciones sociales que se han ido desarrollando con el pasar de los años. Además, de alcanzar una referencia considerable valor en las diferentes sociedades, como una demanda individual que se debe compensar para prevenir el bienestar social, que comprende todo el adelanto de los infantes.

Es importante considerar la participación de los padres de familia como protagonistas en la educación y crianza de sus hijos e hijas, pero se ha denotado un nivel excesivo de sobreprotección por parte de los mismos, obstaculizando el desarrollo integral y ocasionando la formación de niños y niñas inseguros de sus capacidades, potencialidades y habilidades (Mayorga *et al.*, 2020).

Desde un tiempo atrás, el contexto social influye en los cambios notorios que se dan en el sujeto. Lo anterior afectan directamente los estilos de vida y la manera de encaminar hoy en día las relaciones interpersonales entre padres e hijos, así como en la actualidad con la tecnología, las amistades, el trabajo, el tiempo y ciertos componentes que se establecen como determinantes en la manera en que los progenitores direccionan el accionar y la toma de decisiones de sus representados.

Asimismo, el desarrollo socioafectivo de cada niño está fuertemente influenciado por las

demandas del entorno, quienes van creciendo y asumiendo emociones en la trayectoria de sus experiencias vividas, siendo la familia, un elemento fundamental para el desarrollo cognitivo, social y emocional del ser humano. Lo anterior, motivado a que dentro del contexto familiar se evidencian diversidad de conductas y actitudes que se sitúan como modelos de crianza para los infantes (Burgos y García, 2020).

El sujeto es básicamente un individuo que existe y se desarrolla en un programa de enseñanzasocial, el cual ocurre inmediatamente después del nacimiento, por lo tanto, la familia es la primera unidad cultural donde el niño se interrelaciona y posteriormente tienen lugar las primeras experiencias con los demás. Por ello, se debe entender que este proceso de regulación de comportamiento emocional, se aprende desde el seno del hogar, siendo éste el primer entorno educativo, y los padres con su forma de ser y actuar se convierten en modelo, y crean patrones de comportamiento que más adelante repercuten en la vida del infante.

Por lo anterior, es prioritario que los padres sean cimiento fundamental en el desarrollo social y afectivo de sus hijos. Es la familia, el núcleo donde se constituyen las primeras acciones afectivas, y se regular y corrigen aquellas actitudes no favorables para desarrollo sano, por tal razón, el aspecto fundamental de las relaciones interpersonales del niño está en las huellas que deje la vinculación afectiva y emocional con los seres que le transmiten afecto y seguridad.

Esto influye poderosamente en la personalidad por ser un referente continuo para él; y sobre éste será construido el concepto de sí mismo y el modo de establecer relaciones con otras personas en el futuro, siendo el hecho de sentir que los padres jamás le fallarán es decisivo para asegurar una confianza básica en sí mismo y, posterior, para confiar en los demás (Zamora y Giniebra, 2022).

Conclusiones

Se determinó entre los efectos que causa la disfunción paterna en la afectividad en los niños del centro público de cuidado infantil,

es que los niños extrañan mucho a sus padres, algunos tienen cambios en sus emociones y personalidad, ocasionando que estos sean distraídos, tímidos y poco sociables con el resto de niños.

Se identificó como causas que originan la disfunción paterna en los niños del centro público de cuidado infantil, es que ciertos los padres pasan la mayor parte de su tiempo ocupados en su trabajo, otros padres han fallecido, la mayor parte de padres han abandonado el hogar, algunos han asumido nuevos compromisos y otros progenitores están ausentes debido a distintas causas.

De acuerdo a la investigación realizada se destaca que la ausencia paterna afecta de manera significativa en la salud afectiva de los niños de este centro público de cuidado infantil, lo cual se refleja en que estos extrañan a sus padres cuando ellos no los van a dejar o a recoger a la institución, haciéndose alternativas de solución que disminuyan los efectos de esta problemática.

Las instituciones públicas, que proveen atención socioeducativa a los niños, deben organizar de forma esporádica actividades en conjunto con los padres de familia, motivo por el cual se hace necesario realizar reuniones con más frecuencia que tengan como finalidad fortalecer la unión la unión familiar y la salud afectiva de los niños del centro público de cuidado infantil, dándole herramientas para que puedan fortalecerse los lazos familiares.

Referencias bibliográficas

- Alzate, M., y Restrepo, K. (2023). Ausencia de padres y su incidencia en el desarrollo integral del niño mediante sus narrativas. [Tesis doctoral o de maestría, *Centro Regional Chinchiná. Chinchiná-Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO*]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/18769>
- Anchundia, R., y Navarrete, Y. (2021). Incidencia de la sobreprotección familiar en el desarrollo autónomo del niño de Inicial I y II de la Unidad Educativa Provincia de Manabí, Cascol. *VARONA, Revista Científico Metodológica*(73), 83-97. <http://scielo.sld.cu/pdf/vrcm/n73/1992-8238-vrcm-73-83.pdf>
- Bennett, A., Hernández, E., y López, A. (2021). Relación de apego del niño con sus padres en el primer año de vida. *Universidad de La Habana*, 291(8), 1-21. <http://scielo.sld.cu/pdf/uh/n291/0253-9276-uh-291-8.pdf>
- Burgos, M., y García, M. (2020). Los estilos de crianzas en el desarrollo socioafectivo de niños de 6 a 11 años. *Dominio De Las Ciencias*, 6(4), 732–750. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i4.1502>
- Cedeño, W., López, F., y Valencia, G. (2019). El desarrollo socio-afectivo en la niñez como base fundamental en la formación de valores. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*(VII), 1-14. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v30i1.1300>
- Culcay, K. (2023). Consecuencias psicológicas en los niños por falta de figura paterna. [Tesis doctoral o de maestría, *Unidad Académica de Salud y Bienestar, Carrera de Psicología Clínica. Cuenca-Ecuador: Universidad Católica de Cuenca*]. <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/16583>
- Madrid, Y. (2021). *Participación de la figura paterna en el desarrollo socioafectivo del niño en edades tempranas*. [Tesis doctoral o de maestría, Universidad Especializada de las Américas]. <https://doi.org/10.57819/ema9-6c38>
- Marín, L., Vallejo, S., Niño, L., y García, J. (2016). Socioafectividad y desarrollo moral en la primera infancia. *Revista Horizontes Pedagógicos*, 18(1), 73-80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5676759>
- Márquez, V., Reyes, R., Merchán, M., y Valle, D. (2021). Competencias parentales en el desarrollo socioafectivo en niñas y niños de 3 a 5 años. *RECIAMUC*, 5(3), 182-195. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.\(3\).agosto.2021.182-195](https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.(3).agosto.2021.182-195)

- Mayorga, V., Pérez, M., Ruiz, M., y Coloma, M. (2020). Trabajo cooperativo docente – familia para el desarrollo de la autonomía en infantes. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(9), 366–391. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i9.656>
- Mendoza, N., Franco, X., Verdesoto, J., y Pazmiño, P. (2022). La ausencia paterna y el estado emocional depresivo en los hijos. Estudios de casos y propuesta. *Journal of Science and Research*, 7((CININGEC II)), 1140–1162. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7781991>
- Ramírez, S. (2021). Ausencia de la figura paterna en niños y niñas en edad preescolar de 3 a 5 años. [Tesis doctoral o de maestría, *Escuela de Psicología Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto Universitario Sor Juana*]. <https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000837358/3/0837358.pdf>
- Rojas, A., Estévez, M., y Macías, A. (2019). La formación del docente de Educación Inicial, para estimular el desarrollo socio afectivo de los niños. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 2(1), 51-57. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/81>
- Vásquez, K. (2023). La ausencia de los padres y la autoestima de los niños de la I.E.P. Beatita Melchorita, Grocio Prado, Chíncha 2021. [Tesis doctoral o de maestría, *Facultad de Educación, Escuela Profesional de Educación Primaria y Problemas de Aprendizaje. Huacho–Perú: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho*]. <http://hdl.handle.net/20.500.14067/8534>
- Yucra, T., Choquehuayta, O., y Bernedo, L. (2020). Disfunción familiar y el rendimiento académico en estudiantes de cuarto de secundaria en la ciudad de Juliaca de 2020. *IGOVERNANZA*, 5(19), 28–48. <https://doi.org/10.47865/igob.vol5.n19.2022.204>
- Zamora, F., y Giniebra, R. (2022). Rol de los padres en el desarrollo socio afectivo de niños con autismo de 2 a 3 años. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 26(2), 210–234. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v26iExtraordinario.1668>



Desigualdad y presión fiscal en Sudamérica entre 2000-2020

(Inequality and fiscal pressure in South America between 2000-2020)

Xavier Alfredo Cobeña Andrade

<https://orcid.org/0000-0002-2558-5397>

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-FLACSO Ecuador. xcobenafi@flacso.edu.ec

Resumen

Este artículo examina la relación entre el coeficiente de Gini y la presión tributaria en nueve países sudamericanos durante el período 2000-2020, empleando un modelo de regresión múltiple y controlando variables como el gasto en educación, la urbanización, la población en edad laboral y el índice de desarrollo democrático. Para el análisis se utilizaron datos de fuentes abiertas de organizaciones internacionales, incluyendo la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Banco Mundial. Los resultados indican que existe una relación inversamente proporcional y estadísticamente significativa entre la desigualdad y la presión fiscal, lo que sugiere que las políticas fiscales pueden ser un instrumento efectivo para mitigar la inequidad. Sin embargo, la fuerza de esta relación varía dependiendo del contexto nacional y las condiciones estructurales preexistentes en cada país. Esto subraya la importancia de adoptar enfoques integrales y personalizados para combatir las causas profundas de la desigualdad en la región.

Palabras clave: desigualdad, presión fiscal, regresión múltiple.

Abstract

This article examines the relationship between the Gini coefficient and tax pressure in nine South American countries during the period 2000-2020, using a multiple regression model and controlling variables such as education spending, urbanization, working-age population, and the democratic development index. For the analysis, data from open sources of international organizations, including the Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC) and the World Bank, were used. The results indicate that there is an inversely proportional and statistically significant relationship between inequality and tax pressure, suggesting that fiscal policies can be an effective tool to mitigate inequity. However, the strength of this relationship varies depending on the national context and the pre-existing structural conditions in each country. This underscores the importance of adopting comprehensive and personalized approaches to combat the root causes of inequality in the region.

Keywords: inequality, tax pressure, multiple regression.

Recibido: 21/07/2024 | Aceptado: 20/11/2024

<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.934> | Páginas: 84-98

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Cobeña Andrade, X. (2025). Desigualdad y presión fiscal en Sudamérica entre 2000-2020. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 84-98. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.934>

Introducción

La desigualdad en Sudamérica es una constante histórica y multidimensional que desafía persistentemente los esfuerzos para una integración global equitativa de la región. Históricamente, la desigualdad se ha alimentado de estructuras económicas y políticas que han perpetuado disparidades en el acceso a los recursos y oportunidades. Este fenómeno se vio exacerbado durante la primera parte del siglo XXI a pesar de un periodo de crecimiento económico sostenido y se complicó aún más con la crisis económica inducida por la pandemia del COVID-19, que ha revertido algunos de los progresos socioeconómicos previos.

En este contexto, la política fiscal emerge como un instrumento crucial para la redistribución del ingreso, lo que motiva un examen detallado de su papel en la lucha contra la desigualdad. Mientras que las reformas tributarias han buscado incrementar la recaudación, la efectividad de estas políticas para mitigar la desigualdad sigue siendo un tema de debate intenso y las evidencias son mixtas, dependiendo en gran medida de las condiciones estructurales y políticas nacionales. En esta investigación se analizó la relación entre la presión fiscal y la desigualdad en nueve países sudamericanos entre 2000 y 2020, explorando cómo variaciones en la política fiscal pueden influir en la concentración del ingreso. Además, se analizó de manera individual esta relación para cada país utilizando la serie de 21 años disponible, con el propósito de identificar contrastes en los contextos nacionales. El periodo de análisis obedece al interés de revisar el progreso en la lucha contra la desigualdad durante el boom de los commodities, así como la etapa de confinamiento duró en 2020 y sus restricciones en materia económica y social (Lustig *et al.*, 2011).

Fundamentos teóricos

Como señala Piketty (2013, p. 10) el asunto de la distribución del ingreso amerita ser estudiado de modo sistemático y metódico, sobre todo

en el siglo XXI debido al creciente flujo de información de carácter propagandístico y con múltiples sesgos ideológicos que avivan el conflicto relacionado con la justicia social. El asunto de la desigualdad ha sido históricamente controvertido (López y Perry, 2008), para muchos las desigualdades e injusticias son siempre crecientes, mientras que para otro grupo son naturales y tienden a decrecer cuando aumenta la riqueza general (Kuznets, 1953) (Somma *et al.*, 2020).

En Sudamérica el problema de la desigualdad se presenta como una dificultad crónica y multidimensional que socaba las oportunidades de la región para competir en la inserción global frente a otras regiones emergentes como África o Asia (Huber *et al.*, 2006). A pesar del progreso de Sudamérica durante las dos primeras décadas del siglo XXI su rezago histórico posiciona a la región como el lugar más desigual del mundo y la pandemia de COVID 19 detuvo e incluso revirtió algunos progresos relativos (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2022).

El estudio de la desigualdad no solo es relevante en términos económicos, sino también en términos políticos, considerando que la injusticia social estructural es una de las principales fuentes de conflictos sociales que amenaza de manera recurrente a las democracias liberales. La desigualdad implica dimensiones más subjetivas como las identitarias; como señala Riggirozzi (2020) desde inicios del siglo XXI los gobiernos progresistas posneoliberales en América Latina han tenido éxito en la reorientación de las políticas para reducir el impacto socioeconómico de las desigualdades, pero a expensas de la justicia ambiental e identitaria. Una mejora redistributiva del ingreso no siempre implica la integración de grupos históricamente excluidos a la sociedad.

Toda América Latina y de manera especial Sudamérica constituyen escenarios propicios para estudiar la desigualdad, debido a la abundante información histórica y contextual con la que se puede profundizar en las múltiples implicaciones de la injusticia redistributiva, más allá de los asuntos económicos; como

señala Sánchez-Ancochea (2021, p. 11) el populismo, las crisis financieras, el empleo de mala calidad y la polarización social son males con los que la región está acostumbrada a lidiar.

Nora Lustig *et al.* (2011) documentan una disminución significativa en la desigualdad en varios países latinoamericanos entre 2000 y 2009, atribuyéndola a una combinación de políticas laborales activas y transferencias gubernamentales progresivas que benefician principalmente a los trabajadores menos cualificados y a los más pobres. Este fenómeno resalta la importancia de los cambios en la estructura del mercado laboral y las políticas redistributivas efectivas. López y Perry (2011) exploran cómo la desigualdad extrema puede obstaculizar el crecimiento económico y exacerbar su volatilidad, argumentando que una estrategia dual que mejore tanto la distribución de activos, especialmente la educación, como la capacidad del estado para redistribuir ingresos, podría ser la más efectiva para la región.

Otra recurrente fuente de conflicto político relacionada con la inequidad se encuentra en la progresividad fiscal. La lucha por aprobar legislaciones progresivas y realizar reformas ejecutivas para incrementar la recaudación tributaria no han estado exentas de controversia política en la región. Como señalan Duncan y Sabironova-Peter (2008) generalmente se presume que un mayor nivel de presión fiscal reduce la inequidad del ingreso, pero ¿es esto cierto en Sudamérica? La literatura es diversa y no siempre convergente.

En esta sección se revisan las contribuciones académicas sobre los factores explicativos de la desigualdad, con énfasis en la presión fiscal, con el propósito de ofrecer un lente teórico que permita contrastar la hipótesis de la relevancia de la tributación en la redistribución del ingreso. La región es conocida por la dificultad para gravar impuestos y recaudarlos de manera efectiva (Jiménez, 2015, p. 27) entonces conviene profundizar en los efectos generales de una mayor recaudación para contribuir al proceso de deliberación de la política tributaria.

En la investigación de Milanovic y Muñoz

de Bustillo (2008) se analizaron los principales factores que se asocian a la desigualdad en los países de América Latina, destacando el acceso desigual de la propiedad de la tierra, el acceso a educación, la estructura demográfica y el rol redistribuidor del sector público, además de reflexionar sobre el papel del proceso de colonización en el desarrollo de la desigualdad estructural en la región.

Más recientemente García-Sánchez *et al.* (2024) analizaron, con datos de América Latina, la relación entre la desigualdad económica, las percepciones de justicia en la distribución de ingresos y la confianza social y política a lo largo de veintitrés años. Utilizando datos de dieciocho países, descubren que mayores niveles de desigualdad están vinculados negativamente con la confianza, mientras que percepciones positivas de justicia están asociadas positivamente. Los hallazgos sugieren que la forma en que la población percibe la desigualdad influye significativamente en su confianza hacia las instituciones sociales y políticas, destacando la importancia de las evaluaciones subjetivas en el estudio de la desigualdad. Los sistemas tributarios que son percibidos por la población como más progresivos y justos en consecuencia son fuentes de estabilidad política y económica.

En la publicación de Kaasa (2005) se examinaron los factores que inciden en la inequidad del ingreso a través de una revisión pormenorizada de los planteamientos teóricos más relevantes que ponen énfasis en lo demográfico, en económico o en lo político. Entre los factores económicos se destacan la incidencia positiva de tener un alto PIB per cápita, contar con una política de transferencias monetarias, asignar un alto gasto en educación y la capacidad de atraer inversión extranjera directa. Mientras que como factores demográficos se presentan a la influencia positiva de la urbanización y a la estructura poblacional joven como factores relevantes para disminuir desigualdad. Entre los factores políticos (Kaasa, 2005) se destacan al tamaño del gobierno y la corrupción como elementos que tienen incidencia inversamente proporcional a la disminución de la

desigualdad; además, se destaca la influencia positiva de la democracia para construir sociedades más justas; sin embargo, bajo esta perspectiva la progresividad tributaria no es considerada como un factor relevante para explicar la desigualdad.

La relación entre democracia e inequidad ha sido analizada en trabajos como el de Przeworski (2012) quien argumenta que la inequidad económica genera desigualdad política, sobre todo considerando contextos de débil democracia o autoritarismo. Adicionalmente, Condie *et al.* (2019), utilizan un análisis de series temporales combinadas y agregan variables políticas como la fuerza de la tradición democrática y el gasto social a modelos que incluyen variables sociológicas y económicas para explicar las variaciones en la desigualdad.

El estudio de Gómez-Echeverry (2024) distingue entre raza y etnia como características entrelazadas pero separadas, y encuentra diferencias significativas en los ingresos promedio entre diversos grupos raciales y étnicos, principalmente debido a características observables como educación y estatus laboral. Además, se identifica que las disparidades varían significativamente entre los países y son parcialmente explicadas por variables no observadas como la discriminación.

El estudio de corte transversal efectuado por Lustig *et al.* (2014) probó que el impacto redistributivo de los impuestos no fue estadísticamente significativo en el caso de Argentina, Bolivia, Brasil, México, Perú y Uruguay, utilizando datos del año 2009, mientras que concluyó que las transferencias monetarias sí tuvieron una incidencia relevante en los países analizados.

Para Jiménez (2015, p. 25) resulta fundamental el rol del estado a la hora de incidir en la desigualdad de los ingresos, destacando la incidencia de políticas como el establecimiento de los mínimos salariales, regulación sobre los grados de concentración de los mercados, la política tributaria progresiva, el gasto público en educación y la utilización de transferencias monetarias a los

sectores de menores ingresos. Como evidencia se exponen las variaciones del coeficiente Gini en los países de América Latina luego de corregir por tributación y por transferencias monetarias sociales. Sin embargo, Jiménez (2015, p. 28) critica la estructura impositiva de la región calificándola de regresiva y plantea que esta situación limita su efectividad redistributiva. Este análisis le lleva a concluir que el rol de los sistemas tributarios en la región es y ha sido modesto en lo referente al combate contra la desigualdad, contrastando con investigaciones similares efectuadas en países desarrollados (Nallareddy *et al.*, 2022).

El trabajo de Ramos Carvajal *et al.* (2018) utiliza datos de quince países de América Latina entre 2004 y 2013 y encuentra significancia estadística en variables como PIB per cápita, gasto en sanidad per cápita, presión fiscal, tasa de pobreza, tasa de alfabetización y años de estudio, como factores que inciden en los niveles de desigualdad. En este mismo estudio se descarta que la crisis global de 2008 haya tenido efectos en el deterioro de la desigualdad en América Latina.

Como lo muestran las investigaciones analizadas en esta sección la tarea de dismantelar la inequidad es desafiante y continua, requiriendo un compromiso persistente con políticas innovadoras y adaptativas que respondan a las necesidades y realidades específicas de lugares como Sudamérica, donde el progreso en la redistribución del ingreso, aunque notable, es solo una faceta de la lucha contra la desigualdad que resulta ser tremendamente compleja y de carácter multifactorial (Goñi *et al.*, 2011).

Materiales y métodos

En la presente investigación se utilizaron las bases de datos y publicaciones estadísticas de CEPAL (CEPALSTAT), el compendio de indicadores del Banco Mundial y del índice de desarrollo democrático de América Latina (IDD-LAT), que abarcan a: Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay. La elección de estos países se realizó teniendo en cuenta la disponibilidad de

series históricas de datos completos¹ para el periodo 2001-2020 y registros parciales para el año 2000. Se omiten del estudio Venezuela, Guyana, Surinam y Guayana Francesa por la ausencia de información oficial durante un extenso período. Frente a la posible ausencia de datos para ciertos años, se optó por el método de imputación que usa la media cuando la variable presenta distribución normal o la mediana en casos donde la distribución de los datos no lo es. Con el objetivo de promover la revisión y réplica de esta investigación, los datos empleados han sido sistematizados en una base de datos de acceso público, junto con el código utilizado en el lenguaje de programación Python.

Con base en la literatura sobre factores explicativos de la desigualdad se procedió a formular las siguientes hipótesis.

H_1 : La desigualdad por coeficiente Gini en los países de Sudamérica entre los años 2000 y 2020 está asociada a la presión fiscal. A mayor presión fiscal, menor desigualdad, manteniendo constante el gasto en educación como porcentaje del PIB (gedu), la tasa de urbanización (purb), el porcentaje de población en edad de trabajar (flaboral) y el índice de desarrollo democrático (idemocracia).

Para medir la asociación entre coeficiente de Gini de ingresos y presión fiscal se efectuó una regresión múltiple, que como señala Wooldridge (2010, p. 68) es adecuada para un análisis *ceteris paribus* debido a que permite controlar de manera explícita otros factores que afectan en forma simultánea a la variable dependiente. El análisis de regresión

múltiple es ampliamente utilizado para probar teorías económicas y para evaluar los efectos de políticas cuando una investigación está limitada a datos no experimentales.

Sin embargo, a pesar de las ventajas de utilizar un modelo de regresión múltiple, es necesario considerar que la multicolinealidad puede ser un problema cuando las variables independientes están altamente correlacionadas, lo que afecta la estabilidad de los coeficientes. Sin embargo, en este caso, la multicolinealidad fue controlada al calcular el Factor de Inflación de la Varianza (VIF), cuyos resultados fueron menores a 5 para todas las variables, indicando que no hay una correlación excesiva entre ellas. Esto asegura que los coeficientes estimados son estables y fiables.

Con el apoyo de la literatura sobre factores de desigualdad (Milanovic y Muñoz de Bustillo, 2008) (Kaasa, 2005) (Lustig *et al.*, 2014) (Munck y Verkuilen, 2002) (Fundación Konrad Adenauer, 2016) se seleccionó como variables de control: el gasto en educación como porcentaje del PIB (gedu), la tasa de urbanización (purb), el porcentaje de población en edad de trabajar con respecto al total (flaboral) y el índice de democracia IDD-LAT (idemocracia) como se detalla a continuación (ver Ecuaciones del 1 al 5).

Las variables objeto de análisis y su método de cálculo se presentan a continuación:

Variable Dependiente

Coeficiente GINI de Ingresos (GINI)

1. Datos disponibles en: <https://drive.google.com/drive/folders/1shpft3PDMtJWAIDIJXQ-M1eakZcFW8XXR?usp=sharing>

Variables Independiente:

$$\text{Presión Fiscal: } \left(\frac{\text{Ingresos tributarios totales}}{PIB} \right) * 100 \quad (1)$$

Variables de Control:

$$\text{Gasto en educación como porcentaje del PIB: } \left(\frac{\text{Gasto en educación}}{PIB} \right) * 100 \quad (2)$$

$$\text{Tasa de urbanización: } \left(\frac{\text{Población Urbana}}{\text{Población Total}} \right) * 100 \quad (3)$$

$$\text{PET: } \left(\frac{\text{Población en edad de trabajar}}{\text{Población total}} \right) * 100 \quad (4)$$

$$\text{Índice de Democracia: } \Sigma \left(\frac{\begin{array}{c} \text{Subíndice de respeto de los derechos políticos y libertades civiles} + \\ \text{Subíndice de calidad institucional y eficiencia política} + \\ \text{Diferencia promedio de la dimensión bienestar} + \\ \text{Diferencia promedio de la dimensión eficiencia económica} \end{array}}{2} \right) \quad (5)$$

u_i : Término de error o perturbación no observable

A continuación (ver Ecuación 6) se resume el modelo de regresión múltiple planteado:

$$y = \beta_0 + \beta_1 pfiscal + \beta_2 gedu + \beta_3 urb + \beta_4 flaboral + \beta_5 idemocracia + u_i \quad (6)$$

Donde:

y es la variable dependiente

β_0 es el intersección

β_1 mide el cambio en y respecto a X_1 (presión fiscal), manteniendo constantes todos los demás factores

β_2 mide el cambio en y respecto a X_2 (gasto en educación como % del PIB), manteniendo constantes todos los demás factores

β_3 mide el cambio en y respecto a X_3 (tasa de urbanización), manteniendo constantes todos los demás factores

β_4 mide el cambio en y respecto a X_4 (población en edad de trabajar), manteniendo constantes todos los demás factores

β_5 mide el cambio en y respecto a X_5 (índice de democracia), manteniendo constantes todos los demás factores

Resultados

Evolución de la desigualdad y de la presión fiscal

Para empezar, conviene realizar una exploración general de los datos, conocer la estadística descriptiva y el comportamiento de

los nueve países analizados en el transcurso del periodo entre el 2000 y 2020 (ver Tabla 1).

En términos generales, se puede manifestar que las dos décadas analizadas evidencian un progreso general en materia de desigualdad en los países de Sudamérica (ver Figura 1), aunque la velocidad de la mejora es

heterogenia. Entre quienes experimentaron mayor caída de la desigualdad medida por coeficiente Gini durante este periodo se encuentran Bolivia (15,5), Paraguay (10,9) y Argentina (10,9) que superaron los dos dígitos de variación. Mientras que Colombia (3,3), Perú (5,5) y Brasil (5,7) muestran progresos mucho más modestos.

La rápida reducción de la desigualdad que experimentó Bolivia en los primeros 20 años del siglo XXI, reconfiguró su posicionamiento regional pasando de ser el país más desigual del panel en el año 2001 a la posición 6, de entre nueve países en el año 2020. Por el contrario, pese a los avances absolutos experimentados por Colombia y Brasil, su ubicación a nivel regional no tuvo mayor alteración entre 2001

y 2020 y continúan posicionados como los países con mayor desigualdad de Sudamérica. Argentina y Uruguay mantuvieron su posición como los países con menor desigualdad durante todo el periodo analizado.

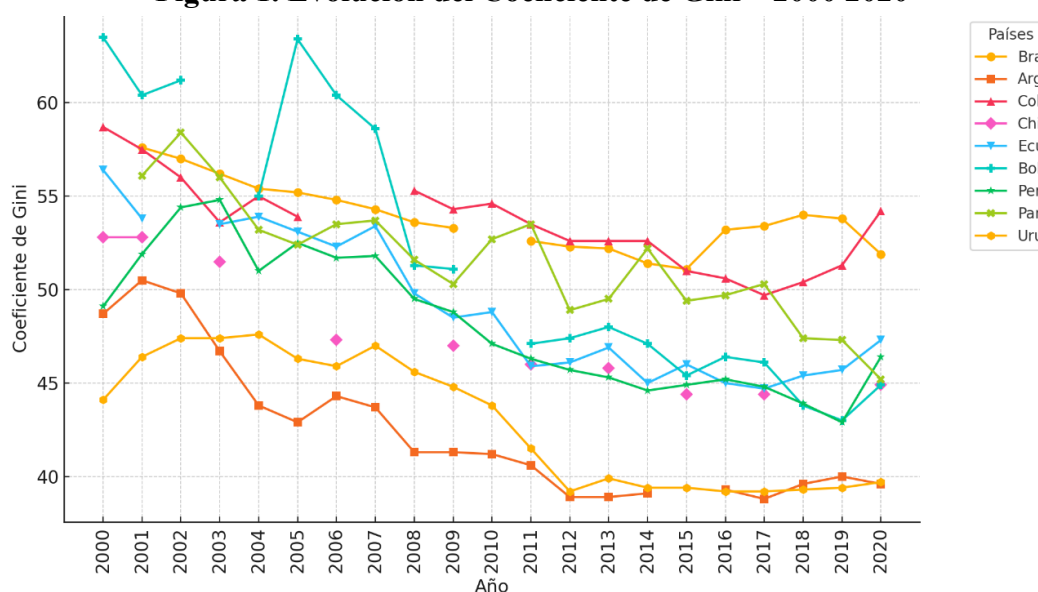
En lo referente a la presión fiscal, los países del panel tienen una evolución diversa entre el 2001 y 2020. Entre los que más han incrementado su presión fiscal en este periodo destacan Argentina (10,8), Uruguay (8,5) y Ecuador (6,2). Mientras que Chile (0,39) y Paraguay (1,33) apenas reportan una variación. Destaca el caso de Brasil (0,54), cuya variación es negativa, y sin embargo se mantiene liderando históricamente el panel con los niveles más altos de presión fiscal en la región (ver Figura 2).

Tabla 1. Estadística descriptiva de las principales variables (2000 al 2020)

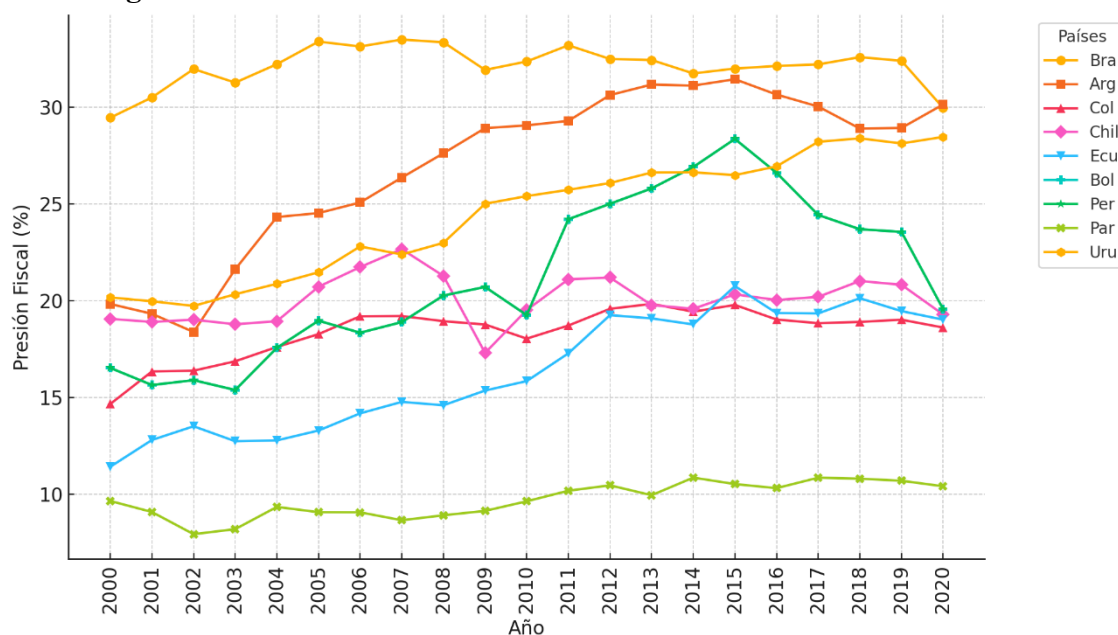
Estadístico Descriptivo	GINI	PFISCAL	GEDU	PURB	FLABORAL	IDEMOCRACIA
Media	48,986	21,167	4,241	77,568	71,629	5,293
Desviación Estándar	5,273	6,684	1,077	12,069	4,208	2,453
Mínimo	38,800	7,926	1.151	55,331	60,070	1,689
25%	45,400	17,562	3,360	64,170	68,920	3,528
50%	48,986	19,836	4,226	78,297	71,180	4,514
75%	52,800	26,495	4,999	87,360	74,070	6,067
Máximo	63,500	33,506	6,471	95,515	81,740	10,796

Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT.

Figura 1. Evolución del Coeficiente de Gini – 2000 2020



Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT

Figura 2. Evolución de la Presión Fiscal en Sudamérica – 2000 a 2020

Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT

Asociación entre desigualdad y presión fiscal (Análisis longitudinal)

Para empezar, se analizaron datos longitudinales o panel data, que incluyen observaciones de nueve países de Sudamérica (Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Paraguay y Uruguay) a lo largo de once años comprendidos entre 2000 y 2020.

Con un análisis de regresión múltiple se examinó la relación entre el coeficiente de Gini, que mide la desigualdad, y la presión fiscal, manteniendo constantes otras variables explicativas como el gasto en educación, la tasa de urbanización, la población en edad laboral y el índice de desarrollo democrático. Los resultados mostraron que la presión fiscal tiene un coeficiente negativo (-0,1821) y es estadísticamente significativo con un p-valor de 0,040 (ver Tabla 2). Esto sugiere que, a medida que aumenta la presión fiscal, la desigualdad tiende a disminuir, lo cual respalda parcialmente la hipótesis inicial.

Otra variable significativa es el porcentaje de la población en edad trabajar. Su coeficiente es también negativo (-0,2112) y tiene un p-valor de 0,011, lo que sugiere que un mayor porcentaje de personas en edad laboral está asociado con una reducción de la desigualdad.

El índice de desarrollo democrático también tiene un impacto significativo en la desigualdad, con un coeficiente negativo (-0,7724) y un p-valor altamente significativo ($p < 0,001$). Esto sugiere que una mejora en la calidad democrática de un país está fuertemente asociada con una reducción de la desigualdad.

Sin embargo, no todas las variables incluidas en el modelo resultaron ser estadísticamente significativas, como el gasto en educación y la tasa de urbanización que no evidenciaron una relación con la desigualdad.

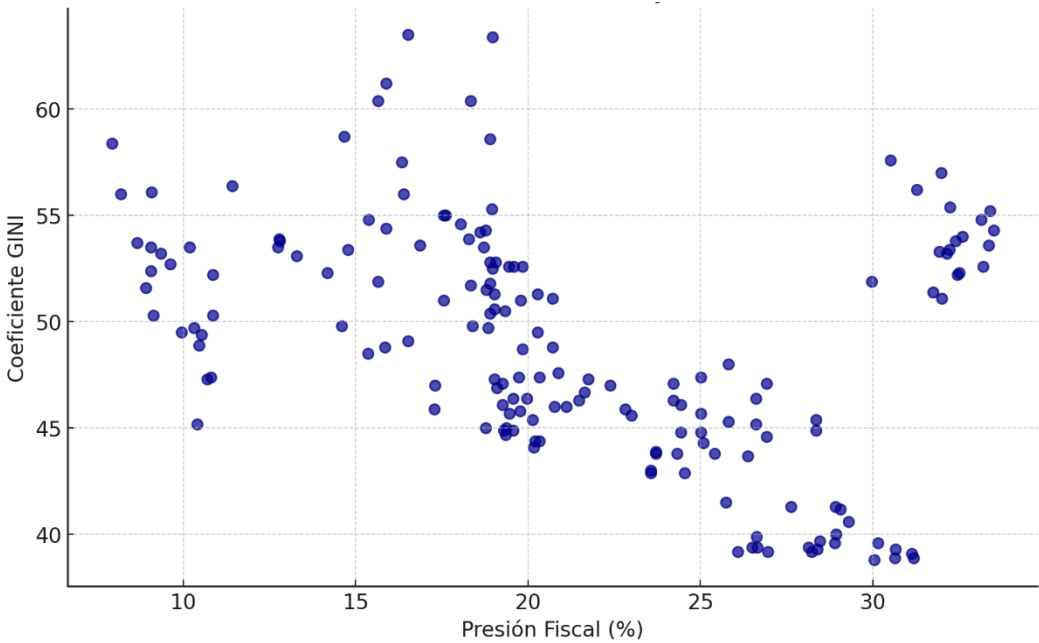
En cuanto a la bondad del ajuste, el R-cuadrado del modelo es 0,298, lo que significa que aproximadamente el 30 % de la variabilidad en la desigualdad está explicada por las variables incluidas en el modelo. Aunque no es un ajuste extremadamente alto, sí muestra que la presión fiscal, el desarrollo democrático y la población en edad laboral juegan un papel relevante como factores explicativos de las diferencias en la desigualdad entre los países.

Tabla 2. Prueba de regresión múltiple (años 2000 a 2020)

Gini	Coficiente	Error estándar	t	P>t	Intervalo 95%	
PFISCAL	-0,18210261	0,08800283	-2,06928128	0,03992494	-0,35573325	-0,00847198
GEDU	0,08480915	0,38387341	0,22092999	0,82539325	-0,67257767	0,84219597
PURB	-0,0363869	0,05903228	-0,61638989	0,53840322	-0,15285828	0,08008448
FLABO- RAL	-0,21119583	0,08225249	-2,56765272	0,01103769	-0,37348097	-0,04891069
IDEMO- CRACIA	-0,77244856	0,21610108	-3,57447801	0,00044883	-1,19881857	-0,34607855
Constante	74,5194458	7,22443697	10,314914	5,90E-20	60,2655456	88,773346

Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT.

Figura 3. Correlación entre presión fiscal/coeficiente Gini en nueve países de Sudamérica (2000-2020)



Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT

En este análisis, la multicolinealidad se evaluó y controló utilizando el Factor de Inflación de la Varianza (VIF). La multicolinealidad ocurre cuando las variables independientes en un modelo de regresión están altamente correlacionadas entre sí, lo que puede distorsionar los coeficientes del modelo y dificultar la interpretación. Para asegurar que esto no fuera un problema en el modelo de regresión múltiple que se utiliza en esta investigación, se calculó el VIF para cada una de las variables explicativas.

El VIF mide cuánto se está inflando la varianza de los coeficientes de una variable

debido a su correlación con otras variables en el modelo. Si el VIF de una variable es alto, significa que esa variable está altamente correlacionada con otras, lo que podría causar inestabilidad en las estimaciones del modelo. En este caso los VIFs de todas las variables independientes resultaron ser menores a 5:

- PFISCAL: 3,25
- GEDU: 1,60
- PURB: 4,76
- FLABORAL: 1,12
- IDEMOCRACIA: 2,64

Estos valores de VIF están muy por debajo del umbral crítico de 10, lo que indica que las variables del modelo no presentan un problema de multicolinealidad significativa. Aunque la variable PURB tiene un VIF ligeramente más alto que las demás (4,76), sigue estando dentro de un rango aceptable. Esto significa que no hay una colinealidad fuerte entre las variables explicativas y, por lo tanto, los coeficientes estimados del modelo pueden considerarse estables y fiables.

Asociación entre desigualdad y presión fiscal (Análisis por país entre 2000 y 2020)

El análisis de regresión múltiple también se realizó de manera individual para cada uno de los nueve países seleccionados y comprende desde el año 2000 hasta el 2020. Los resultados no permitieron descartar la hipótesis nula en los casos de Brasil, Bolivia, Chile, Ecuador y Paraguay, debido a que la asociación entre el Gini de ingresos y la presión fiscal no resultó estadísticamente significativa al 90 % o al 95 % de confianza, manteniendo constantes las demás variables de control.

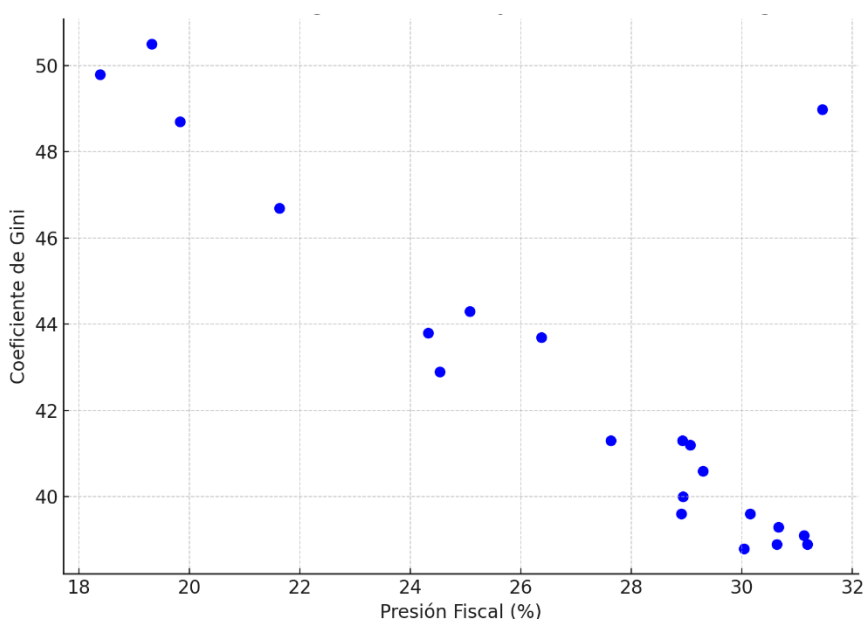
Sin embargo, para el caso de Argentina, la presión fiscal tiene un coeficiente negativo y significativo (-0,91, $p = 0,026$), lo que sugiere que un aumento en la presión fiscal está asociado

con una reducción de la desigualdad (ver Tabla 3). Este resultado respalda la hipótesis de que una mayor recaudación fiscal puede permitir una redistribución más equitativa de los ingresos (ver Figura 4). Sin embargo, otras variables como el gasto en educación, la tasa de urbanización, la población en edad laboral y el índice de desarrollo democrático no son estadísticamente significativas, lo que indica que su influencia sobre la desigualdad no es clara en este caso en concreto.

En el caso de Colombia, la presión fiscal también mostró un coeficiente negativo y estadísticamente significativo (-1,60, $p = 0,0058$), indicando que un aumento en la presión fiscal está fuertemente relacionado con una reducción en la desigualdad (ver Tabla 4). Es interesante notar que, al igual que en Argentina, esta variable muestra una relación importante con la reducción de la desigualdad (ver Figura 5).

En Uruguay, la presión fiscal tiene también un coeficiente negativo (-1.19), pero es solo marginalmente significativa ($p = 0.059$), lo que sugiere, que aunque existe una tendencia a la reducción de la desigualdad con un aumento de la presión fiscal (ver Tabla 5), la relación no es tan clara como en Argentina y Colombia (ver Figura 6).

Figura 4. Correlación entre presión fiscal/coeficiente Gini en Argentina 2000-2020



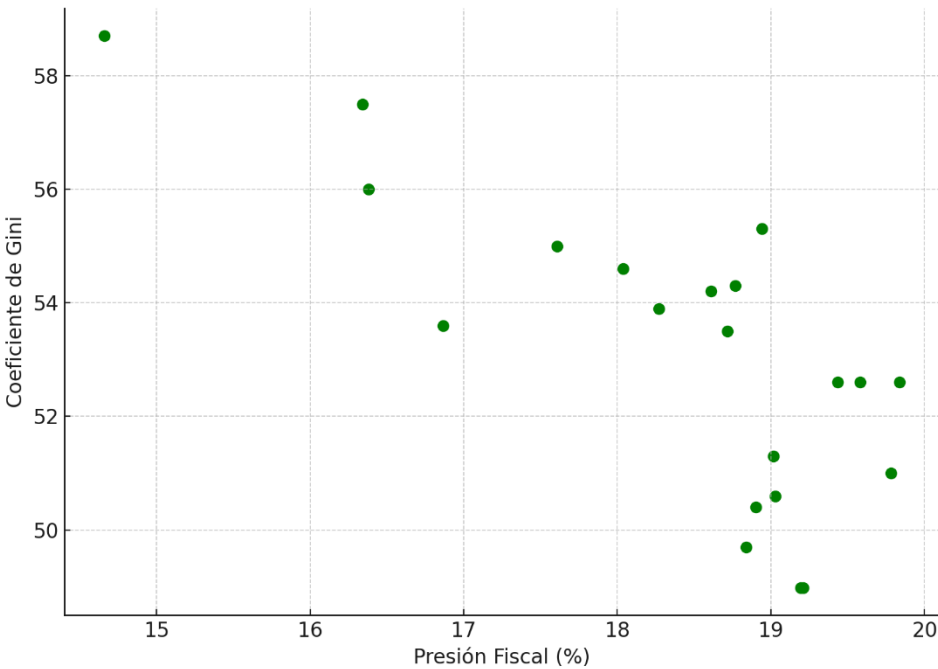
Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT

Tabla 3. Prueba de regresión múltiple de Argentina entre 2000 y 2020

Gini	Error estándar	t	P>t	Gini	Intervalo 95 %	
PFISCAL	-0,9071882	0,36690376	-2,47255082	0,02586833	-1,68922507	-0,12515134
GEDU	1,0987572	1,40766166	0,78055489	0,44720796	-1,90160261	4,09911702
PURB	-0,29484567	1,4635991	-0,20145248	0,8430512	-3,4144333	2,82474196
FLABORAL	-0,74529766	1,2656588	-0,58886144	0,56471748	-3,44298553	1,95239021
IDEMOCRACIA	0,29123194	1,19171845	0,24437982	0,81024794	-2,2488558	2,83131968
Constante	138,223342	128,28248	1,07749197	0,29828459	-135,204291	411,650976

Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT.

Figura 5. Correlación Presión Fiscal/coeficiente Gini en Colombia 2000-2020

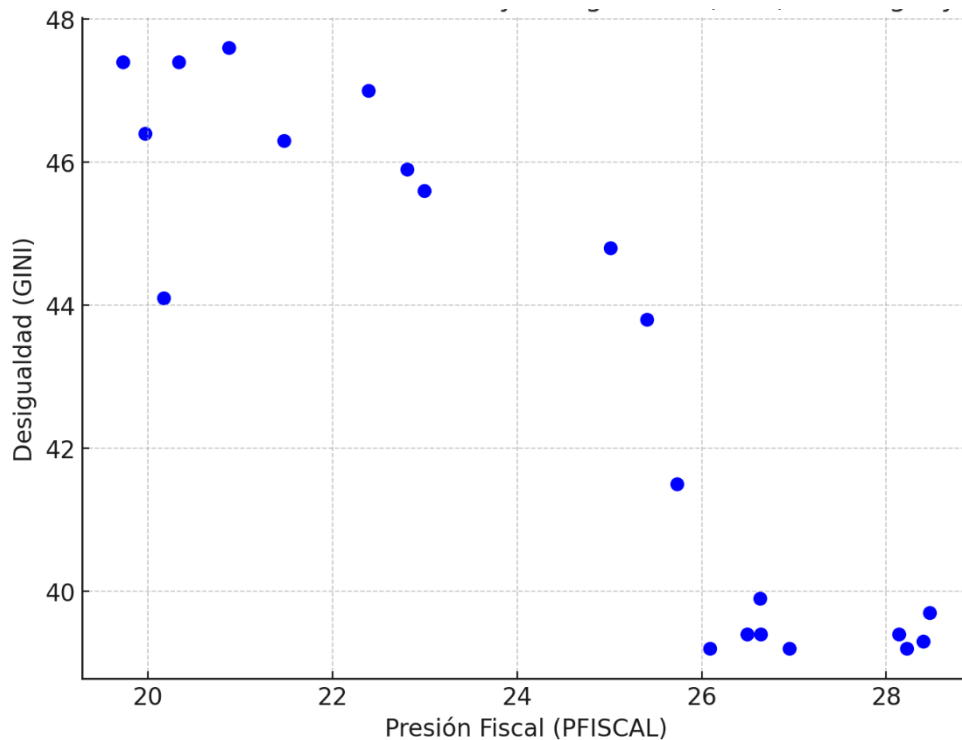


Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT

Tabla 4. Prueba de regresión múltiple de Colombia entre 2000 y 2020

Gini	Coefficiente	Error estándar	t	P>t	Intervalo 95%	
PFISCAL	-1,60391842	0,49914143	-3,21335462	0,00580298	-2,66781319	-0,54002365
GEDU	2,91084895	1,76613165	1,64814947	0,12010376	-0,85357155	6,67526945
PURB	-0,34554766	0,350589	-0,98562039	0,33995182	-1,09281042	0,40171509
FLABORAL	-0,24691332	0,36305013	-0,68010806	0,5067979	-1,02073635	0,52690971
IDEMOCRACIA	-1,10784391	0,83369362	-1,32883817	0,20376252	-2,8848198	0,66913198
Constante	118,849817	26,2268867	4,5316022	0,00039748	62,9485316	174,751103

Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT

Figura 6. Correlación entre presión fiscal/coeficiente Gini en Uruguay 2000-2020

Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT

Tabla 5. Prueba de regresión múltiple de Uruguay entre 2000 y 2020

Gini	Coefficiente	Error estándar	t	P>t	Intervalo 95%	
PFISCAL	-1,1862	0,582	-2,039	0,059	-2,426	0,054
GEDU	-2,1349	1,591	-1,342	0,2	-5,527	1,257
PURB	2,0056	1,389	1,444	0,169	-0,954	4,966
FLABORAL	0,0904	0,397	0,228	0,823	-0,756	0,936
IDEMOCRACIA	-0,6801	0,581	-1,17	0,26	-1,919	0,559
Constante	-109,8347	114,069	-0,963	0,351	-352,968	133,298

Nota. Elaboración propia con base en los datos obtenidos de CEPALSTAT.

Para el caso de Brasil, Bolivia, Ecuador, Perú y Paraguay la relación entre presión fiscal y desigualdad por coeficiente de Gini no resultó estadísticamente significativa. Sin embargo, la urbanización resultó una variable con relevancia estadística en los casos de Bolivia, Perú y Paraguay. La población en edad de trabajar también resultó estadísticamente significativa para el caso de Brasil.

A diferencia del análisis de panel de nueve países durante un período de once años, el cual reveló una asociación negativa entre desigualdad y presión fiscal, cuando el modelo se aplicó de forma específica

a Brasil, Bolivia, Chile, Ecuador, Perú y Paraguay no fue posible identificar dicha correlación con significancia estadística. No obstante, el análisis de regresión múltiple arrojó observaciones pertinentes sobre las variables de control, las cuales merecen ser exploradas en investigaciones futuras. Estas observaciones son consistentes con estudios anteriores examinados en la revisión de la literatura, destacando la importancia de la urbanización y la democracia como factores explicativos de la inequidad.

Discusión

El análisis longitudinal que exploró la relación entre la desigualdad, medida por el coeficiente de Gini, y la presión fiscal en nueve países de Sudamérica durante el período 2000-2020, revela que un aumento en la presión fiscal estuvo asociado con una reducción de la desigualdad. Este resultado respalda en parte las hipótesis presentadas en la literatura, las cuales sugieren que una mayor recaudación fiscal puede contribuir a mejoras significativas en la redistribución del ingreso (Duncan y Sabironova-Peter, 2008; Jiménez, 2015). Estos resultados, están en línea con las afirmaciones de Jiménez (2015) y Ramos Carvajal *et al.* (2018), quienes discuten la capacidad de la tributación para incidir en la redistribución del ingreso y reducir la desigualdad.

Sin embargo, como destacan Milanovic y Muñoz de Bustillo (2008), esta relación no es universal ni homogénea a través de las naciones sudamericanas, lo que se pone en evidencia en el presente estudio, ya que cuando la asociación entre desigualdad y presión tributaria se analiza de forma específica para cada país, en particular en los casos de Brasil, Bolivia, Chile, Ecuador y Paraguay, en donde dicha asociación no resultó estadísticamente significativa. Esta perspectiva coincide con la investigación de Soto *et al.* (2024) quienes previamente examinaron con perspectiva comparada la disparidad en la redistribución fiscal y la desigualdad de ingresos entre regiones del mundo, concluyendo que en América Latina el impacto redistributivo de la tributación es mucho menor debido a transferencias insuficientes y menos focalizadas, así como una baja recaudación de impuestos.

La significancia estadística que mostró el índice de desarrollo democrático en la reducción de la desigualdad resalta la importancia del contexto político y la calidad de las instituciones, en sintonía con la literatura que argumenta que la democracia juega un papel crucial en la construcción de sociedades más equitativas (Przeworski, 2012; Kaasa, 2005). Este resultado amplifica la discusión sobre la necesidad de fortalecer

la institucionalidad como un medio para combatir la desigualdad, pero además refuerza la necesidad de investigar las implicaciones que tiene la percepción de justicia, como factor no observable pero relevante para el análisis de la desigualdad.

Los resultados del presente estudio ofrecen importantes implicaciones para la formulación de políticas fiscales que no solo busquen incrementar la presión fiscal, sino que también aseguren que dicho incremento contribuya efectivamente a la reducción de la desigualdad. Este enfoque es crucial, especialmente en contextos donde la estructura impositiva puede ser regresiva, limitando su capacidad redistributiva, como critica Jiménez (2015).

El ajuste moderado del modelo (R-cuadrado de 0,298) sugiere que existen otros factores no examinados que podrían explicar la variabilidad en la desigualdad, lo cual abre avenidas para futuras investigaciones. Explorar la influencia de variables como la corrupción, el tamaño del gobierno (Kaasa, 2005), y otros elementos estructurales podría proporcionar una comprensión más profunda de cómo y en qué condiciones la presión fiscal puede efectivamente reducir la desigualdad.

Además, es importante continuar investigando cómo las percepciones de justicia y equidad influyen en la efectividad de las políticas fiscales para reducir la desigualdad. Los estudios recientes, como el de García-Sánchez *et al.* (2024), muestran que las evaluaciones negativas sobre la justicia en la distribución del ingreso pueden erosionar la confianza en las instituciones políticas y sociales, lo que a su vez podría limitar la capacidad de estas políticas para alcanzar sus objetivos redistributivos. Este hallazgo sugiere que no solo es crucial diseñar políticas fiscales que sean técnicamente efectivas, sino también políticas que sean percibidas como justas y equitativas por la población. Así, la aceptación y legitimidad de las reformas fiscales podrían mejorarse significativamente si se acompañan de una comunicación transparente y medidas que refuercen la percepción de equidad.

El presente estudio refuerza la relevancia de una política fiscal progresiva como herramienta para la redistribución del

ingreso y la disminución de la desigualdad en Sudamérica, aunque también destaca la heterogeneidad de su efecto redistribuidor en diferentes contextos nacionales y la necesidad de considerar factores políticos y socioeconómicos complementarios en el diseño de políticas fiscales.

Conclusiones

Los resultados de la presente investigación confirman que entre los años 2000 y 2020 para los nueve países sudamericanos examinados, la presión fiscal actuó como un mecanismo para mitigar la desigualdad, corroborando parcialmente estudios previos que sugieren que una mayor carga tributaria favorece la redistribución del ingreso. Sin embargo, la variabilidad en los resultados entre países subraya la importancia de considerar las condiciones estructurales y políticas nacionales al implementar reformas fiscales. Mientras que en naciones como Argentina y Colombia se observa una asociación clara y significativa entre mayores impuestos y reducción de la desigualdad, en otros como Brasil, Bolivia, y Paraguay, esta relación no es estadísticamente significativa.

Esto puede deberse a diferencias en la eficacia administrativa, la estructura del sistema tributario, y la existencia de políticas complementarias que impacten la redistribución del ingreso y que requieren ser profundizadas en posibles investigaciones.

La presente investigación destaca el papel del desarrollo democrático en la disminución de la desigualdad. Esto sugiere que la calidad de las instituciones y la estabilidad política son cruciales para la eficacia de las políticas fiscales dirigidas a combatir la desigualdad. Los resultados sugieren además la necesidad de diseñar políticas fiscales que no solo aumenten la presión fiscal, sino que también garanticen que estos aumentos se traduzcan efectivamente en beneficios sociales. Esto implica revisar la progresividad del sistema impositivo y fortalecer los mecanismos de recaudación y administración fiscal.

Aunque la presión fiscal se confirma como un instrumento potencial para reducir la

desigualdad en Sudamérica, su efectividad está condicionada por una serie de factores económicos, políticos y sociales que varían significativamente entre los países. Estos resultados enfatizan la necesidad de adoptar enfoques contextualizados y bien informados para la formulación de políticas fiscales que efectivamente promuevan una mayor equidad en la región.

Existe heterogeneidad en el poder explicativo de factores de desigualdad como gasto en educación, tasa de urbanización, población en edad de trabajar e índice de desarrollo democrático, entre los países de Sudamérica, en consecuencia, se requiere continuar profundizando en las raíces estructurales del problema para generar conocimiento regional colectivo que sea útil en el proceso de deliberación política y en la construcción de políticas públicas tanto nacionales como regionales.

Referencias bibliográficas

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2022). *Panorama Social de América Latina y el Caribe: la transformación de la educación como base para el desarrollo sostenible*. <https://repositorio.cepal.org/bitstreams/3ca376cf-edd4-4815-b392-b2a1f80ae05a/download>
- Condie, S. S., Evans, R. W. y Phillips, K. L. (2019). Natural Limits of Wealth Inequality and the Effectiveness of Tax Policy. *Public Finance Review*, 47(1), 32–57. <https://doi.org/10.1177/1091142117707970>
- Duncan, D. y Sabirianova Peter, K. (2008). Tax Progressivity and Income Inequality. *Andrew Young School of Policy Studies Research Paper Series*, 1–49.
- Fundación Konrad Adenauer. (2016). *Índice de Desarrollo Democrático de América Latina*.
- García-Sánchez, E., García-Castro, J. D., Willis, G. B. y Rodríguez-Bailón, R. (2024). Economic Inequality and Unfairness Evaluations of Income Distribution Negatively Predict Political and Social Trust: Evidence From Latin America Over 23 Years. *Social Psychological*

- and *Personality Science*. <https://doi.org/10.1177/19485506231221310>
- Gómez-Echeverry, S. (2024). Within the cracks of the cosmic race: Income inequalities by race and ethnicity in Latin America. *World Development*, 184. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106764>
- Goñi, E., Humberto López, J. y Servén, L. (2011). Fiscal Redistribution and Income Inequality in Latin America. *World Development*, 39(9), 1558–1569. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2011.04.025>
- Huber, E., Nielsen, F., Pribble, J. y Stephens, J. D. (2006). Politics and Inequality in Latin America and the Caribbean. En *Source* (Vol. 71, Número 6). American Sociological Review.
- Jiménez, J. P. (2015). *Desigualdad, concentración del ingreso y tributación sobre las altas rentas en América Latina*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Kaasa, Anneli. (2005). *Factors of income inequality and their influence mechanisms: a theoretical overview*. Tartu University Press.
- Kuznets, S. (1953). Shares of upper income groups in savings. En *nber.org*.
- Lopez, J. H., y Perry, G. (2008). *Inequality in Latin América*. <http://econ.worldbank.org>. The author may be contacted at hlopez@worldbank.org.
- Lustig, N., Lopez-Calva, L. F. y Ortiz-Juarez, E. (2011). *The Decline in Inequality in Latin America: How Much, Since When and Why I*. <https://n9.cl/5kzow>
- Lustig, N., Pessino, C. y Scott, J. (2014). The Impact of Taxes and Social Spending on Inequality and Poverty in Argentina, Bolivia, Brazil, Mexico, Peru, and Uruguay: Introduction to the Special Issue. *Public Finance Review*, 42(3), 287–303. <https://doi.org/10.1177/1091142113506931>
- Milanovic, B. y Muñoz de Bustillo, R. (2008). La desigualdad de la distribución de la renta en América Latina: situación, evolución y factores explicativos. *América Latina Hoy*, 48, 15–42.
- Munck, G. L. y Verkuilen, J. (2002). Conceptualizing and measuring democracy: Evaluating alternative indices. *Comparative Political Studies*, 35(1), 5–34. <https://doi.org/10.1177/001041400203500101>
- Nallareddy, S., Rouen, E. y Serrato, J. C. S. (2022). Do Corporate Tax Cuts Increase Income Inequality? En *Tax Policy and the Economy* (Vol. 36, Número 1, pp. 35–91). University of Chicago Press. <https://doi.org/10.1086/718950>
- Piketty, T. (2013). *El capital en el siglo XXI* (1a ed.). Fondo de Cultura Económica.
- Przeworski, A. (2012). Democracy, redistribution, and Equality. *Brazilian Political Science Review*, 6(1), 11–36.
- Ramos Carvajal, C., Alvargonzález Rodríguez, M., Cuartas, B. M., Alvargonzález, M. y Moreno, B. (2018). Factores determinantes de la reducción de la desigualdad en la distribución de la renta en países de América Latina. *Revista de la CEPAL*, 126, 87–108.
- Riggirozzi, P. (2020). Social Policy, Inequalities and the Battle of Rights in Latin America. *Development and Change*, 51(2), 506–522. <https://doi.org/10.1111/dech.12571>
- Sánchez-Ancochea, y Diego. (2021). *The Costs of Inequality in Latin America: Lessons and Warnings for the Rest of the World*.
- Somma, N. M., Bargsted, M. y Sánchez, F. (2020). Protest Issues and Political Inequality in Latin America. *American Behavioral Scientist*, 64(9), 1299–1323. <https://doi.org/10.1177/0002764220941233>
- Soto, G., Jardon, C. M. y Martinez-Cobas, X. (2024). FDI and income inequality in tax-haven countries: The relevance of tax pressure. *Economic Systems*, 48(1), 101172. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2023.101172>
- Wooldridge, J. M. (2010). *Introducción a la econometría Traducción Revisión técnica* (4a ed., Vol. 1). CENGAGUE Learning.

Copyright (2025) © Xavier Alfredo Cobeña Andrade.

Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/). Usted es libre para compartir, copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. También podrá adaptar: remezclar, transformar y construir sobre el material. [Ver resumen de la licencia](#).



Análisis de los beneficios y riesgos del uso de las criptomonedas en Guayaquil

(Analysis of the benefits and risks of using cryptocurrencies in Guayaquil)

Javier Antonio Carrera Jiménez

<https://orcid.org/0000-0003-3935-7720>

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. jcarreraj@ups.edu.ec

Krystel Xiomara Lozano Guerrero

<https://orcid.org/0009-0008-0217-7543>

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. klozanog@est.ups.edu.ec

Estefani Leonela Zhunio Sanchez

<https://orcid.org/0009-0008-6582-0225>

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. ezhunios@est.ups.edu.ec

Resumen

El uso de criptomonedas en Ecuador en los últimos tiempos se ha potencializado prometiendo una serie de beneficios a la comunidad, debido al incremento, los riesgos se han multiplicado provocando pérdidas representativas por falta de conocimientos en las estrategias de inversión. La presente investigación tiene como objetivo analizar los beneficios y riesgos del uso de las criptomonedas en la ciudad de Guayaquil; a través de una metodología mixta, no probabilística, con enfoque analítico, la cual, abarca información relevante bibliográfica, entrevistas de expertos y datos cuantitativos. Dentro de los principales resultados se enmarca que, el 79,33 % de la muestra de estudio señaló al bitcoin como la mejor criptomoneda para invertir en el mercado ecuatoriano, en ese sentido, el 50 % resaltó conocer las estrategias y beneficios que brinda su uso; del mismo modo, el 50 % señaló que la mayor ventaja del uso de criptomonedas son las transacciones inmediatas, y el 43,33 % consideró que el mayor riesgo son las estafas y desconfianzas durante el uso. En conclusión, el uso de criptomonedas brinda una gran cantidad de oportunidades y beneficios; por lo cual, la población opta indagar y considerar consejos que brinden seguridad ante la posibilidad de ser estafados.

Palabras clave: ahorro, inversión, finanzas, divisa.

Abstract

The use of cryptocurrencies in Ecuador in recent times has been enhanced, promising a series of benefits to the community. Due to the increase, the risks have multiplied, causing significant losses due to lack of knowledge in investment strategies. The objective of this research is to analyze the benefits and risks of the use of cryptocurrencies in the city of Guayaquil; through a mixed, non-probabilistic methodology, with an analytical approach, which covers relevant bibliographic information, expert interviews and quantitative data. Among the main results, 79.33% of the study sample indicated bitcoin as the best cryptocurrency to invest in the Ecuadorian market. In that sense, 50% highlighted knowing the strategies and benefits that its use offers. ; Likewise, 50% indicated that the greatest advantage of using cryptocurrencies is immediate transactions, and 43.33% considered that the greatest risk is scams and mistrust during use. In conclusion, the use of cryptocurrencies provides a large number of opportunities and benefits; Therefore, the population chooses to investigate and consider advice that provides security against the possibility of being scammed.

Keywords: savings, investment, finance, currency.

Recibido: 16/09/2024 | Aceptado: 20/12/2024

<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.983> | Páginas: 99-114

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Carrera Jiménez, J., Zhunio Sanchez, E. y Lozano Guerrero, K. (2025). Análisis de los beneficios y riesgos del uso de las criptomonedas en Guayaquil. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 99-114. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.983>

Introducción

En la actualidad, las criptomonedas han sido una alternativa del sistema económico tradicional, pero al mismo tiempo, ejemplificación de independencia de la economía global, dado que, ha permitido crecer exponencialmente el desarrollo financiero de manera virtual y en tiempo real.

Entre los beneficios que proporciona la facultad del uso de monedas virtuales se destaca lo versátil que es generar un pago entre un país a otro, sin límites de barreras o costos adicionales dentro de las transacciones; en este sentido, la gran utilidad ha evolucionado y seguirá adaptándose por algunas empresas u entidades financieras, en territorios con legalidad de circulación, donde la sociedad podrá enviar o pagar de manera eficaz sin depender de un agente de por medio.

Al ser un servicio de sistema de pago seguro e inmediato entre dos puntos, mediante internet, se genera un sesgo de riesgos tecnológicos – cibernéticos como fraudes, estafas o pérdidas, puesto a la falta de legalidad o el anonimato digital que manejan algunos inversores. En consecuencia, es necesario analizar en detalle las ventajas y desventajas antes de una inversión individual o por bloque, para aplicar la mayor seguridad posible.

Según Diario El Comercio (2022) mediante un artículo dio a conocer que, la Policía Nacional del Ecuador, en trabajo conjunto, logró allanar, a través de la inmovilización de cuentas, un valor aproximado de USD 7 millones de dólares por captación ilegal de dinero invertidos en bolsa de valores y criptomonedas, bajo el titular Fortunario Activos Digitales Cía. Ltda. Esta acción justifica la alta cotización, adopción e inversión de criptomonedas dentro del territorio ecuatoriano, de la misma forma, se concreta que es un mecanismo de estafa de inversores.

En análisis, la problemática del estudio se concentra en la pregunta de investigación ¿por qué los ecuatorianos adquieren criptomonedas? y ¿cuáles son los beneficios y riesgos del uso de criptomonedas dentro del Ecuador, en la ciudad de Guayaquil?

En respuestas descriptivas previamente al estudio, se evidencia que la principal razón es la inversión, en otras palabras, la forma de ganar dinero para un futuro. En revisiones preliminares, dentro de la ciudad de Guayaquil, existe un pequeño porcentaje de la población que se dedica a la inmersión de criptodivisas, tomando en consideración el manejo de carteras y las oportunidades de capacitación para analizar el carácter de vender y ganar, pese a que la divisas no son útiles dentro del país.

En relación con la problemática expuesta, el presente estudio tiene como objetivo analizar los beneficios y riesgos del uso de las criptomonedas en la ciudad de Guayaquil, por medio de una metodología mixta de nivel analítica, la cual, determina mediante el uso de reseñas bibliográficas y herramientas como entrevistas y encuestas, las principales leyes y reglamentaciones con los aspectos positivos y negativos del uso de criptomonedas. Además, en cumplimiento, pretende plantear acciones antes los principales riesgos para potenciar su uso y esclarecer dudas o falencias dentro de la población guayaquileña.

1. Conceptualización de las criptomonedas

1.1. Definición

La terminología criptomoneda es una palabra compuesta que se adopta a partir de dos términos definidos. El primer término parte de la técnica de cifrado denominada criptografía, según la institución cultural Real Academia Española (RAE) en fecha actual, se define como el “arte de escribir con clave secreta o de un modo enigmático”. La otra parte es el término moneda que, según la misma institución cultural, se define a modo de “instrumento aceptado como unidad de cuenta, medida de valor y medio de pago” (Real Academia Española, 2024).

Dentro de la literatura científica existe un sinnúmero de información que define y otorga el crédito, uso y modalidad de las criptomonedas, esto es variable debido que avanza en el tiempo y se mantienen en constantes cambios (Navarro, 2019). Sin embargo, la definición más aceptada dentro de la literatura se emite por el Banco Central

Europeo (BCE) en el 2012, el que define la criptomoneda como un formato de dinero digital no regulado, este es emitido por sus desarrolladores, utilizado y aprobado por miembros específicos de una comunidad virtual (European Central Bank, 2015). Años más tarde, en el 2018 la misma entidad financiera, actualiza la definición como “una unidad digital de valor, no emitida por ninguna autoridad bancaria central o institución, que, en ciertas ocasiones puede ser utilizada como medio de pago alternativo al dinero”.

De igual manera, se aclara que la terminología criptomonedas agrupa a un subconjunto de monedas digitales existentes. A pesar de ser denominada como una moneda digital la definición del término no es compatible o guarda similitud con las características y cualidad de valor de una verdadera moneda regularizada dentro de la legalidad de la economía mundial, a pesar de ello este sistema en distintos países sirve como forma de intercambio (Sánchez, 2017).

1.2. Origen e historia

Su origen parte de la innovación de distintos factores y motivaciones sociales a base de elementos tecnológicos, a esto se relaciona la necesidad de tener una moneda íntegramente descentralizada sin tener control en las transacciones.

El auge de su creación remota en las crisis

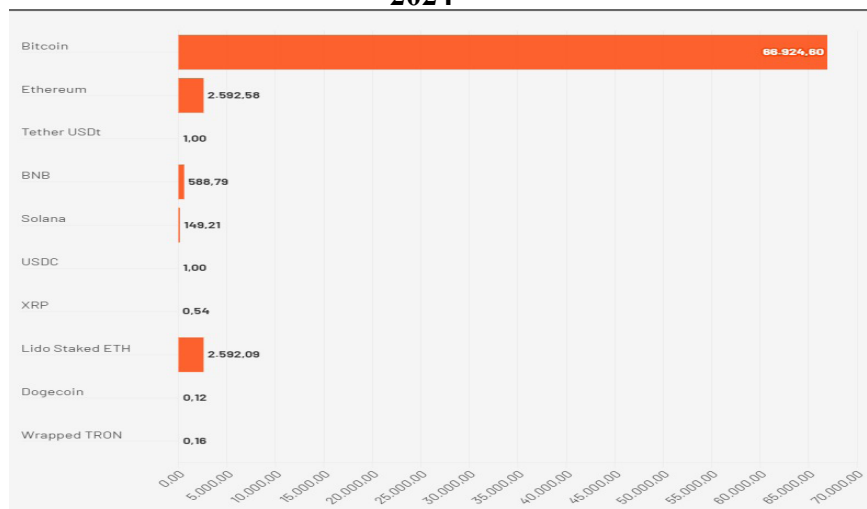
financieras, pero la bibliografía detona que su desarrollo partió desde 1983 con el criptógrafo David Chaum, quien pretendía integrar la criptografía con el dinero electrónico en un sistema denominado eCash. Posteriormente en 1995, desarrolló otro sistema, DigiCash, donde las transacciones eran anónimas; no obstante, los dos sistemas requerían la certificación de alguna institución financiera centralizada que avale su emisión y liquidación.

Desde esa última fecha hasta el 2009 los sistemas incursionaban modificaciones hasta alcanzar el objetivo, fue así que en enero del 2009 entró en marcha la primera criptomoneda basada en el protocolo Bitcoin, un sistema de código abierto detallando como “*peer to peer*” que impide el doble gasto apoyado en la aprobación de quienes integran la red. Creado por una entidad bajo el seudónimo de Satoshi Nakamoto (Enguix, 2020).

Entre los años 2011 y 2013 este último sistema alcanzó el valor de la moneda oficial americana, dólar; años más tarde, superó los mil dólares, lo que define que su valor es de constante cambio según el medio (Caizapanta *et al.*, 2018).

Al presente se estima que existen aproximadamente 25842 monedas virtuales, destacándose en capitalización un ranking de las 10 monedas más comercializada (ver Figura 1).

Figura 1. Ranking de las criptomonedas por valor de mercado en dólares (USD) al año 2024



Nota. Tomado de Expansión (s.f.) Recuperado en septiembre de 2024.

1.3. Características

Autores como Ayón *et al.* (2021) determinan las principales características:

- Descentralización: No dependen de ningún ente gubernamental, ni institución financiera.
- Operabilidad: Al carecer de regulación, se puede operar bajo un esquema de 24 x 7 horas/ día.
- Minería y *blockchain*: Las monedas virtuales se crean a través un sistema donde se acumulan cadenas de bloques para validar las transacciones con la resolución de problemas matemáticos.

- Transparencia: Todo queda registrado en un libro conocido como *blockchain* que una vez validado por los pares, es imposible de manipular.
- Volatilidad: Las criptomonedas pueden cambiar su valor, lo que incluye la posibilidad de hacer negociar, obteniendo ganancias, pero también se corre el riesgo de tener pérdidas.
- Aceptación: Las criptomonedas tienen el valor que los individuos le quieran dar y aceptar. Este sistema todavía está en duda en un largo plazo.

Figura 2. Características generales de las criptomonedas

Características de las criptomonedas	Ventajas	Desventajas
No pertenecen a ningún estado o país y pueden utilizarse en el mundo entero	Dependen solo del mercado y no se ven afectadas por políticas financieras inflacionarias de estado alguno	Al depender solo de la oferta y la demanda, resulta extremadamente volátil su valor real. Ninguna institución las respalda ni asume responsabilidad alguna.
No son controladas por banco, nación u organización financiera alguna.	La ley de oferta y demanda define su valor.	Algunos grandes inversores, como Elon Musk, influyen en su valor con criterios que pueden ser malintencionados.
Es imposible que se falsifiquen o se dupliquen, gracias a un eficaz y sofisticado sistema criptográfico.	El sistema de blockchain, de hashing y de claves respalda su autenticidad y evita las falsificaciones.	El surgimiento de la computación cuántica en los últimos años permitirá la violación de cualquier sistema de cifrado convencional. Habrá que rediseñar todo en el mundo de las criptomonedas.
No requieren de intermediarios para su utilización, pues las transacciones se hacen directamente, de persona a persona, de persona a institución o de institución a institución.	Ahorro en el pago de comisiones a intermediarios en las transacciones comerciales.	Se perderá la profesionalidad del intermediario, muy útil en ocasiones, sobre todo en el comercio al por mayor. Recuerde que debe haber comisiones a los mineros.
Las transacciones suelen ser irreversibles.	Una vez que se paga y se actualiza la cadena de bloques, es casi imposible revertir la operación.	Pueden existir situaciones en las que se deberían revertir algunas operaciones. Si no se logra, puede ser un problema, ante fraudes comerciales.

Pueden intercambiarse por otras criptomonedas o por dinero tradicional.	Flexibilidad en el mercado. Las criptomonedas son mercancías y ello nos da muchas opciones.	Surgen más oportunidades de realizar transacciones equivocadas.
No requieren que los participantes en las transacciones revelen sus identidades.	No hay que preocuparse por nuestra identidad. Ello nos permite disminuir nuestros impuestos (aunque esto durará mucho).	Podemos mantenernos en transacciones ilegales o ser parte de algo mayor, como el lavado de dinero por narcotraficantes y mafias diversas.
Las cuentas corrientes en criptomonedas no pueden ser “congeladas” ni intervenidas por estado u organización alguna.	Por ahora no tendremos problemas con estas cuentas.	Si somos víctimas de algún fraude o delito, no podremos reclamar ni detectar a los posibles culpables.
Puede utilizarse en todo el mundo virtual, que es lo mismo que el real en estos momentos.	Cada vez hay más empresas, organizaciones y hasta países que operan con las criptomonedas.	Ello indica que serán objeto de regulaciones por las entidades financieras tradicionales y los gobiernos.
Algunas son infinitamente divisibles en partes.	Qué bien, no tenemos por qué perder operaciones pequeñas.	Puede ser engorroso trabajar o pagar con ellas en operaciones pequeñas.

Nota. Información publicada por Blanco (2022). En resumen, describe cada una de las cualidades que presentan las criptomonedas con su respectiva ventaja vs. desventajas.

1.4. Beneficios y riesgos

Dentro de los beneficios del uso de las criptomonedas sobresale el presto al momento de realizar una transacción, debido a lo fácil e inmediato que se puede ejecutar únicamente utilizando internet y cualquier dispositivo electrónico. En la actualidad, toda criptomoneda cumple con la característica de tener un alto porcentaje de seguridad, que al ser digitalizada mediante un código QR, evita cualquier fraude, falsificación o revocación sin límites de fronteras, como se muestra en la Tabla 1.

Entre otros beneficios que favorecen a la comunidad se encuentra la descentralización, el pago de impuesto mínimo y la protección de identidad durante cada transacción. La identidad es una opción al momento de realizar la negociación, se puede ocultar, pero la acción queda registrada permanente (Caizapanta *et al.*, 2018). Por otro lado, la descentralización de las criptomonedas inhibe que exista una figura de intermediario dentro de las transacciones, dando origen a

una reducción significativa en los cobros por comisiones de cada cliente (Härdle *et al.*, 2020).

Buzzi *et al.* (2018) resaltan entre los beneficios más importantes como:

- Visión global: uso de divisas globales, mucho menos susceptibles a la economía o políticas de un país concreto. Cualquier persona puede acceder a ellas y pueden transferirse instantáneamente a cualquier lugar del mundo.
- Transparencia: Todas las transacciones se registran en un libro compartido y se operan sobre un mecanismo que asegura que al receptor solo le llegue la información que necesita del emisor y no todos sus datos (p. 7).

Por otro lado, investigadores como Acevedo y Betti (2023) dentro de una ardua investigación destacan el beneficio de las criptomonedas como una alternativa de

pago empresarial, en la cual, se afirma que “las criptomonedas representan un medio de pago que agiliza y facilita las transacciones económicas entre dos partes y aumenta la liquidez posterior a la transacción dentro de las PyMES”.

Según la literatura analizada, los principales riesgos del uso o inversión de criptomonedas pueden ser un eje traidor a la inversión. Dentro de los principales peligros se encuentra que en los medios de inversión no existe la información esquematizada para los inversionistas; es decir, no se proporciona un lenguaje técnico para las necesidades de los clientes. Además, de existir diferentes monedas virtuales se produce una generalización de uso y una excesiva volatilidad, generando inestabilidad en valor e inversión (Caizapanta *et al.*, 2018).

El Banco de España junto a la Comisión Nacional del Mercado de Valores alertaron de algunos riesgos derivados de la volatilidad, a lo que el exmandatario norteamericano Donald Trump, y el gobernador del Banco de Inglaterra, Andrew Bailey, testifican que el valor intrínseco del Bitcoin “está basado en el aire” y que no es suficiente la correspondencia entre el precio y los activos clásicos (Caro, 2020).

A diferencia de otros mercados, el criptomercado al tener ausencia de regulación, respaldo de un organismo oficial o la falta de valor intrínseco es un portal clave a la estafa, desconfianza y fraude. A lo largo de la exploración bibliográfica se ha evidenciado una serie de estafas, adulteraciones y manipulaciones en cifras, inclusive dentro de entidades corporativas que han adoptado y acelerado el crecimiento con esta modalidad, desde errores administrativos hasta proyecciones no realistas (Triana, 2022).

Con relación a lo analizado, autores como Mosquera *et al.*, (2023) recomiendan plenamente que los inversores deben ser conscientes de los posibles riesgos, por lo cual, es fundamental establecer medidas de precaución y plantar acciones como verificación de plataformas y origen de las partes involucradas antes de la inversión con el fin de precautelar la seguridad.

1.5. Evolución del precio y rentabilidad

Al igual que los activos financieros oficiales el precio de las criptomonedas está limitado a la adopción, utilidad, comunidad y la ley de oferta y demanda, pero a diferencia no se establecen dentro de una economía concreta. No obstante, existen factores externos como medidas gubernamentales, cambios regulatorios o una adopción masiva, los cuales, en conjunto al compromiso de los usuarios operadores, causan cambios repentinos dentro de la volatilidad de precios en el mercado (Crisci, 2022).

En consecuencia, el alto índice de volatilidad y los avances tecnológicos dan paso a un gran potencial de beneficios que se adoptan como estrategias de inversión inteligente, a mediano y largo plazo, para profundizar en la rentabilidad. Los avances tecnológicos buscan desarrollar herramientas predictivas, desde la analítica de datos y aprendizajes automáticos, diseñando nuevos modelos y algoritmos para la predicción del precio de cada criptomoneda a lo largo del tiempo (Uzonyi, 2021; García, 2022).

1.6. Regularización de las criptomonedas

Dentro de los países que han legalizado su uso se encuentra El Salvador, Argentina, Estados Unidos, Japón y España. Donde, en Estados Unidos la entidad regulatoria es la Comisión de Comercio de Commodities (CFTC), La Red de Ejecución de Delitos Financieros (FinCEN) y el Servicio de Impuestos Internos de Estados Unidos (IRS). Mientras que, en Japón, solo existe una única entidad regulatoria llamada Agencia de Servicio Financiero (Fiallos *et al.*, 2023). Por el contrario, los países donde se prohíben cualquier tipo de transacción con criptomonedas son Bolivia, Egipto, Marruecos, Nepal y Argelia; mientras que, existen otros países donde únicamente se prohíbe la comercialización por entidades bancaria, pero se ejerce mediante otros medios, entre ellos se destacan Turquía, Canadá, Colombia y Ecuador.

En Latinoamérica y Europa, la población se dispone a comprar criptomonedas como “activos refugio” para resguardar la

devaluación que experimentan las monedas oficiales. En consecuencia, durante el año 2022, Ecuador fue el país número uno, en Latinoamérica, que generó mayor porcentaje de compras y pagos usando criptomonedas. Cifras significativas designaron que de tres de cada diez personas que tienen una cuenta bancaria en Ecuador compran criptomonedas mediante la empresa Minsait Payments (Diario Primicias, 2023).

1.7. Legalidad y situación actual de la criptomoneda en el Ecuador

En Ecuador, el uso de monedas digitales no es legal, pero tampoco es ilegal; su incursión es poco frecuente con desarrollos en curso, donde, el gobierno sigue trabajando en materia de análisis para regular su circulación (Pavón *et al.*, 2021).

En el año 2018, el Banco Central del Ecuador aclara que el valor de las criptomonedas se sustenta en la especulación y no son un medio de pago autorizado dentro de Ecuador. Posteriormente, en el año 2022, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera deja en claro, a través de una notificación a la ciudadanía, que las transacciones, circulación y recepción, de criptomonedas están prohibidas en el territorio nacional, según lo dispuesto en el artículo 98, inciso 3, del código monetario y financiero. Después, un año más tarde, el exmandatario Guillermo Lasso toma la iniciativa de dar paso a los activos digitales, es así que, mediante el decreto Ley de Reestructuración Empresarial establece la incursión de las criptomonedas dentro de los procesos de reorganización y liquidación de empresas, idea que recibió reparos en su posibilidad (Diario Expreso, 2023).

Al presente, la revisión y formulación de lo antes mencionado señala que el Banco Central del Ecuador cuenta con las regulaciones legales para el curso de la principal moneda digital en el artículo 1, así también, que es la única entidad pública que efectúa la entrega del dinero electrónico para los medios correspondientes. Su regulación es relevante, generando entidad autónoma a instituciones como el Servicio de Rentas Internas (SRI) para la recaudación de los atributos que se generen,

y, al Consejo de Educación Superior para auditar y calificar las diferentes *blockchains* que operen en el Ecuador (Fiallos *et al.*, 2023).

Como producto de los avances de la economía digital en Ecuador, la principal criptomoneda que figura es el *Bitcoin*, la misma que se ha adoptado en un crecimiento progresivo, forjando criptodivisas y minería de admisión rentable (Valencia, 2021). El sistema de minería implica en la adquisición de bitcoin en base a precios no controlados, dando paso a la volatilidad o eventos como pérdida vs. ganancia en altas inversiones. Según Reyes (2024) por medio de una observación investigativa estipula que, “el sistema del bitcoin se encuentra asegurado en el ámbito del derecho privado mediante el contrato de compraventa, de acuerdo con el código civil ecuatoriano, artículo 1492, en concordancia con las disposiciones de la Ley de Comercio Electrónico, mismas que amparan la compra de bitcoins en Ecuador por existir capacidad, objeto y causa lícitos”.

En la actualidad, el desarrollo económico digital ha obtenido un crecimiento exponencial, pese que aún la población tiene falencias de conocimientos, dudas de los medios de inversión y desconfianza por la falta de sustento legal o experiencias negativas que han sido publicadas en redes sociales (Morales y Salgado, 2022). Sin embargo, esta alternativa económica brinda la posibilidad de direccionar el desarrollo financiero del estado ecuatoriano (Hidalgo, 2020; Palma, 2024).

Materiales y métodos

Este estudio utilizó una metodología mixta cualitativo-cuantitativa con un enfoque analítico, con el objetivo de obtener una visión integral de los beneficios y riesgos del uso de criptomonedas en Guayaquil.

Los métodos utilizados en el enfoque cualitativo se basaron en dos partes: reportes bibliográficos y procesos de observación. Para la primera parte se utilizó repositorios universitarios, páginas web, bases de datos, libros digitales y cifras estadísticas que sirvieron como información significativa. Para la segunda parte, se formuló una

entrevista física estructurada en cuatro preguntas abiertas para tres personas en específico con carga y experiencia financiera; es decir, que se encuentran inmersos en el negocio de compraventa o se catalogan como inversionistas de monedas virtuales.

Las personas que participaron en el estudio lo hicieron de manera voluntaria con consentimiento informado de la finalidad del cuestionario y la entrevista. No se pidieron datos personales como nombres, número de identificación o DNI, teléfonos, entre otros para asegurar la confidencialidad y protección de datos sensibles.

La recopilación de los datos cuantitativos se ejecutó a través de un cuestionario longitudinal de tendencia, formulado en diez preguntas cerradas con opciones múltiples, a partir de datos demográficos, preguntas de conocimiento y preguntas de objetivos; su aplicación se realizó mediante la plataforma digital QuestionPro, la difusión del enlace virtual del formulario se compartió en contacto directo con los grupos específicos y mediante visitas técnica frecuentes a centro de inversiones, universidades, lugares concurridos donde se realizó el censo y se proporcionaba un dispositivo electrónico con acceso a internet para obtener los datos a quienes si calificaban.

El tamaño de la muestra (150 personas) fue seleccionado bajo un censo de filtro del uso de criptomonedas, en el cual quienes calificaron fueron encuestados.

Cabe recalcar que la muestra se caracteriza por ser personas inmersas en las áreas de finanzas, administración, tecnología, *networking*, estrategias de redes industrias y consumo.

En efecto, el diseño de metodología, para el tratamiento de los datos cualitativos se transcribió las respuestas y opiniones de los expertos en Microsoft Word 2013; mientras que los datos cuantitativos recopilados fueron exportados al software Microsoft Excel 2013 para la creación de una base de datos, donde se filtró y tabuló figuras de barras agrupadas con frecuencia porcentual. Finalmente, se aplicó la prueba estadística no paramétrica ji-cuadrado o distribución X² con una significancia de $p \leq$

0,05, utilizando el software Past 4.0. en las preguntas de interés al objetivo principal.

Resultados

Datos cualitativos

a) ¿Qué tan variable es el mercado ecuatoriano de criptomonedas, para la población en general, considerando los reglamentos y leyes nacionales?

En resumen, la variabilidad del mercado ecuatoriano de criptomonedas, para la población en general, está influenciada por los reglamentos y leyes nacionales; estos pueden cambiar y afectar la percepción y la participación de la población en las criptomonedas. En Ecuador, la regulación ha ido evolucionando, como la Ley Orgánica de Economía del Conocimiento, que establece un marco legal para el uso de activos digitales y tecnología *blockchain*, considerando que no se prohíbe la libre comercialización e inversión. Sin embargo, la implementación y el alcance de estas regulaciones pueden ser variables y afectar el mercado. Del mismo modo, la implementación del uso se ha visto cambiante en la recta cronológica por los alcances tecnológicos.

b) ¿Cuáles son los beneficios o ventajas de la utilización de criptomonedas en el mercado ecuatoriano?

Algunos beneficios de utilizar criptomonedas en el mercado ecuatoriano incluyen la rapidez y la economía en las transacciones, la eliminación de intermediarios, la accesibilidad financiera para personas no bancarizadas y la diversificación de inversiones en un mercado descentralizado; sin embargo, se señalan otros beneficios como el trabajar bajo cadenas de bloques e inversiones a largo plazo para ganancias masivas y la falta de política para reembolsos o cancelaciones, todo esto se puede lograr únicamente haciendo uso de un dispositivo electrónico y un gran camino inversionista que brinde seguridad.

c) ¿Cuáles son los riesgos o desventajas de la utilización de criptomonedas en el mercado ecuatoriano?

Los riesgos de usar criptomonedas en Ecuador incluyen la volatilidad o fluctuaciones de precios, liquidez, la falta de regulación clara que puede exponer a los usuarios a fraudes o estafas, la posibilidad de pérdida de fondos debido a errores o falta de seguridad en las plataformas de intercambio sufriendo ataques cibernéticos, y la falta de protección legal en disputas o problemas con las transacciones. Por otro lado, la disminución de precio podría ser considerada como una desventaja, invertir un conjunto de cifras en bajo rendimiento y corto tiempo podría ocasionar una pérdida irreparable y no existe respaldo legal.

d) ¿Qué acciones importantes debe tomar en consideración el ciudadano ante el uso de criptomonedas en la ciudad de Guayaquil?

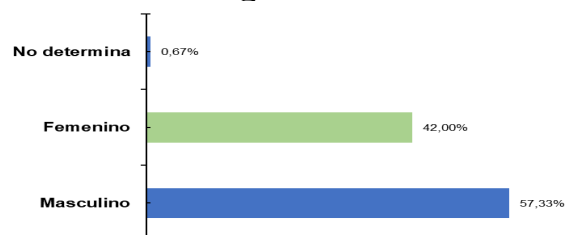
Ante el uso de criptomonedas en Guayaquil los ciudadanos deben investigar en primera instancia la necesidad, considerando fuentes confiables de inversión. Del mismo modo, se recomienda tomar acciones importantes como educarse sobre el funcionamiento de las criptomonedas y los riesgos asociados, logrando tomar un curso de educación continua en la que participe comunidades o personas especialistas en el tema de compra-venta y subastas de criptomonedas; además, garantizando la seguridad se recomienda proteger las claves privadas y mantener actualizados sus conocimientos sobre las mejores prácticas cibernéticas.

Datos cuantitativos

Luego de haber obtenido y tratado los datos recopilados, con la mayor cautela y ética posible, se analiza brevemente los resultados obtenidos:

Pregunta 1.- ¿Bajo qué género se identifica?

Figura 2. Representación gráfica en barras agrupadas sobre datos demográfico: género

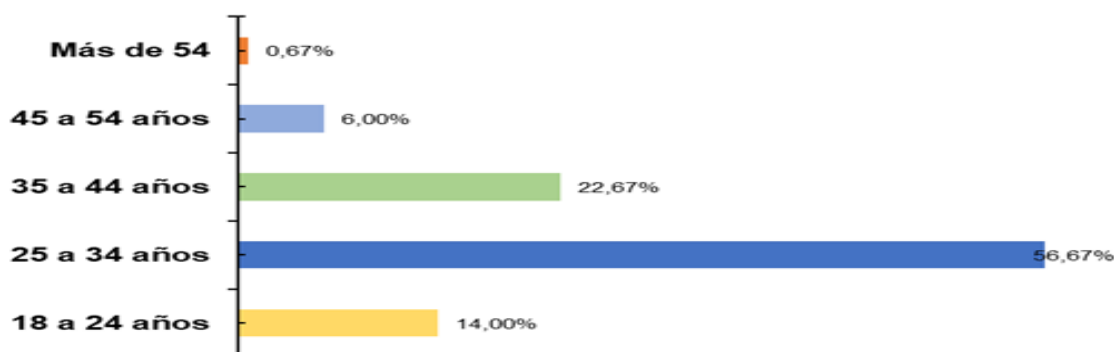


A partir de los detalles demográficos se logró verificar la orientación de la muestra de estudio. En otras palabras, ante los resultados expuestos dentro de esta pregunta se resalta que los encuestados tienen afinidad al objetivo de la investigación. Por lo tanto, del 100 % de los encuestados el 57,33 % se identifican bajo el género masculino, el 42 % del género femenino, y tan solo, el 0,57 % no determina su categoría, ver Figura 2.

Esto comprueba que el mayor número de inversionistas son hombres, pero que el género femenino ha crecido en el interés de involucrarse dentro del mercado de criptomonedas.

Pregunta 2.- ¿Cuál de las siguientes categorías corresponde a su edad?

Figura 3. Representación gráfica en barras agrupadas sobre datos demográfico: edad

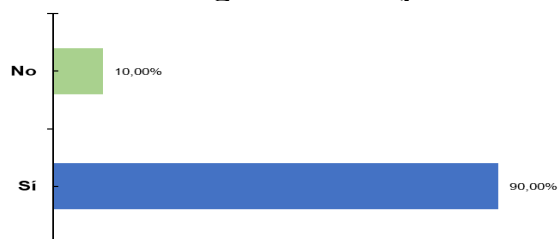


Con base en la pregunta 2, se concluye que la mayoría de los encuestados, exactamente el 56,67 %, se encuentra dentro del rango de edad 25 a 34 años, correspondiente a una etapa adulta, además, se hallan ligados a empleos o relaciones en plataformas digitales. Por otro lado, el 22,67 % se encuentra dentro del rango de edad de 35 a 44 años con ocupaciones variantes (véase Figura 3).

Normalmente dentro de estos rangos de edad las personas constantemente se encuentran en la búsqueda de nuevos dispositivos y servicios tecnológicos, además, se ha comprobado que usan el internet en jornada diaria.

Pregunta 3.- ¿Actualmente se encuentra trabajando?

Figura 4. Representación gráfica en barras agrupadas sobre datos demográfico: trabajo

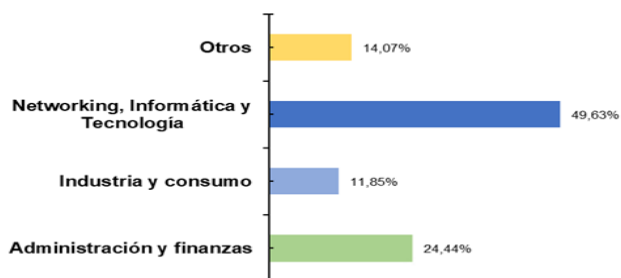


De igual importancia, se comprueba lo antes dicho. Donde, del 100 % la muestra elegida el 90 % se encontró trabajando y el 10% restante se encontró en desempleo, sin trabajo oficial con remuneración (ver Figura 4).

Las personas que se encontraban desempleadas notificaron que en función de no tener una remuneración oficial optaban por incursionar en nuevas oportunidades, así buscan alcanzar sus objetivos en esta nueva era digital, donde, la inversión de criptomonedas en muchos de los casos es rentable y beneficiosa.

Pregunta 3.1.- ¿Cuál es su ocupación y participación, según el sector donde trabaja?

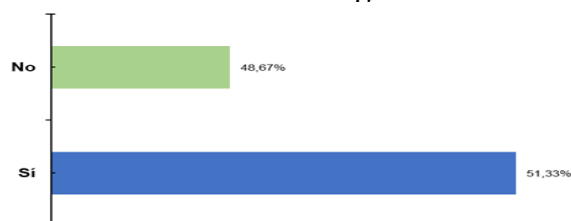
Figura 5. Representación gráfica en barras agrupadas sobre datos demográfico: ocupación laboral



De 135 personas que sí se encontraban trabajando, el 49,63 % se caracterizó bajo la ocupación de áreas como *networking*, informática y tecnología. El 24,44 % señaló que su ocupación es administración y finanzas, pero esto se debe al uso de herramientas digitales que ha conllevado a la inmersión dentro del criptomercadeo. El 11,85 % señaló como ocupación la industria y consumo, en este nivel se logra resalta que la ocupación tiene relación al objetivo del caso. Por último, el 14,07 % se catalogó con otra ocupación entre ser estudiante, servidores públicos, sociales, entre otros (ver Figura 5).

Pregunta 4.- ¿Conoce usted la legalidad del uso de las criptomonedas a nivel nacional?

Figura 6. Representación gráfica en barras agrupadas sobre preguntas de conocimiento: legalidad



El 51,33 % consideró conocer la legalidad del uso de las criptomonedas a nivel nacional. El aspecto más relevante que se presenció durante la recopilación de datos, de manera general, fue que los ciudadanos tienden a considerar la legalidad como una acción de libre acceso y uso dentro del territorio ecuatoriano,

omitiendo comentar las reglamentaciones o dictamen por partes de las entidades financieras correspondientes. Mientras que, el 48,67 % señaló que desconocía por completo si es legal o no el uso de criptomonedas en la ciudad de Guayaquil (ver figura 6).

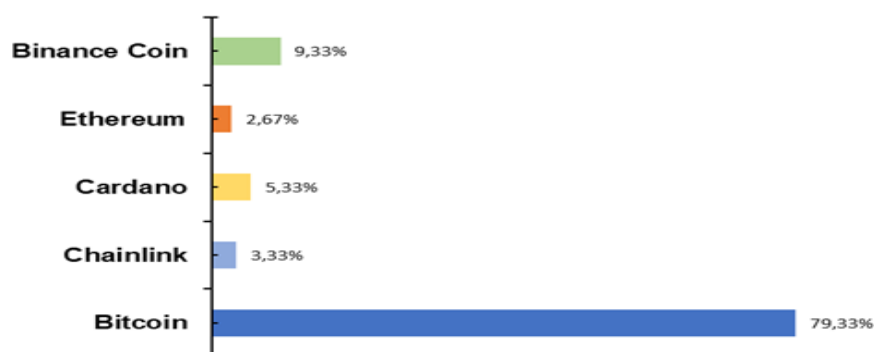
Dentro de los aspectos positivos y negativos que se logran resaltar en la muestra de estudio, el 79,33 % meditó que el *bitcoin* es la mejor criptomoneda para invertir en el mercado ecuatoriano, considerando las leyes y reglamentos. De manera verbal, los encuestados enmarcaron que el *bitcoin* tiene mayor privacidad y control para las partes involucradas. El 9,33 % optó por el *binance coin* porque brinda mayor rendimiento a largo plazo. Y entre las cifras más bajas, el 2,67 % justificó el Ethereum como opción rentable,

pese a no ser una divisa sino una plataforma de inversión, su beneficio permite configurar para obtener ganancias múltiples (ver Figura 7).

Otro aspecto positivo que resaltar dentro del análisis es el medio de visualización que se usa en el territorio ecuatoriano para mediatizar y promocionar la inversión y uso de criptomonedas. En respuesta, el 48 % consideró que la mayor visualización del estado de inversión de criptomonedas lo han observado mediante plataformas, señalando que algunas se enmarcan en ventanas emergentes en páginas web, software y más. El 23,33 % han visualizado en medios físicos y el restante a través de redes sociales como Facebook e Instagram (ver Figura 8).

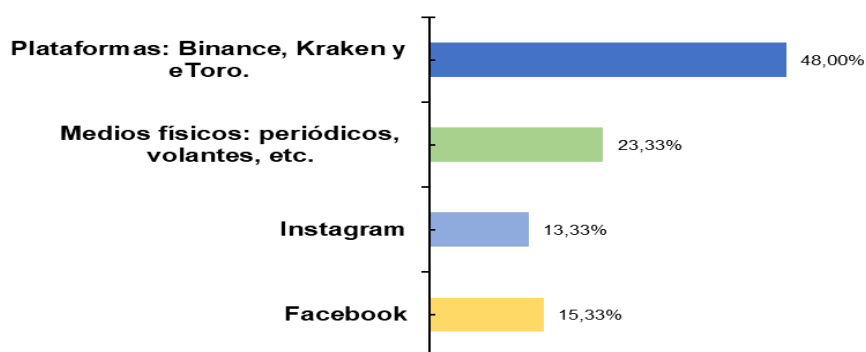
Pregunta 5.- ¿Cuál cree usted que es la mejor criptomoneda para invertir en el mercado ecuatoriano, considerando las leyes y reglamentos?

Figura 7. Representación gráfica en barras agrupadas sobre preguntas de conocimiento: criptomoneda



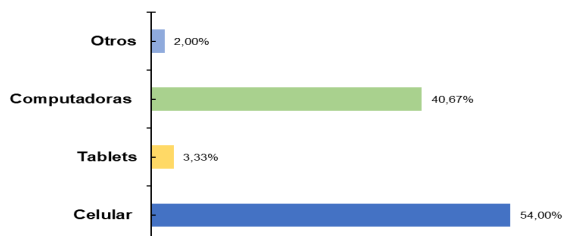
Pregunta 6.- ¿Por qué medio ha visualizado el estado de inversión de las criptomonedas?

Figura 8. Representación gráfica en barras agrupadas sobre el medio de visualización



Pregunta 7.- ¿Qué herramienta tecnológica usaría usted para interactuar en el uso de criptomonedas?

Figura 9. Representación gráfica en barras agrupadas sobre la herramienta tecnológica para el criptomercado

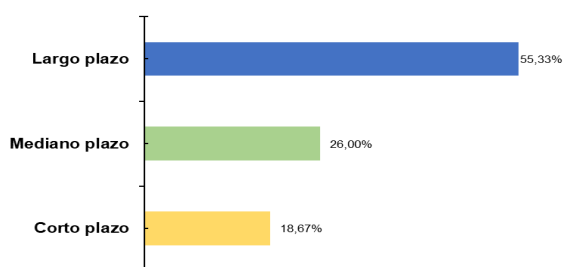


Del 100% de las personas encuestadas el 54 % valoró el celular como herramienta tecnológica para interactuar en el mercadeo de criptomonedas, esto se debe a ser el primer dispositivo al alcance de los ecuatorianos; mientras que, el 40,67 % optó por la utilización de computadoras.

Los índices más bajos se señalan para las herramientas que son de usos menos frecuentes tales como tabletas y otros (ver Figura 9).

Pregunta 8.- ¿A qué plazo invertiría su ganancia en criptomonedas?

Figura 10. Representación gráfica en barras agrupadas sobre plazo de inversión

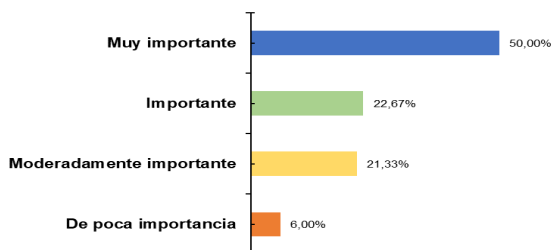


Uno de los aspectos del uso de criptomonedas, en la ciudad de Guayaquil, que ha ocasionado controversia es el plazo de inversión para mayor ganancia. Dentro de

este aspecto, el 55,33 % meditó que a largo plazo mayor es la ganancia y más rentable la inversión; por otro lado, el 26 % meditó que preferible a mediano plazo; y, el 18,67 % a corto plazo (ver Figura 10). Es vital mencionar que las personas encuestadas en este ítem verbalmente señalaban que la rentabilidad y beneficio siempre se consigue a largo plazo.

Pregunta 9.- ¿Cuán importante se debe conocer las estrategias y medios de inversión de criptomonedas para evitar riesgos?

Figura 11. Representación gráfica en barras agrupadas sobre las estrategias y medios de inversión

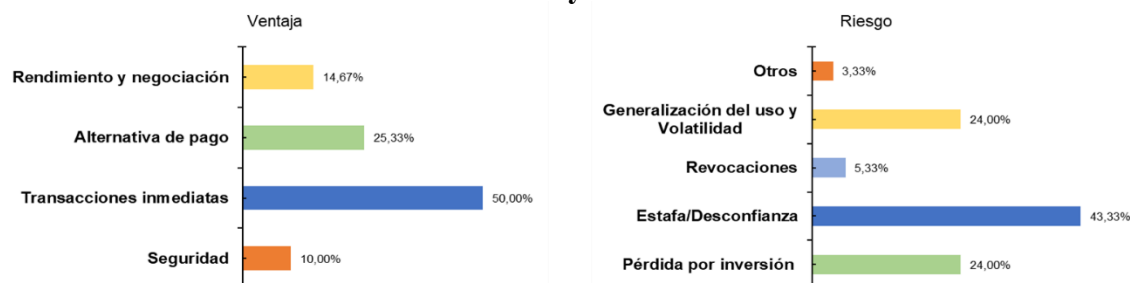


Dentro de los beneficios que brinda el mercadeo de criptomonedas se encuentran las estrategias y los medios de inversión. En este sentido, el 50 % señaló que conocer estos beneficios es muy importante; el 22,67 % señaló que es importante; el 21,33 % moderadamente importante; y, el 6 % resaltó por considerar de poca importancia (ver Figura 11).

Dentro de este ítem, quienes consideraban moderadamente importante mencionaban que no es tan fundamental como parece dado a los riesgos que presentan las criptomonedas, en sobremodo la volatilidad y las estafas.

Pregunta 10.- Según su conocimiento, ¿Cuál es la mayor ventaja y el mayor riesgo del uso de criptomonedas?

Figura 12. Representación gráfica en barras agrupadas sobre la mayor ventaja y el mayor



Finalmente, con el objetivo de identificar y plantear acciones ante el uso de criptomonedas, las personas encuestadas señalaron la mayor ventaja y el mayor riesgo que comúnmente se observa en el uso de criptomonedas. Entre las ventajas, el 50% señaló que sirven para transacciones inmediatas; el 25,33 % considera la ventaja del uso como alternativa de pago; el 14,67 % estima el rendimiento y negociación; y, el 10 % la seguridad que brinda.

En contraste, dentro los riesgos, el 43,33 % consideró como mayor riesgo las estafas y desconfianzas en el uso; por partes iguales, 24 % para ambas, se valoró la pérdida por inversión a corto plazo y la generación del uso y su volatilidad (ver Figura 12).

El efecto del uso de criptomonedas sobre los ciudadanos habitantes de la ciudad de Guayaquil irradió en una relación beneficiosa, mostrando una diferencia significativa entre las categorías.

Discusión

En concordancia con los trabajos de Ayón *et al.* (2021) y Buzzi *et al.* (2018), las criptomonedas resultan ser una alternativa de inversión, y de manejo de capitales con una divisa no física, no obstante, la seguridad del manejo de este tipo de moneda y el alto riesgo de ganar o perder en su precio real ha incentivado a los inversionistas más arriesgados, y, a la vez alejado a quienes no quieren perder su capital o ahorro.

En este sentido, la volatilidad de la cotización de las criptomonedas atrae a quienes se arriesgan más, González-Flores (2022) sostiene que el mercado latinoamericano no maneja criptomonedas desde el Estado, sino de manera particular. Este artículo coincide con González-Flores en que se puede diversificar una parte de las inversiones en el mercado bursátil, sea como iniciativa del Gobierno como en El Salvador o por parte de inversionistas privados.

El atractivo de manejar monedas virtuales está multiplicándose en la región de América, este hecho coincide con los trabajos publicados por Blanco (2022) y Caro (2020). En otras palabras, el mercado internacional está absorbido por las empresas tecnológicas que ven como un escenario de inversiones crecientes a todas las personas que buscan donde invertir sus capitales, también por las aplicaciones móviles que facilitan su acceso y transacción bursátil. Además, quienes realizan este tipo de transacciones son personas mayores de edad y esperan invertir a largo plazo.

Por último, el riesgo de estafas estará presente a pesar de las seguridades o blindaje que brinden en los mercados o bolsa de valores; asimismo, los intermediarios o asesores de mercados bursátiles han encontrado un nicho de mercado como clientes potenciales. Las inversiones traen consigo riesgos en los mercados internacionales, más cuando hay poco control de los participantes u operadores

de estos mercados de inversiones.

Todo esto ocurre en la ciudad de Guayaquil, esta es la segunda ciudad de Ecuador en tamaño de población y centro empresarial, se considera que en otras ciudades la situación frente a las criptomonedas será igual por la facilidad de acceso a la información a tiempo real de las noticias por medio de redes sociales y plataformas en línea.

Conclusiones

En primer lugar, se arribó la conclusión que dentro de la ciudad de Guayaquil existe una cifra significativa que invierte y utiliza las criptomonedas a través de plataformas digitales haciendo uso de herramientas tecnológicas como celulares y computadoras; donde, el *bitcoin* es la principal moneda de interés por ser útil en transacciones inmediatas y no presentar recargos extras entre las partes involucradas.

En segundo lugar, se evidenció que el mercado o la inmersión de las criptomonedas es variante en el tiempo por motivos de falta de adopción, alcance de regulación y no existir un ente financiero que respalde su comercialización, pero es representativo en ganancias a futuro para la población de la ciudad de Guayaquil.

En tercer lugar, se hace hincapié y deduce que, los riesgos señalados dentro del marco de la investigación y los resultados expuestos disminuyen según el plazo de inversión; es decir, a mayor plazo menores riesgos.

Finalmente, a través del cumplimiento de los objetivos, se elogia al presente y para futuras investigaciones considerar un plan de acción con alternativas al mercado de criptomonedas, dado que, la literatura no señala con seguridad los pasos a seguir o considerar antes de invertir.

Referencias bibliográficas

Acevedo, M. y Betti, M. (2023). Las criptomonedas como alternativa de pago para la pequeña y mediana empresa comercial. Barquisimeto, Estado Lara. *Gestión y Gerencia*, 17(1), 67-84. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8260108>

- doi.org/10.5281/zenodo.8260108
- Ayón, M., Bermúdez, A., Morán, K. y Marcillo, M. (2021). Riesgos y responsabilidades que con lleva la implementación de las criptomonedas en Ecuador. *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(3), 105-112. <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/427>
- Banco Central del Ecuador. (21 de agosto de 2018). *BCE: Recordatorio importante sobre las criptomonedas*. Banco Central del Ecuador. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1114-recordatorio-importante-sobre-las-criptomonedas>
- Blanco, J. (2022). Criptomonedas en nuestra américa latina: un nuevo amanecer financiero. *Revista cubana de ciencias económicas*, 8(1), 52-67. <https://www.ekotemas.cu/index.php/ekotemas/article/view/194/193>
- Buzzi, A., Cittadini, M. y De oliveira, M. (2018). Introducción a las criptomonedas. [Congreso] Jornadas Nacionales de Profesores Universitario de Matemática Financiera, San Luis, Argentina. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/74074>
- Caizapanta, M., Borja, E. y González, C. (2018). Desarrollo de las criptomonedas en el Ecuador: responsabilidad y riesgo. *593 Digital Publisher CEIT*, 3(6), 4-12. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144011>
- Caro, L. (2020). *Análisis rentabilidad-riesgo del mercado de criptomonedas en el marco de la teoría del mercado de capitales* [Tesis de Maestría, Universidad de Coruña]. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/28545>.
- Cryptocurrency Market Capitalization. (25 de enero de 2024). *oinMarketCap*. <https://coinmarketcap.com/es/coins/>
- Crisci, F. (2022). *Criptomonedas*. Repositorio Universidad de La Laguna, 9-11. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/29220>
- Diario El Comercio. (5 de abril de 2022). *Las criptomonedas, nueva carnada para las estafas*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/>

- criptomonedas-estafas-captacion-ilegal-dinero.html
- Diario Expreso. (20 de julio de 2023). Economía. *El decreto ley de quiebras abre la puerta a criptomonedas, según 'Super' de Bancos*. Diario Expreso. <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/decreto-ley-quiebras-abre-puerta-criptomonedas-super-bancos-167411.html>
- Diario Primicias. (26 de abril de 2023). *Ecuatorianos, los que más compran criptomonedas en la región*. Diario Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuatorianos-criptomonedas-compra-pagos-inversion/>
- Enguix, J. (2020). Blockchain: criptomonedas y tokenización de activos inmobiliarios. *Efectos en el ámbito registral. Revista de Derecho, Empresa y Sociedad (REDS)*, 16, 253-277. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7631171.pdf>
- Expansión. (s.f.). Expansión. Recuperado en septiembre de 2024. <https://www.expansion.com/mercados/criptomonedas.html>
- European Central Bank. (Febrero de 2015). *Virtual currency schemes – a further analysis*. European Central Bank. <https://data.europa.eu/doi/10.2866/662172>
- Fiallos, S., Tapia, M. y Laica, S. (2023). La influencia de la regulación de criptomonedas en Ecuador en el progreso económico de las industrias turísticas y de bienes raíces. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1(63), 1-23. <https://n9.cl/gulflh>
- García, J. (2022). *Modelo predictivo de rentabilidad de criptomonedas para un futuro cercano* [Tesis de Grado, Universidad de Antioquia]. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/29151>
- González-Flores, A. (2022). Estrategia de masificación en el uso de criptomonedas en América Latina. *Fórum Empresarial*, 27(1), 106–123. <https://doi.org/10.33801/fe.v27i1.20676>
- Härdle, W., Harvey, C. y Reule, R. (2020). Understanding Cryptocurrencies. *Journal of Financial Econometrics*, 181–208. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3360304>
- Hidalgo, M. (2020). *Las criptomonedas (BITCOINS) en el régimen tributario Ecuatoriano* [Tesis de Grado, Universidad San Francisco de Quito]. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/9361>
- Junta de Regulación Monetaria Financiera. (2022). *Las operaciones en criptomonedas no están autorizadas en el Ecuador*. <https://www.finanzas.gob.ec/las-operaciones-en-criptomonedas-no-estan-autorizadas-en-el-ecuador/>
- Mosquera, M., Banda, C., Calderón, M. y Jácome, O. (2023). La legitimidad de la criptomoneda Bitcoin y las consecuencias legales en situaciones de fraude. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1-14. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v11iEspecial.4005>
- Pavón, D., Ramírez, A., Soto, V. y Mendoza, C. (2021). El fenómeno de las criptomonedas: la experiencia de Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 7(4), 2045-2063. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383994.pdf>
- Morales, A. y Salgado, J. (2022). Conocimiento y disposición a la utilización de criptomonedas en jóvenes entre 18 a 29 años de la ciudad de Quito. *Cuestiones Económicas*, 32(2), 89-126. <https://doi.org/10.47550/RCE/32.2.4>
- Navarro, F. (2019). Criptomonedas (en especial, bitcoin) y blanqueo de dinero. *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*, 21(14), 1-45. <http://hdl.handle.net/10553/74463>
- Palma, A. (2024). El desarrollo económico en el Ecuador: las criptomonedas y el derecho tributario. *Revista San Gregorio*, 1(56), 205–217. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i56.2385>
- Real Academia Española. (18 de enero de 2024). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/criptograf%C3%ADa>
- Reyes, C. (20 de enero de 2024). *Marco legal respecto del uso de Criptomonedas en Ecuador*. HLB ECUADOR. <https://www.hlbecuador.com/marco-legal-respecto-del-uso-de-criptomonedas-en-ecuador/>

- Sánchez, J. (2017). Criptomonedas. *Revista Jurídica UC*, 231-240. <https://www.revistajuridicauc.com.py/wp-content/uploads/2020/12/RJ-2018-231-240-Julia-Sanchez-Roa.pdf>
- Triana, N. (2022). *La incorporación de criptomonedas en las compañías de interés público: posibilidad de fraude financiero* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/81769>
- Uzonyi, N. (2021). *Predicción del precio de criptomonedas mediante machine learning y redes neuronales profundas* [Tesis de Maestría, Universitat Politècnica de València]. <http://hdl.handle.net/10251/174491>
- Valencia, F. (2021). Panorama actual del bitc  in. Una descripción práctica y jurídica de las criptomonedas en Colombia y Ecuador. *Foro: Revista de Derecho*, 36(1), 49-71. <https://doi.org/10.32719/26312484.2021.36.3>



Sector agropecuario y su aporte en el crecimiento económico de la provincia de Manabí – Ecuador

(Agricultural sector and its contribution to the economic growth of the province of Manabí - Ecuador)

Danny Leticia Mantuano García

<https://orcid.org/0009-0008-5218-5365>

Universidad Técnica de Manabí, Ecuador. leticiamantuano26@outlook.com

Juan Carlos Luque Vera

<https://orcid.org/0009-0008-6582-0225>

Universidad Técnica de Manabí, Ecuador. juan.luque@utm.edu.ec

Resumen

En el presente artículo se analiza la contribución del sector agropecuario al crecimiento económico de Manabí, Ecuador, durante 2012-2022. El estudio se realizó mediante una metodología descriptiva, evaluativa y correlacional, utilizando datos secundarios del Banco Central del Ecuador y otras fuentes oficiales. Los resultados revelan una correlación positiva muy fuerte (coeficiente de Pearson de 0,976) entre el sector agropecuario y el crecimiento económico general de Manabí. El sector contribuyó entre el 13,20 % y el 14,80 % al Valor Agregado Bruto total durante el período analizado. El estudio destaca la resiliencia del sector frente a desafíos como el terremoto de 2016 y la pandemia de COVID-19. También señala la diversificación del sector como una fortaleza estratégica, abarcando cultivos como arroz, maíz, plátano, cacao, y actividades ganaderas. El aporte principal es proporcionar una visión integral del papel del sector agropecuario en la economía manabita, subrayando su importancia para la estabilidad económica y social de la región.

Palabras clave: agricultura, productividad agropecuaria, desarrollo económico, estabilidad económica, Manabí.

Abstract

This article analyzes the contribution of the agricultural sector to the economic growth of Manabí, Ecuador, during 2012-2022. The study was carried out using a descriptive, evaluative and correlational methodology, using secondary data from the Central Bank of Ecuador and other official sources. The results reveal a very strong positive correlation (Pearson coefficient of 0,976) between the agricultural sector and the overall economic growth of Manabí. The sector contributed between 13,20% and 14,80% to the total Gross Added Value during the period analyzed. The study highlights the resilience of the sector in the face of challenges such as the 2016 earthquake and the COVID-19 pandemic. It also points to the diversification of the sector as a strategic strength, encompassing crops such as rice, corn, banana, cocoa, and livestock activities. The main contribution is to provide a comprehensive view of the role of the agricultural sector in the Manabí economy, highlighting its importance for the economic and social stability of the region.

Keywords: agriculture, agricultural productivity, economic development, economic stability, Manabí.

Recibido: 10/07/2024 | Aceptado: 20/12/2024

<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.928> | Páginas: 115-128

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Mantuano García, D. y Luque Vera, J. (2025). Sector agropecuario y su aporte en el crecimiento económico de la provincia de Manabí – Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 115-128. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.928>

Introducción

El crecimiento económico es una variable cuantitativa que mide el aumento de la renta o el nivel productivo de una economía, reflejado principalmente a través del Producto Interno Bruto (PIB). Según Márquez *et al.* (2020), el crecimiento económico se define como el “Incremento de Productos y Servicios de una Nación medido y comparado generalmente contra el año calendario anterior” (p. 244).

Una de las variables fundamentales para medir el PIB es el Valor Agregado Bruto (VAB). Sánchez *et al.* (2021) señalan que “el VAB es uno de los indicadores más importantes para evaluar la actividad económica, ya sea de un sector en especial o de toda la economía. Además, el VAB es el componente principal del PIB” (p. 1). Por lo tanto, el crecimiento económico está conformado por diversos sectores productivos que contribuyen al rendimiento total de una economía.

Actualmente, el sector agropecuario es uno de los que más aporta al crecimiento económico global. Rodríguez *et al.* (2021) afirman que este sector ha sido “más resiliente que otros sectores en lo que se refiere a las tendencias de crecimiento del valor de la producción y del comercio regionales” (p. 27), especialmente en el contexto de la pandemia de COVID-19.

En Ecuador, las actividades agropecuarias, aportaron el 9,63 % al PIB nacional en 2019, representando 9.626.014 miles de dólares (Sánchez *et al.*, 2021). Esto convierte al sector agropecuario en el cuarto más importante del país, destacando no solo por su relevancia económica sino también por su impacto social, al proporcionar seguridad alimentaria a nivel nacional e internacional.

La provincia de Manabí, es la que mayor territorio destina a las actividades del sector agropecuario en Ecuador, con 776.958 hectáreas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2021, p. 4). Este sector es fundamental para la generación de riqueza y la formación de las economías cantonales de la provincia.

Metodología

El presente estudio se realizó bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño de investigación no experimental y de corte longitudinal. La naturaleza del trabajo es principalmente documental, basándose en la recopilación y análisis de datos secundarios.

Para la obtención de información, se empleó una estrategia de revisión sistemática de fuentes oficiales, incluyendo las bases de datos del Banco Central del Ecuador (BCE) y otras instituciones gubernamentales relevantes. Adicionalmente, se consultaron publicaciones académicas recientes, incluyendo artículos científicos, trabajos de grado, obras literarias especializadas e informes estadísticos.

El proceso metodológico se estructuró en tres fases: descriptiva, evaluativa y correlacional. En la fase descriptiva, se realizó una caracterización detallada del sector agropecuario en Manabí. La fase evaluativa implicó un análisis cuantitativo de la contribución de las actividades agropecuarias, ganaderas y silvícolas al desarrollo económico de la provincia durante el período 2012-2022. En la fase correlacional, se examinó la relación entre el desempeño del sector agropecuario y el crecimiento económico provincial.

Para el procesamiento de datos se utilizó el software estadístico SPSS. Se construyó un modelo econométrico para evaluar la relación entre:

1. Variable independiente: Sector agropecuario de Manabí (representado por el Valor agregado)
2. Variable dependiente: Crecimiento económico de Manabí (representado por el VAB total)

Los datos anuales para estas variables se obtuvieron de los registros de Cuentas Provinciales del BCE (2022), abarcando el período 2012-2022. El análisis incluyó el cálculo del coeficiente de correlación de Pearson y el coeficiente de determinación (R^2). Se realizó también una prueba de hipótesis para evaluar la significancia estadística de la relación entre las variables.

Complementando el análisis cuantitativo, se llevó a cabo una revisión crítica de la literatura especializada, con énfasis en investigaciones recientes sobre el impacto del sector agropecuario en la economía de Manabí y Ecuador.

Los resultados se presentaron mediante figuras y tablas para ilustrar las tendencias y relaciones identificadas entre el sector agropecuario y el crecimiento económico de Manabí durante el período de estudio.

Resultados

El sector agropecuario juega un papel crucial en el crecimiento económico de muchas regiones latinoamericanas, incluyendo Manabí. Según un estudio reciente de Bravo y Lederman (2009), el crecimiento del sector agropecuario tiene un impacto positivo y significativo en el crecimiento económico general de los países latinoamericanos, especialmente en aquellos con una alta proporción de población rural.

La contribución del sector agropecuario al crecimiento económico va más allá de su participación directa en el PIB. Como señalan Gardi *et al.* (2021), el sector agropecuario en Ecuador no solo proporciona alimentos y materias primas, sino que también genera empleo, contribuye a la seguridad alimentaria y promueve el desarrollo rural. Esto es particularmente relevante para provincias como Manabí, donde el sector agropecuario tiene un peso importante en la economía local.

Sin embargo, la relación entre el sector agropecuario y el crecimiento económico es compleja y dinámica. Ramos *et al.* (2023) argumentan que, si bien la agricultura sigue siendo un sector clave en muchas economías latinoamericanas, su contribución relativa al PIB tiende a disminuir a medida que las economías se diversifican. Este fenómeno, conocido como “transformación estructural”, no implica necesariamente una pérdida de importancia del sector, sino más bien un cambio en su rol dentro de la economía.

En el contexto específico de Ecuador, Chuncho *et al.* (2021) encontraron que el sector agropecuario ha mantenido una contribución estable al PIB nacional en las últimas décadas,

a pesar de los desafíos como la volatilidad de los precios internacionales y los impactos del cambio climático. Esto subraya la resiliencia del sector y su importancia continua para la economía ecuatoriana.

Según los datos más recientes del INEC de Ecuador, en la provincia de Manabí se registra un total de 254.854 personas empleadas en actividades agropecuarias, las cuales constituyen el pilar económico predominante en esta región. Este sector, que abarca actividades como la agricultura, ganadería y silvicultura, juega un papel crucial en la sustentabilidad económica de la población local.

Dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) de Manabí, las actividades jornaleras destacan como la ocupación principal, sumando aproximadamente 152.912 personas, las cuales se dedican al desarrollo directo de las actividades agropecuarias. Le siguen en importancia los oficios por cuenta propia, con un total de 50.971 personas, seguidos de los empleados privados con 25.485 personas y los empleados públicos con 12.743 personas. Otras ocupaciones también contribuyen, sumando un total similar de 12.743 personas.

Estos datos reflejan la relevancia significativa del sector agropecuario en Manabí, no solo como generador de empleo directo, sino también como un motor fundamental para la economía regional.

El sector agropecuario de Manabí muestra una diversificación significativa en sus actividades productivas, abarcando agricultura y ganadería. Según Gómez (2016), experto en economía agropecuaria de la Universidad Técnica de Manabí, “la diversificación del sector agropecuario en Manabí no solo fortalece su resiliencia económica, sino que también garantiza la capacidad de la provincia para adaptarse a las variaciones del mercado y satisfacer diversas demandas de productos agropecuarios” (p. 273). Esta afirmación sugiere que la variedad de cultivos y actividades pecuarias permite a Manabí mitigar riesgos y responder eficazmente a cambios económicos y de mercado.

Tabla 1. Principales producciones agropecuarias en Manabí

Productos	Superficie 2022 (ha)
Maíz	54.706,36
Arroz	58.255,11
Cacao	27.209,78
Algodón	18.258,93
Banano	31.339,65
Plátano	38.522,72

Nota. La superficie indicada se refiere al área cultivada de cada producto agropecuario en hectáreas durante el año 2022 en la provincia de Manabí. Tomado de Instituto Nacional de Estadística y Censos (2024).

Tabla 2. Principales producciones pecuarias en Manabí

Productos	Superficie 2022 (ha)
Ganadería vacuna	54.706,36
Ganadería porcina	58.255,11
Ganadería avícola	27.209,78

Nota. La superficie indicada representa el área dedicada a las actividades de ganadería en hectáreas durante el año 2022 en Manabí. Tomado de Instituto Nacional de Estadística y Censos (2024).

En cuanto a la producción agropecuaria (Tabla 1), se observa que el arroz ocupa la mayor superficie cultivada con 58.255,11 hectáreas, seguido muy de cerca por el maíz con 54.706,36 hectáreas. Según Andrade (2018), afirma que “el predominio del arroz y el maíz en la agricultura manabita refleja su importancia vital tanto en la seguridad alimentaria local como en el abastecimiento para la industria alimentaria, asegurando así un pilar esencial en la economía agropecuaria de la región” (p. 1). Esto implica que estos cultivos no solo son fundamentales para la dieta y la economía local, sino que también juegan un papel crucial en la cadena de suministro alimentario a nivel provincial y nacional.

Siguiendo la misma línea, el plátano y el banano, con 38.522,72 y 31.339,65 hectáreas respectivamente, representan también cultivos significativos. Yulan *et al.* (2021), representante de la Asociación de Productores de Banano de Manabí, destaca que “el cultivo extensivo de plátano y banano en la provincia

no solo satisface la demanda interna, sino que también contribuye significativamente a las exportaciones, generando ingresos cruciales para la economía provincial y nacional” (p. 10). Esta observación resalta el papel del plátano y banano no solo como alimentos básicos, sino como motores económicos mediante la generación de divisas por exportación.

Asimismo, el cacao, con 27.209,78 hectáreas, destaca como un cultivo tradicional de la provincia, conocido por su calidad y demanda en el mercado internacional. Chilon (2018), consultora en desarrollo agropecuario sostenible, señala que “el cultivo de cacao, junto con la producción de algodón, representa una estrategia efectiva de diversificación hacia cultivos industriales que promueven la economía rural y la inclusión de pequeños productores en Manabí” (p. 1339). Es decir, que el cacao y el algodón no solo contribuyen a la diversificación agropecuaria, sino que también fomentan oportunidades económicas para comunidades rurales y productores locales en la provincia.

Por otra parte, en el sector pecuario (Tabla 2), la ganadería porcina lidera con 58.255,11 hectáreas, seguida muy de cerca por la ganadería vacuna con 54.706,36 hectáreas. Según el informe del (INEC, 2024) “la ganadería porcina y vacuna en Manabí no solo son esenciales para la industria cárnica y láctea, sino que también fomentan el empleo rural y contribuyen significativamente al PIB agropecuario provincial” (p. 13). Esta cita destaca que la ganadería en Manabí no solo abastece la demanda local de productos cárnicos y lácteos, sino que también impulsa la economía rural mediante la creación de empleos y la generación de valor económico. La ganadería avícola, aunque con menor extensión (27.209,78 hectáreas), complementa la oferta proteica de origen animal.

Estos resultados muestran que Manabí tiene una estructura agropecuaria diversificada y robusta, con un equilibrio entre cultivos de consumo interno, productos de exportación y producción pecuaria. Asimismo, el sector agropecuario de Manabí ha desempeñado un papel fundamental en la economía provincial, siendo uno de los pilares del crecimiento

económico a lo largo de los años. Según análisis del INEC (2024), se ha observado que este sector ha experimentado variaciones significativas debido a diversos factores tanto internos como externos a la economía ecuatoriana.

Según los datos de la (Tabla 3) el sector agropecuario en Manabí durante el periodo de 2012 a 2022 revela una dinámica caracterizada por

cierta estabilidad con variaciones anuales que reflejan tanto condiciones internas como externas que influyen en la economía regional. El sector agropecuario ha mantenido una participación prominente en el crecimiento económico de la provincia, fluctuando entre el 13,20 % y el 14,80 % durante este periodo.

Tabla 3. Participación de los sectores económicos al crecimiento económico de Manabí

Sectores económicos	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Agropecuario	14,60 %	14,80 %	14,50 %	14,20 %	14,30 %	14,80 %	14,40 %	13,70 %	13,40%	13,20%	14,10 %
Manufactura	4,82 %	5,12 %	4,51 %	4,67 %	4,56 %	4,14 %	4,22 %	4,09 %	4,12 %	4,36%	4,39 %
Suministro de agua y electricidad	5,64 %	5,41 %	5,52 %	5,25 %	5,18 %	5,37 %	5,18 %	5,11 %	5,43 %	5,37%	5,41 %
Construcción	12,72 %	12,88 %	13,07 %	12,19 %	11,85 %	11,33 %	11,25 %	11,44 %	12,23 %	12,28%	12,32 %
Comercio	17,01 %	16,82 %	17,72 %	17,83 %	18,74 %	18,08 %	19,03 %	18,23 %	18,27 %	18,11%	18,09 %
Alojamiento	1,50 %	1,48 %	1,52 %	1,73 %	1,41 %	1,38 %	1,39 %	1,32 %	1,35 %	1,38%	1,23 %
Transporte y comunicaciones	12,80 %	13,23 %	12,52 %	12,51 %	12,14 %	12,06 %	11,43 %	12,01 %	12,79 %	12,73%	13,31 %
Administración financiera	2,80 %	2,82 %	2,86 %	2,72 %	2,95 %	2,62 %	2,90 %	2,92 %	0,75 %	2,71%	2,31 %
Actividades profesionales	7,00 %	7,22 %	7,15 %	7,48 %	7,59 %	7,36 %	7,73 %	7,56 %	7,97 %	7,86%	7,53 %
Administración Pública	3,71 %	3,43 %	3,31 %	3,49 %	3,54 %	4,68 %	4,02 %	4,05 %	3,96 %	3,84%	3,66 %
Enseñanza	9,81 %	9,46 %	9,87 %	10,58 %	10,37 %	10,93 %	11,32 %	12,90 %	10,98 %	10,78%	10,43 %
Salud	5,90 %	5,75 %	5,83 %	5,61 %	5,84 %	5,64 %	5,51 %	5,21 %	7,30 %	5,94%	5,80 %
Otros sectores	1,69 %	1,58 %	1,62 %	1,74 %	1,53 %	1,61 %	1,62 %	1,46 %	1,45 %	1,44%	1,42 %
TOTAL	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00%	100,00%	100,00%	100,00 %

Nota. La tabla muestra el porcentaje de participación de diferentes sectores económicos en la provincia de Manabí desde 2012 hasta 2022. Los datos reflejan la evolución de cada sector en términos de su contribución al total de la economía regional. Tomado de Banco Central del Ecuador (2022).

Esta estabilidad relativa del sector agropecuario sugiere una resistencia frente a desafíos diversos, como condiciones climáticas adversas, cambios en los precios internacionales de los productos agropecuarios y políticas sectoriales fluctuantes. Las variaciones observadas podrían estar influenciadas por factores como el impacto de eventos climáticos extremos en la producción, la adopción de tecnologías agropecuarias más eficientes, así como cambios en la demanda y enfoques hacia cultivos específicos

A pesar de estas fluctuaciones, el sector agropecuario de Manabí ha mantenido una

contribución significativa a la economía local, siendo fundamental para la seguridad alimentaria de la provincia y proporcionando empleo a una parte considerable de la población rural. La presencia de cultivos clave como el arroz, maíz, cacao, plátano, y banano, entre otros, no solo abastece el mercado interno, sino que también contribuye a las exportaciones, fortaleciendo así la economía provincial y nacional.

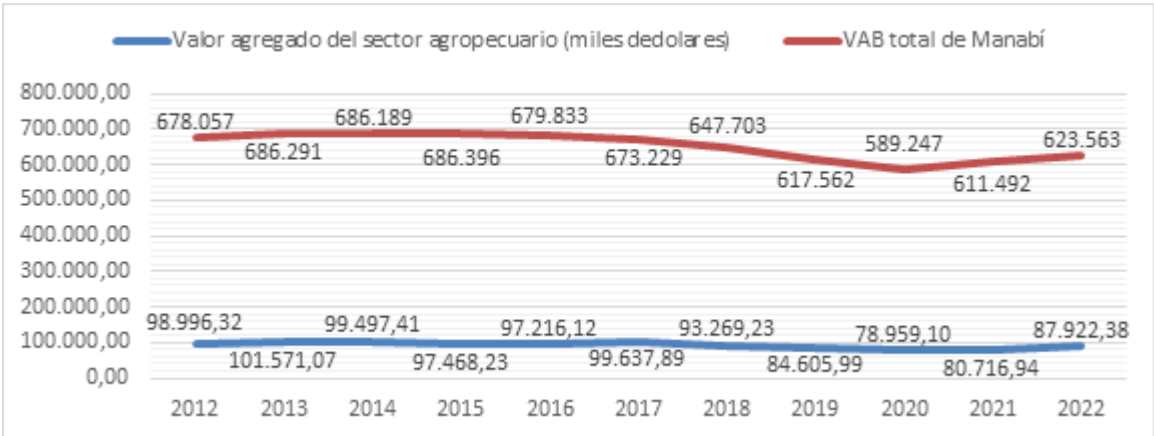
Ahora bien, se presentarán de manera detallada la aportación del VAB agropecuario al VAB de Manabí, cabe decir que dichos valores son porcentuales (Tabla 4).

Tabla 4. Aporte del sector agropecuario al crecimiento económico de Manabí

Año	Valor agregado del sector agropecuario (miles de dolares)	VAB total de Manabí	Aportación del sector agropecuario a la economía total de Manabí (%)
2012	98.996,32	678.057	14,6 %
2013	101.571,07	686.291	14,8 %
2014	99.497,41	686.189	14,5 %
2015	97.468,23	686.396	14,2 %
2016	97.216,12	679.833	14,3 %
2017	99.637,89	673.229	14,8 %
2018	93.269,23	647.703	14,4 %
2019	84.605,99	617.562	13,7 %
2020	78.959,10	589.247	13,4 %
2021	80.716,94	611.492	13,2 %
2022	87.922,38	623.563	14,1 %

Nota. Los valores reflejan el aporte del sector agropecuario en términos de valor agregado (VAB) y su proporción respecto al VAB total de Manabí durante el periodo 2012-2022. Tomado de Banco Central del Ecuador (2022).

Figura 1. Evolución del sector agropecuario y crecimiento económico de Manabí



Nota. La figura muestra la evolución del valor agregado del sector agropecuario y su aportación al VAB total de Manabí entre 2012 y 2022. Los valores están expresados en miles de dólares. Tomado de Banco Central del Ecuador (2022).

Según los datos tanto de la (Tabla 4) como de la (Figura 1), en los primeros años, el sector agropecuario mantuvo una relativa estabilidad. El valor agregado del sector experimentó un ligero aumento, pasando de 98.996,32 miles de dólares en 2012 a 101.571,07 en 2013, para luego disminuir levemente a 99.497,41 en 2014. Es importante destacar que este período coincide con una estabilidad general en el VAB total de Manabí, que se mantuvo alrededor de los 686.000 miles de dólares.

La estabilidad inicial del sector agropecuario podría atribuirse a una combinación de factores favorables. Por un lado, las políticas de apoyo al sector rural implementadas durante este período jugaron un papel crucial. Según Bustamante *et al.* (2021), “las políticas de fomento agropecuario implementadas a principios de la década de 2010 contribuyeron a mantener la productividad del sector en provincias costeras como Manabí” (p. 246). Por otro lado, las condiciones climáticas relativamente favorables durante estos años proporcionaron un entorno propicio para el desarrollo de las actividades agropecuarias.

Por otra parte, el periodo del 2015 al 2017, es importante, puesto que, marca un punto de inflexión en la trayectoria del sector agropecuario manabita. Se observa el inicio de una tendencia a la baja en el valor agregado del sector, que disminuyó de 97.468,23 miles de dólares en 2015 a 97.216,12 en 2016. Sin embargo, es notable que en 2017 se produce una recuperación, alcanzando 99.637,89 miles de dólares

Es fundamental contextualizar este período con un evento catastrófico que marcó profundamente a la provincia, el terremoto de abril de 2016. Este desastre natural tuvo repercusiones significativas en todos los sectores económicos de Manabí, incluyendo el agropecuario. Como señalan Zamora *et al.* (2017), “el terremoto de 2016 tuvo un impacto significativo en la infraestructura y la producción agropecuario de Manabí, aunque el sector mostró una notable capacidad de recuperación en los meses posteriores” (p. 47).

La recuperación observada en 2017 es un testimonio de la resiliencia del sector

agropecuario manabita y de la efectividad de las medidas de apoyo implementadas tras el terremoto. No obstante, esta recuperación debe interpretarse con cautela, ya que no logró superar los niveles de producción previos al desastre.

El periodo del 2018 al 2020 se caracteriza por una disminución significativa tanto en el valor agregado del sector agropecuario como en el VAB total de Manabí. El valor agregado del sector experimentó una caída pronunciada, pasando de 93.269,23 miles de dólares en 2018 a 78.959,10 en 2020. Paralelamente, el VAB total de la provincia disminuyó de 647.703 a 589.247 miles de dólares en el mismo período.

La caída más acentuada se observa en 2020, coincidiendo con el inicio de la pandemia de COVID-19. Este evento global tuvo repercusiones profundas en todos los sectores económicos, y el agropecuario no fue la excepción. Un estudio realizado por Taipe *et al.* (2022) arroja luz sobre esta situación: “la pandemia afectó severamente los canales de distribución y comercialización de productos agropecuarios en Manabí, resultando en una disminución significativa del valor agregado del sector” (p. 317).

La disrupción causada por la pandemia en las cadenas de suministro, combinada con las restricciones de movilidad y las medidas de distanciamiento social, creó un escenario particularmente desafiante para el sector agropecuario. Los productores se enfrentaron a dificultades para comercializar sus productos, mientras que la demanda se vio afectada por el cierre de restaurantes y la disminución del turismo.

En los últimos dos años 2021 – 2022 se pueden observar signos alentadores de recuperación. El valor agregado del sector agropecuario experimentó un aumento, pasando de 80.716,94 miles de dólares en 2021 a 87.922,38 en 2022. Esta tendencia positiva se refleja también en el VAB total de la provincia, que pasó de 611.492 a 623.563 miles de dólares en el mismo período.

Esta recuperación puede atribuirse a múltiples factores. Por un lado, la adaptación del sector a las nuevas condiciones post pandemia ha jugado un papel crucial.

Los productores y comercializadores han desarrollado nuevas estrategias para enfrentar los desafíos impuestos por la “nueva normalidad”. Por otro lado, las políticas de reactivación económica implementadas han proporcionado un impulso necesario al sector.

Reyes y Luque (2023) ofrecen una perspectiva interesante sobre este proceso de recuperación: “la implementación de programas de apoyo al sector agropecuario y la digitalización de procesos de comercialización contribuyeron a la recuperación observada en 2021 y 2022” (p. 52). Esta observación subraya la importancia de la innovación y la adaptabilidad en la resiliencia del sector agropecuario.

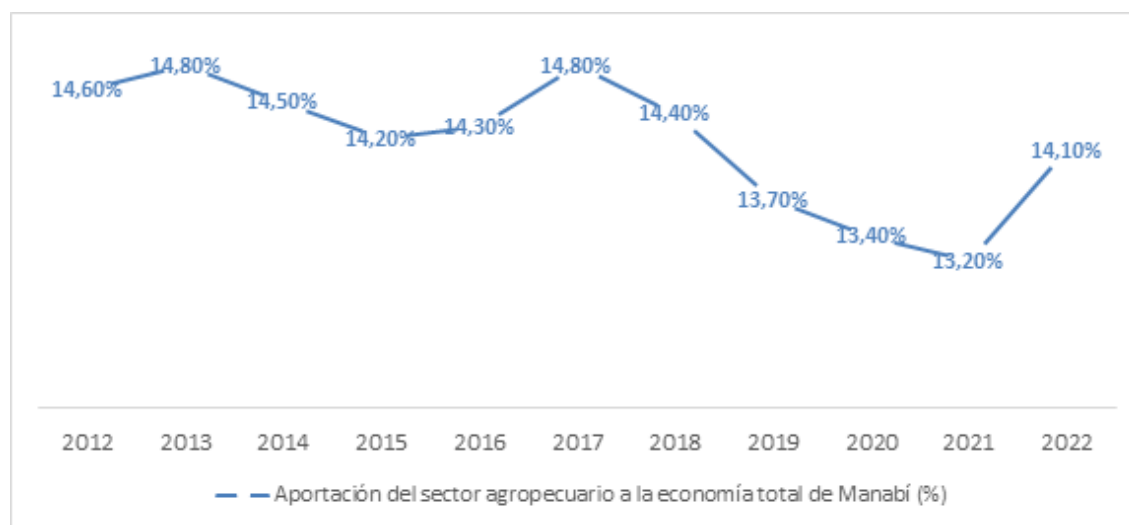
Según los datos de la (Figura 2) a lo largo de la década estudiada, la contribución del sector agropecuario al VAB total de Manabí se ha mantenido relativamente estable, oscilando entre el 13,20 % y el 14,80 %. Esta estabilidad subraya la importancia fundamental del sector en la estructura económica de la provincia, demostrando su capacidad para mantener su relevancia incluso en tiempos de adversidad. No obstante, se observa una sutil tendencia decreciente en la participación del sector, pasando del 14,60% en 2012 al 14,10 % en 2022. Esta ligera disminución sugiere la presencia de desafíos estructurales que podrían estar afectando la competitividad

o productividad del sector agropecuario en relación con otros sectores de la economía manabita.

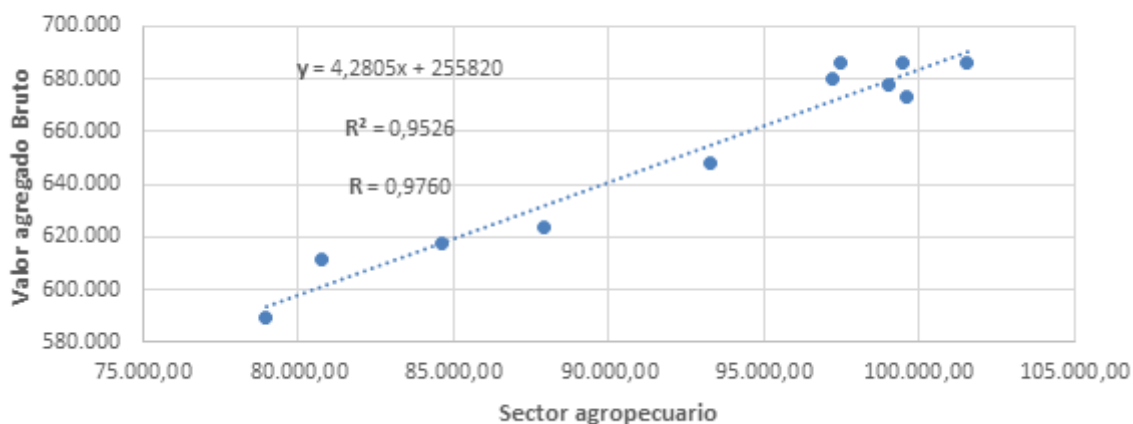
El análisis identifica períodos clave que han influido en la evolución del sector. Destaca la notable recuperación post terremoto en 2016-2017, donde la participación del sector aumentó a pesar de las adversidades, evidenciando su papel crucial en la recuperación económica de la provincia. Asimismo, se observa un declive gradual durante el período 2018-2021, coincidiendo con desafíos climáticos y el impacto de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, el repunte observado en 2022, con un aumento en la participación al 14,10 %, ofrece indicios alentadores de recuperación y adaptación del sector a las nuevas condiciones post pandemia.

Según lo expuesto, la evidencia respalda la existencia de una relación directa y positiva entre las actividades agropecuarias y el crecimiento económico de Manabí durante el periodo 2012-2022 (Figura 1). Utilizando un modelo econométrico basado en una regresión lineal simple, se confirmó esta premisa al encontrar una correlación positiva entre ambas variables, indicando que aumentan o disminuyen en conjunto (Rezabala y Valdés, 2024). Esta conclusión se detalla a continuación:

Figura 2. Evolución de la aportación del sector agropecuario a la económica total de Manabí



Nota. La Figura 2 ilustra la evolución de la aportación del sector agropecuario a la economía total de Manabí en términos porcentuales desde 2012 hasta 2022. Tomado de Banco Central del Ecuador (2022).

Figura 3. Dispersión de datos entre Sector agropecuario y VAB cantonal de Manabí

Nota. La Figura 3 presenta un diagrama de dispersión del valor agregado bruto del sector agropecuario de Manabí, mostrando la relación entre el valor agregado y los años analizados. Tomado de Excel a partir de datos del Banco Central del Ecuador (2022).

Tabla 5. Estadísticas de regresión

Coefficiente de correlación múltiple	0,976032876
Coefficiente de determinación R^2	0,952640176
R^2 ajustado	0,947377973
Error típico	8276,961534
Observaciones	11

Nota. La tabla presenta las estadísticas de regresión que evalúan la relación entre el valor agregado del sector agropecuario y el crecimiento económico de Manabí. Tomado de Excel a partir de datos del Banco Central del Ecuador (2022).

El diagrama de dispersión (Figura 3) y los estadísticos asociados (Tabla 5) proporcionan una visión reveladora de la relación entre el valor agregado del sector agropecuario y el Valor Agregado Bruto (VAB) total de la provincia de Manabí durante el período 2012-2022. En primer lugar, la pendiente positiva indica una relación directa entre el valor agregado del sector agropecuario y el VAB total de Manabí. Específicamente, por cada unidad de aumento en el valor agregado del sector agropecuario, se espera que el VAB total de Manabí aumente en 4,2805 unidades.

Esta relación positiva subraya la importancia del sector agropecuario como un motor de crecimiento para la economía de Manabí. Sugiere que las inversiones y mejoras en el sector agropecuario podrían tener un efecto multiplicador significativo en la economía general de la provincia. Según Pérez (2019), “el sector agropecuario no solo genera empleo directo e ingresos para los productores locales, sino que también actúa como un importante motor de desarrollo económico

regional, contribuyendo significativamente al crecimiento de otros sectores a través de su efecto multiplicador”.

Asimismo, el valor de la intersección sugiere que, teóricamente, si el valor agregado del sector agropecuario fuera cero, el VAB total de Manabí sería de 255.820 unidades. Sin embargo, es importante notar que esta interpretación es puramente teórica y no tiene un significado práctico en este contexto, ya que es poco probable que el sector agropecuario tenga un valor agregado de cero en una economía como la de Manabí.

El coeficiente de determinación, R cuadrado, es una medida estadística que indica qué proporción de la varianza en la variable dependiente (VAB total de Manabí) es predecible a partir de la variable independiente (valor agregado del sector agropecuario). Un valor de R cuadrado de 0,9526 indica que aproximadamente el 95,26 % de la variabilidad en el VAB total de Manabí puede ser explicada por los cambios en el valor agregado del sector agropecuario.

Este es un valor extremadamente alto, lo que sugiere una relación muy fuerte entre las dos variables.

El coeficiente de correlación de Pearson ($R = 0,976$) revela una correlación positiva muy fuerte entre el valor agregado del sector agropecuario y el Valor Agregado Bruto (VAB) total de Manabí. Esta alta correlación sugiere que cambios en el valor del sector agropecuario están estrechamente asociados con variaciones similares en la economía general de Manabí.

El análisis estadístico (Tabla 6) revela un p-valor extremadamente bajo de 0,000, lo cual es altamente significativo en el contexto del sector agropecuario de Manabí. Este valor indica que la probabilidad de que las variaciones observadas en la contribución del sector al crecimiento económico sean producto del azar es prácticamente nula. Esta evidencia

estadística robusta sugiere que los cambios en el aporte del sector agropecuario a la economía manabita son el resultado de factores concretos y no de fluctuaciones aleatorias.

Lo cual se podría atribuir a elementos como políticas agropecuarias, condiciones climáticas, cambios en la demanda de productos agropecuarios, o transformaciones en los métodos de producción. La significancia estadística respaldada por este p-valor tan bajo subraya la importancia de considerar al sector agropecuario como un componente crucial y dinámico en el crecimiento económico de Manabí. Sugiere que las fluctuaciones en su contribución, aunque parezcan pequeñas año tras año, representan cambios reales en la estructura económica de la provincia.

Tabla 6. Análisis de varianza

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F			
Regresión	1	124023275	12402327531	181,03449	0,00			
Residuos	9	616572830	68508092,23					
Total	10	130189003						

	Coeficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95,0%	Superior 95,0%
Intercepción	255827,563	29600,94038	8,642548534	1,188E-05	188865,5846	322789,543	188865,585	322789,543
Variable X 1	4,28046586	0,318134213	13,45490579	2,8888E-07	3,560796278	5,00013546	3,56079628	5,00013546

Nota. La tabla muestra el análisis de varianza (ANOVA) y los coeficientes estimados para evaluar la relación entre el valor agregado del sector agropecuario y su impacto en la economía de Manabí. Tomado de Excel a partir de datos del Banco Central del Ecuador (2022).

Discusión

El sector agropecuario se erige como un pilar fundamental en el desarrollo y crecimiento de la provincia de Manabí, Ecuador. Las actividades agropecuarias constituyen el eje central de la economía manabita, absorbiendo una parte significativa de su Población Económicamente Activa (PEA). Según datos del INEC (2022) 254.854 personas se dedican a actividades agropecuarias en Manabí, de las cuales 152.912 son jornaleros que ejecutan labores agropecuarias cotidianas. Esta situación ejemplifica lo postulado por Rodríguez *et al.* (2021), quien afirma que “la productividad de la agricultura libera fuerza laboral” (p.6), ya sea para el propio sector agropecuario o para otros sectores económicos del territorio.

La trascendencia del sector agropecuario en Manabí va más allá de la mera generación de utilidades económicas. Su contribución al Valor Agregado Bruto (VAB) provincial no solo impulsa el crecimiento económico, sino que también crea un ecosistema de sostenibilidad que permite a los agentes económicos dependientes del sector captar los recursos financieros necesarios para satisfacer sus necesidades y aspirar a una mejor calidad de vida. Esta observación encuentra eco en las conclusiones de Sánchez *et al.* (2021), quien subraya que el sector agropecuario “desempeña un papel vital en el desarrollo económico de los países, más aún en los países menos desarrollados porque la mayoría de su población depende de ella para su subsistencia” (p. 5).

La diversificación del sector agropecuario en Manabí emerge como una característica distintiva y una fortaleza estratégica. Según lo expresado por Gómez (2016) la diversificación se materializa en un abanico de cultivos que incluye arroz, maíz, plátano, banano y cacao, complementado por una robusta actividad ganadera que abarca la producción porcina, vacuna y avícola.

El análisis econométrico realizado arroja luz sobre la relación entre el sector agropecuario y el crecimiento económico de Manabí. El coeficiente de correlación de

Pearson de 0,976 revela una relación positiva y robusta entre el valor agregado del sector agropecuario y el VAB total de la provincia. Sin embargo, es imperativo interpretar estos resultados con cautela, siguiendo la advertencia de Ramos *et al.* (2023), quien nos recuerda que la correlación no implica necesariamente causalidad.

La contribución del sector agropecuario al VAB total de Manabí ha mostrado una notable estabilidad, oscilando entre el 13,20 % y el 14,80 % durante el período 2012-2022. Sin embargo, la sutil tendencia decreciente observada, pasando del 14,60 % en 2012 al 14,10 % en 2022, sugiere la presencia de desafíos estructurales que podrían estar erosionando gradualmente la competitividad o productividad del sector.

La resiliencia del sector agropecuario de Manabí frente a eventos adversos merece una mención especial. La recuperación post terremoto de 2016 y la adaptación a los desafíos planteados por la pandemia de COVID-19 son testimonios elocuentes de esta capacidad. Cusme *et al.* (2017) señalan que “el sector mostró una notable capacidad de recuperación en los meses posteriores” al terremoto (p. 47). Por su parte, Taipe *et al.* (2022) destacan cómo la pandemia “afectó severamente los canales de distribución y comercialización de productos agropecuarios en Manabí” (p. 317), aunque la recuperación observada en 2021 y 2022 indica una adaptación exitosa a las nuevas condiciones.

Reyes y Luque (2023) arrojan luz sobre los factores que han propiciado esta recuperación, destacando “la implementación de programas de apoyo al sector agropecuario y la digitalización de procesos de comercialización” (p. 52). Esta observación subraya la importancia de la innovación y la adaptabilidad como pilares de la resiliencia del sector.

El coeficiente de determinación ($R^2 = 0,9526$) obtenido en el análisis econométrico revela que aproximadamente el 95,26 % de la variabilidad en el VAB total de Manabí puede ser explicada por las fluctuaciones en el valor agregado del sector agropecuario. Este resultado subraya la centralidad del sector en

la economía manabita. Como señala el BCE (2022), esta relación robusta implica una sincronización significativa entre el sector agropecuario y la economía general de la provincia.

Sin embargo, esta fuerte dependencia también plantea riesgos potenciales para la economía de Manabí, haciéndola vulnerable a choques específicos del sector agropecuario. En este contexto, se vuelve imperativo el diseño e implementación de políticas que no solo fomenten el desarrollo y la competitividad del sector agropecuario, sino que también promuevan una diversificación económica estratégica de la provincia.

Conclusiones

El sector agropecuario de Manabí comprende un conjunto diverso de actividades primarias que incluyen agricultura, ganadería y silvicultura. El desarrollo y la productividad de estas actividades generan una aportación significativa tanto social como económica a los actores que dependen de ellas, ya sea de manera directa o indirecta. Esta contribución se manifiesta en la solvencia económica de los productores, la seguridad alimentaria de la población y la complementación a otros sectores económicos que utilizan la producción primaria del sector agropecuario como materia prima para el desarrollo de nuevos bienes a través de la manufactura tradicional o industrial.

Manabí, como provincia, ofrece a través de sus actividades agropecuarias una amplia gama de productos destinados al consumo directo, la comercialización y la transformación. Estas actividades generan el mayor nivel de empleo en la provincia, ya que una parte significativa de su Población Económicamente Activa (PEA) se dedica a labores jornaleras provenientes de este sector. Según datos del INEC (2022), 254.854 personas se dedican a actividades agropecuarias en Manabí, de las cuales 152.912 son jornaleros. Esto no solo proporciona los medios económicos necesarios para la subsistencia de una gran parte de la población, sino que también convierte a este sector en el de mayor aportación a la economía

provincial debido al impulso que genera en la economía familiar y en el Valor Agregado Bruto (VAB) de Manabí.

A pesar de que el sector agropecuario es el que contribuye mayormente a la economía de Manabí, el análisis econométrico realizado revela una relación compleja con el crecimiento económico general de la provincia. El coeficiente de correlación de Pearson de 0,976 indica una relación positiva y fuerte entre el valor agregado del sector agropecuario y el VAB total de la provincia. Sin embargo, es crucial interpretar estos resultados con cautela, considerando que correlación no implica necesariamente causalidad.

La contribución del sector agropecuario al VAB total de Manabí ha mostrado una notable estabilidad, oscilando entre el 13,20 % y el 14,80 % durante el período 2012-2022. No obstante, se ha observado una sutil tendencia decreciente, pasando del 14,60 % en 2012 al 14,10 % en 2022. Esta tendencia podría explicarse por las diferentes recesiones derivadas de factores económicos y sociales que han incidido en la economía ecuatoriana y provincial, incluyendo eventos como el terremoto de 2016 y la pandemia de COVID-19.

Referencias bibliográficas

- Andrade, W. (16 de julio de 2018). *Industrializar Manabí*. eldiario.ec. <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/477247-industrializar-manabi/>
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Cuentas Nacionales Provinciales*. Banco Central del Ecuador. <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/sector-real>
- Bravo Ortega, C. y Lederman, D. (2009). La agricultura y el bienestar nacional en el mundo. *El Trimestre económico*, 76(303), 577–617. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-718X2009000300577&script=sci_arttext
- Chilon Camacho, E. (2018). La agricultura, fuentes de origen y diferencias entre los conocimientos occidental y no occidental Andino. *Apthapi*, 4(3), 1334–1364. <https://doi.org/10.53287/nkwh5022ik43b>

- Chuncho Juca, L., Uriguen Aguirre, P. y Apolo Vivanco, N. (2021). Ecuador: análisis económico del desarrollo del sector agropecuario e industrial en el periodo 2000-2018. *Revista Científica Y Tecnológica UPSE*, 8(1), 08-17. <https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.547>
- Rezabala, Y. A. E. y Valdés, F. P. (2024). Comercialización de productos agrícolas en la economía popular y solidaria de la provincia de Manabí. *Mikarimin Revista Científica Multidisciplinaria*, 10(1), 101-121. <https://doi.org/10.61154/mrcm.v10i1.3398>
- Zamora, Y. A.C., Calderón, M. G. M., Cedeño, K. K. A. y Zambrano, M. K. H. (2017). La gestión productiva agrícola en el sector minorista del cantón Bolívar de la provincia Manabí, Ecuador. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 3(3), 43–58. <https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/mikarimin/article/view/797>
- Gardi, C., Angelini, M., Barceló, S., Comerma, J., Cruz Gaistardo, C., Encina Rojas, A. y Vargas, R. (2021). *Atlas de suelos de América Latina y el Caribe*. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. <https://doi.org/10.2788/37334>
- Gómez, M. (2016). Sectores de la economía ecuatoriana desde una perspectiva empresarial: aplicación de la Matriz Boston Consulting Group (BCG). *Revista Publicando*, 3(8), 268-290. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/262/pdf_176
- INEC (2021). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2021/Bolet%C3%ADn%20t%C3%A9cnico.pdf
- INEC (2024). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/2023/Boletin_tecnico_ESPAC_2023.pdf
- Márquez, L., Cuétara, L., Cartay, R. y Labarca, N. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1), 233-253. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/31322/32372>
- Pérez, J. (2019). El efecto multiplicador del sector agropecuario en economías regionales. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), Quito, Ecuador. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment_data/file/616555/PROGRAMA_SECTORIAL_2020_2024baja.pdf
- Ramos Rodríguez, J. J., Garzón Montealegre, V. J., Carvajal Romero, H., Quezada Campoverde, J. y Prado Carpio, I. E. (2023). Análisis del comportamiento económico de la exportación del sector floricultor en el Ecuador, periodo 2017 – 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 6852-6865. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4932
- Reyes Álava, E. J. y Luque Vera, J. C. (2023). Gestión ambiental institucional y su impacto en el sector agrícola de las riberas del río Portoviejo en el periodo abril 2022-marzo 2023. *Revista Publicando*, 10(39), 46–63. <https://doi.org/10.51528/rp.vol10.id2380>
- Rodríguez, A., Beduschi, L. y Arias, J. (2021). *Perspectivas de la Agricultura y del Desarrollo Rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2021-2022*. CEPAL, FAO, IICA. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47208/1/CEPAL-FAO21-22_es.pdf
- Sánchez, A., Vayas, T., Mayorga, F. y Freire, C. (2021). *Observatorio económico y social de Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato <https://www.uta.edu.ec/v3.2/uta/observatorioeconomico/boletin1.pdf>

- Sumba Bustamante, R., Vinueza Ramirez, M. y Pibaque-Molina, T. (2021). Canales de distribución en las ventas de limón de los productores de la parroquia Ayacucho, cantón Santa Ana, provincia de Manabí. *Revista Publicando*, 8(31), 240–257. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2247>
- Taípe, M. V. T., Duicela, L. A. G., Solorzano, J. A. S., Molina, C. A. H., Lopez, Z. T., Caiza, F. I. C. y Arangueren, J. A. M. (2022). Realidades de la ganadería bovina en la provincia de Manabí. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 311–338. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2588
- Yulan Negrete, H., García Regalado, J., Medina Zambrano, D. y Limones Salazar, A. (2021). Analysis of rose exports to the U.S. and their impact on ecuadorian GDP period 2015-2019. *Universidad Ciencia Y Tecnología*, 25(111), 78-84. <https://doi.org/10.47460/uct.v25i111.518>



Revisión bibliográfica actualizada sobre E-commerce y Marketing Digital (Ecuador, 2023)

(Updated bibliographic review on E-commerce and Digital Marketing (Ecuador, 2023))

Guillermo Remigio Angamarca Izquierdo
<https://orcid.org/0000-0001-8619-5520>
Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. gangamarca@uteq.edu.ec

Harold Elbert Escobar Terán
<https://orcid.org/0000-0001-9165-6627>
Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. hescobar@uteq.edu.ec

Luis Edwin Chimborazo Azogue
<https://orcid.org/0000-0001-6423-1287>
Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. lchimborazo@uteq.edu.ec

Resumen

Este artículo aborda una revisión bibliográfica actualizada sobre las principales concepciones teóricas del comercio electrónico y el marketing digital, como sustento teórico para investigar el sector retail, que alcanza hasta el año 2023. Se han incluido publicaciones físicas y digitales, provenientes de libros, tesis y artículos científicos relativos a ellos, citados de manera progresiva en el tiempo. Se propuso como objetivos específicos: 1. Conceptualizar el comercio electrónico y 2. Conceptualizar el marketing digital. Se arribó a las siguientes conclusiones: El comercio electrónico es la compra, venta o intercambio de bienes, servicios o información a través de medios electrónicos que incluyen el uso de Internet para intercambiar bienes y valor con los clientes internos y externos. El marketing digital es el uso de canales digitales dirigidos a conectar y construir relaciones con los clientes externos, con el objetivo de crear y entregar mensajes personalizados a personas específicas, en el momento adecuado para crear y entregar experiencias relevantes para los consumidores y generar clientes potenciales.

Palabras clave: marketing, comercio electrónico, marketing digital.

Abstract

This article addresses an updated bibliographic review on the main theoretical conceptions of electronic commerce and digital marketing, which extends until the year 2023. Physical and digital publications have been included, coming from books, theses and scientific articles related to them, cited so progressive over time. Specific objectives were proposed: 1. Conceptualize electronic commerce and 2. Conceptualize digital marketing. The following conclusions were reached: Electronic commerce is the purchase, sale or exchange of goods, services or information through electronic means that include the use of the Internet to exchange goods and value with internal and external customers. Digital marketing is the use of digital channels aimed at connecting and building relationships with external customers, with the aim of creating and delivering personalized messages to specific people, at the right time to create and deliver relevant experiences for consumers and generate leads.

Keywords: marketing, e-commerce, digital marketing.

Recibido: 21/06/2024 | Aceptado: 13/01/2025
<https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.919> | Páginas: 129-146

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Angamarca Izquierdo, G., Chimborazo Azogue, L. y Escobar Terán. (2025). Revisión bibliográfica actualizada sobre E-commerce y Marketing Digital (Ecuador, 2023). *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 129-146. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.919>

Introducción

Sin lugar a duda, el mundo comercial está cambiando con inusitada celeridad, particularmente en el aspecto del mercadeo. Desde una perspectiva empresarial, la aparición de las tecnologías de la información, sustentadas sobre todo en internet, ha generado una nueva forma de hacer negocios. Este cambio afecta, prácticamente, a todos los sectores de la economía, pero en particular al de la comercialización retail (Somalo, 2017). En este contexto particular, el auge del comercio electrónico (E-commerce) y el marketing digital ha sido un fenómeno notable en los últimos años, especialmente en el sector retail. Según un informe de Eurostat, en 2023, casi el 70 % de los usuarios de Internet realizaron alguna compra online en últimos 12 meses.

En este ámbito, considerando que los jóvenes han dirigido sus compras a internet, más que cualquier otra actividad comercial de ventas al detal, o retail, el E-commerce, y el Marketing digital aprovechan la inmediatez y las facilidades que brindan las nuevas herramientas informáticas, comparadas con las ventas tradicionales. La penetración demostrada por las redes sociales como Facebook, Tik-tok, Instagram, y plataformas como YouTube, entre otras, “presenta oportunidades para interactuar con un público determinado para los intereses de una empresa, especialmente retail, puesto que su mercado objetivo es el consumidor final. Es aquí cuando cobran importancia capital el E-commerce y el Marketing digital” (Ghotbifar *et al.*, 2017).

A nivel mundial, el E-commerce (comercio electrónico) ha tenido un enorme repunte, desde los años 90.

El Ecuador es un país que se encuentra por encima del promedio regional (76 %) y global (63 %) de acceso a Internet. Ocupa la quinta posición de disponibilidad del servicio en América del Sur. Sus cifras evidencian que alcanza un 58 % de las transacciones al por menor, o B2C (de empresa a consumidor). La facturación de comercio electrónico en Ecuador ascendió a USD 4.000 millones en 2022. Es un incremento de 24 % frente a 2021, cuando las ventas llegaron a USD 3.220

millones. (Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico [CECE], 2023).

Este significativo volumen de ventas obliga a las empresas retail ecuatorianas a la competitividad. En el ámbito económico, la competitividad juega un rol fundamental y se define como la aptitud de cada uno para poder mantenerse en el mercado. Esta competitividad es enormemente mayor en el mercado electrónico (Muñoz *et al.* 2023).

Por otro lado, el procedimiento de ventas electrónicas busca que el consumidor reciba información directa, que tiene como característica una intencionalidad específica de persuasión publicitaria, dirigida a un receptor. Las ventas virtuales generalmente parten de una aplicación informática que sirve para atraer la atención de los potenciales clientes con productos o servicios técnicamente presentados, acompañados de propuestas de ventas rápidas y desde cualquier lugar del mundo (Díaz y Fernández, 2022). Esta actividad publicitaria está regida por todos los sistemas legales del planeta.

Tal importancia justifica, a plenitud, una exhaustiva revisión de los conceptos de e-commerce y de marketing digital.

Metodología

El tipo de revisión bibliográfica que empleó este artículo es de carácter bibliográfico-descriptivo. Se adoptó un enfoque cualitativo, que combina análisis bibliográfico y descriptivo, basándose en literatura científica y priorizando fuentes primarias sobre E-commerce y Marketing digital.

Para su desarrollo se realizó una revisión y análisis de distintos documentos tales como publicaciones físicas y digitales, provenientes de libros, tesis y artículos científicos, que incluyeran las variables de estudio. Se examinaron investigaciones relevantes en español y en inglés, utilizando motores de búsqueda y bases de datos tales como Google Académico, SciELO, Web Of Science y Scopus. Se analizó desde el período 1996 hasta 2023. Para el efecto, se utilizaron palabras claves en inglés como e-commerce y digital marketing y en español, comercio

electrónico y marketing digital.

Este enfoque buscó proporcionar una actualización conceptual sobre el E-commerce (comercio electrónico) y el Marketing digital (mercadeo digital), de manera intensiva, ordenada, cronológicamente evolutiva, desde 1996, cuando empiezan a tomar forma estos conceptos (en el caso de e-commerce) y desde 2005, (en el del marketing digital) hasta el año 2023. De esta manera, el presente artículo pretende ordenar y clasificar los conceptos bajo estudio, para su mejor comprensión.

Resultados

El comercio electrónico (E-commerce)

La conceptualización de Comercio electrónico (E-commerce) surge a partir de la década del 90, fecha en la que se asientan los verdaderos aportes al concepto. La Tabla 1 muestra las principales definiciones de E-commerce, su evolución en el tiempo y sus autores.

Tabla 1. Conceptos de E-commerce. 1996-2023

Autor	Año	Definición
Arzuaga, G.	1996	"El comercio electrónico es la compra y venta de bienes y servicios a través de canales electrónicos, como Internet, redes privadas y redes de valor añadido".
Kalakota, R. y Whinston, A. B	1997	"La transacción de valor entre dos o más partes, ejecutada a través de medios electrónicos, incluyendo, pero no limitándose a Internet"
Zwass,	1997	El comercio electrónico se define como "el intercambio de información comercial, el mantenimiento de relaciones comerciales y la realización de transacciones comerciales por medio de redes de telecomunicaciones".
Burgess, L. y Cooper, J.	1998	"El comercio electrónico es la compra, venta y transferencia de productos, servicios e información a través de redes informáticas, principalmente Internet".
Brian, W.	1998	Se define como el uso de métodos, medios y procedimientos electrónicos para llevar a cabo diversas formas de actividad comercial en el ciberespacio
Gariboldi, G.	1999	"El comercio electrónico es la compra, venta, intercambio o distribución de bienes, servicios o información por medios electrónicos, incluyendo la transferencia electrónica de fondos".
Sammer A.,	1999	Definen el comercio electrónico como cualquier forma de proceso comercial en el que la interacción entre entidades se lleva a cabo electrónicamente.
Chan, C. y Swatman, P	2000	"El comercio electrónico es la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación a las actividades comerciales".
Purbo y Wahyud,	2000	Define que "el comercio electrónico es un conjunto dinámico de tecnologías, aplicaciones y procesos comerciales que vinculan a empresas, consumidores y comunidades a través de transacciones e intercambio electrónicos de bienes, servicios e información".

Malca, O.	2001	"El comercio electrónico es el uso de la tecnología para realizar transacciones comerciales, incluyendo el intercambio de información, bienes y servicios".
Raymond. P	2001	Define el comercio electrónico como: "Las funciones de intercambio de información y soporte de transacciones comerciales que operan en redes de telecomunicaciones que vinculan a socios comerciales (normalmente clientes y proveedores)".
Daniel, E. y Grimshaw, D	2002	"El comercio electrónico es la compra, venta, marketing y distribución de bienes y servicios a través de Internet".
Rodgers <i>et al.</i>	2002	El comercio electrónico (e-commerce) se refiere al uso de Internet para actividades de compra y venta.
Ngai, E y Wat, F.	2002	"el proceso de compra y venta de productos o servicios utilizando la transmisión electrónica de datos a través de Internet y la www".
Suyanto, M.	2003	El comercio electrónico (e-commerce) es un concepto que puede describirse como el proceso de compra y venta de bienes en Internet o el proceso de compra y venta o intercambio de productos, servicios e información a través de redes de información, incluido Internet.
Turban <i>et al.</i>	2003	"El comercio electrónico es el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para realizar transacciones comerciales entre empresas, entre empresas y consumidores o entre consumidores".
Turban <i>et al.</i>	2004	"El comercio electrónico se refiere a un modelo de negocios que permite a las empresas y personas la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet.
Balado, S.	2005	"El comercio electrónico es cualquier operación comercial en la que la transacción se realiza a través de algún sistema de comunicación electrónica"
Fraser <i>et al.</i>	2005	El comercio electrónico se refiere a la realización de transacciones comerciales a través de Internet, que incluye el intercambio de información de valor, en forma de productos y servicios, así como pagos, utilizando tecnologías basadas en la web
Plana y otros	2006	"El comercio electrónico es el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para realizar transacciones comerciales, incluyendo la compra, venta, entrega, pago y servicio de productos y servicios".
Adi, N.	2006	El comercio electrónico es una forma de vender y comprar bienes y servicios a través de la red Internet.
Brousseau, E., y Curien, N.	2007	"El comercio electrónico es un conjunto de tecnologías, procesos y actividades que permiten a las empresas y los consumidores realizar transacciones comerciales a través de Internet".

Shelly, Gary B., Cashman, Thomas J., Vermaat. y Misty E.	2007	El comercio electrónico o abreviatura de comercio electrónico (electronic trading), es una transacción comercial que ocurre en una red electrónica, como lo es internet.
Gonçalves <i>et al.</i>	2008	"Un proceso de transacción comercial que se realiza a través de Internet, utilizando tecnologías de información y comunicaciones"
Turban <i>et al.</i>	2008	Definió el comercio electrónico como "el proceso de compra, venta, transferencia o intercambio de productos, servicios y/o información a través de redes informáticas, principalmente Internet e intranets".
Silva, R.	2009	"El comercio electrónico es la revolución que está transformando la forma en que compramos y vendemos".
Liberos, <i>et al.</i>	2010	"El comercio electrónico es el uso de tecnologías de la información para facilitar la realización de transacciones comerciales entre una empresa y sus clientes, proveedores o socios".
Nascimento do, R.	2011	"El comercio electrónico es el intercambio de bienes y servicios a través de redes electrónicas, como Internet".
Khurana <i>et al.</i>	2011	El comercio electrónico o e-commerce comprende la realización de transacciones mediante Internet u otra red informática, toda vez que se transfieran derechos de propiedad o de uso de bienes y/o servicios
Aparicio, M. y Nhampossa, J. L.	2011	El comercio electrónico puede definirse como el uso de Internet para ayudar en el proceso de gestión de una organización.
Rodríguez, G.	2012	"El comercio electrónico es el uso de tecnologías digitales, como Internet, para realizar transacciones comerciales".
Nikbin <i>et al.</i>	2012	El comercio electrónico se define como la compra y venta de información, productos y servicios a través de redes informáticas
Zaied. H,	2012	El término comercio electrónico se ha definido como la realización de transacciones comerciales a través de Internet.
López y Monroy	2013	"El comercio electrónico es el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para realizar transacciones comerciales, incluyendo la compra, venta, entrega, pago y servicio de productos y servicios".
Wong, A	2013	El significado de comercio electrónico es la compra, venta y comercialización de bienes y servicios a través de sistemas electrónicos. Como por ejemplo radio, televisión y redes informáticas o internet.

Peña, N.	2014	"La digitalización de los procesos comerciales tradicionales, incluyendo la compra y venta de bienes y servicios, el marketing y la distribución, la prestación de servicios y el apoyo al cliente"
Torres <i>et al.</i>	2014	La definición de comercio electrónico abarca otras redes de telecomunicaciones como Internet inalámbrica.
Servín-Sánchez, E.	2015	"El comercio electrónico es una fuerza disruptiva que está cambiando la forma en que vivimos, trabajamos y hacemos negocios".
Awa <i>et al.</i>	2015	El comercio electrónico se ha definido como una aplicación de Internet utilizada para transacciones comerciales y mantenimiento de relaciones comerciales.
Jones <i>et al.</i>	2016	Definen el comercio electrónico (CE) como el proceso de automatizar la comercialización de bienes y servicios, mediante la utilización de una aplicación informática para satisfacer las necesidades de los clientes y las empresas.
Martínez y Rojas.	2016	"El comercio electrónico es el uso de Internet para facilitar las transacciones comerciales entre empresas y consumidores, empresas y empresas, o consumidores y consumidores".
Barrientos, P.	2017	"El comercio electrónico es la compra, venta o intercambio de bienes, servicios o información a través de medios electrónicos, incluyendo la transferencia electrónica de fondos".
Martín, P.	2018	"El uso de Internet y las tecnologías digitales para crear, comunicar, entregar e intercambiar valor con los clientes, socios y empleados"
International Chamber of Commerce (ICC)	2019	"El comercio electrónico es la compra, venta o intercambio de bienes, servicios o información a través de medios electrónicos, incluyendo la transferencia electrónica de fondos".
Arroyo <i>et al.</i>	2020	"El comercio electrónico es un motor clave de la economía digital, que está transformando la forma en que las empresas y los consumidores interactúan".
Huerta, F.	2021	Comercio electrónico son las transacciones de compra/venta o entrega de bienes o servicios realizados en línea mediante el uso de internet.
Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.	2022	"Son las ventas en línea, así como las prácticas en este ámbito. "

Bâra <i>et al.</i>	2023	El comercio electrónico o e-commerce son todas las formas de transacciones comerciales de bienes o servicios que utilizan Internet como intermediario.
Sánchez, J.	2023	"El comercio electrónico es el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para realizar transacciones comerciales, incluyendo la compra, venta, entrega, pago y servicio de productos y servicios, a través de una amplia gama de canales, incluyendo sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales y otros".
Statista	2023	"El comercio electrónico es un sector en rápido crecimiento, que se espera que alcance los 4.9 billones de dólares en ventas globales en 2023".

A partir de la tabla anterior, se puede observar que la definición de e-commerce ha evolucionado con el tiempo. En sus inicios, se centraba en la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet. Sin embargo, con el desarrollo de nuevas tecnologías, el concepto se ha ido ampliando para incluir también la prestación de servicios, la colaboración empresarial y la comunicación con los clientes, tanto internos como externos. En la actualidad, la definición más aceptada es la de International Chamber of Commerce (2019), que define el e-commerce como "la compra, venta o intercambio de bienes, servicios o información a través de medios electrónicos". Esta definición es amplia y permite incluir todos los tipos de transacciones que se realizan a través de canales electrónicos.

El comercio electrónico es un sector en rápido crecimiento. Se adapta a los cambios tecnológicos y sociales, tales como sistemas de pago electrónico en línea: transferencias bancarias electrónicas, cheques electrónicos y transferencias bancarias; aplicaciones de pagos móviles: PayPal, Venmo, Zelle; Billeteras móviles. Billeteras digitales, billeteras electrónicas: Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, Pay pal entre los principales. De este modo, todas las transacciones son directas en la web (tiendas virtuales), plataformas de negocios (mercado libre), con intervención directa de la banca (banca virtual), entre otros.

Según Statista (2023), respecto del incremento en los volúmenes de ventas globales, el comercio electrónico es un sector en rápido crecimiento, que "se espera alcance

los 4,9 billones de dólares en ventas globales en 2023. Por su parte, Insider Intelligence, estima que "el comercio electrónico en 2023 únicamente alcanzó más de 2,6 billones" de dólares.

En el ámbito conceptual, en términos generales, el comercio electrónico ha mostrado una constante evolución. Las definiciones de comercio electrónico coinciden en su aspecto esencial, pero pueden variar en su énfasis y alcance. No obstante, se definen tres dimensiones principales:

1. Las conceptualizaciones de Arzuaga (1996), Zwass, (1997), Kalakota y Whinston (1997), Burgess y Cooper (1998), Brian, (1998), Sammer (1999), Gariboldi (1999), Chan y Swatman (2000), Malca (2001), Daniel y Grimshaw (2002), Rodgers *et al.* (2002), Ngai y Wat (2002), Turban *et al.* (2003), Turban, Lee, Viehland y King (2004), Balado (2005), Plana y otros (2006), Adi (2006), Brousseau y Curien (2007), Shelly (2007), Gonçalves y otros (2008), Silva (2009), Liberos, *et al.* (2010), Nascimento do (2011), Rodríguez (2012), Zaied (2012), López y Monroy (2013), Wong (2013), Peña (2014), Marcelo Torres *et al.* (2014), Servín-Sánchez (2015), Martínez y Rojas (2016), Barrientos ((2017), Martín (2018), la International Chamber of Commerce (2019) y Bâra *et al.* (2023) coinciden en la definición básica del comercio electrónico: "Compra, venta o intercambio de bienes, servicios o información a través de medios electrónicos."

2. Por su parte, Raymond (2001), Suyanto (2003), Fraser *et al.* (2005), Brousseau y Curien (2007), Turban *et al.* (2008), Gonçalves y otros (2008), Silva (2009), Liberos, et al (2010), Khurana et al. (2011), Purbo y Wahyud, (2000), Nascimento do (2011), Rodríguez (2012), Nikbin *et al.* (2012), López y Monroy (2013), Peña (2014), Servín-Sánchez (2015), Awa et al. (2015), Martínez y Rojas (2016), Barrientos (2017), Jones et al. (2016), Martín (2018) y la International Chamber of Commerce (2019), enfatizan el aspecto técnico-digital de las tecnologías actuales y también sus aspectos comunicacionales y de relaciones con los clientes internos y externos: “Incluyen el uso de Internet y las tecnologías digitales para crear, comunicar, entregar e intercambiar valor con los clientes, socios y empleados.”
3. A su vez, Aparicio y Nhampossa (2011), Servín-Sánchez (2015), Martínez y Rojas (2016), Barrientos (2017), Martín (2018) y la International Chamber of Commerce (2019), resaltan el aspecto transformador del comercio electrónico en el entorno empresarial de la actualidad: “Está cambiando la forma en que las empresas y los consumidores interactúan.” Imica estratégica de la provincia.

Marketing digital

Según Martínez (2023), el marketing digital es el conjunto de acciones de marketing que se realizan a través de medios digitales como las redes sociales, el correo electrónico o el móvil. El objetivo del marketing digital es crear relaciones con los clientes, generar leads (clientes potenciales) y aumentar las ventas. Sin embargo, este concepto es amplio y abarca una gran variedad de acciones tales como: Creación de contenido, publicidad, email marketing, y análisis de datos.

En el contexto actual, el marketing digital tiene una significativa importancia en los negocios. La pandemia de COVID-19

ha acelerado la transformación digital de las empresas y sus clientes externos. Los consumidores están cada vez más conectados a Internet y utilizan los medios digitales para realizar sus compras. El marketing digital es una herramienta poderosa que puede ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos de mercadeo. Así, en el año 2023, el comercio electrónico, como resultado de estrategias de marketing digital pos-pandemia, alcanzó más de \$ 2,6 billones en ventas globales (Insider Intelligence E-commerce, 2024).

Para Castaño y Jurado (2016), el marketing digital “nace con el auge de las nuevas tecnologías y la nueva forma de usar y entender internet, y consiste en utilizar las técnicas del marketing tradicional en entornos digitales.” Sainz de Vicuña (2021) puntualiza que “la comercialización en medios digitales tiene la ventaja de la inmediatez y la cobertura mundial, donde el marketing digital ocupa un rol importante en la planificación estratégica del marketing.”

Además, el marketing digital emplea herramientas de análisis de tecnologías que proporcionan a los vendedores cifras de datos digitales con relación al comportamiento de sus clientes, con el propósito de realizar estudios estadísticos y medir el rendimiento del marketing digital (Gudiño, 2018).

El alto nivel de uso conseguido por las redes sociales ha situado en primer plano la necesidad de las empresas de participar en ellas. Facebook, X (antes Twitter), Tik-tok, Instagram, son en la actualidad un referente en la comunicación social y tienen millones de usuarios activos (Moro y Rodés, 2014).

Se considera que el surgimiento del marketing digital se remonta a la década de 1990. No obstante, su desarrollo se dio en los años 2000, con la popularización de la web. La Tabla 2 muestra los diferentes conceptos y sus autores, en orden cronológico.

Tabla 2. Conceptos de Marketing Digital 2005-2023

Autor	Año	Definición
Fill, C.	2005	"El marketing digital es el arte de crear y distribuir contenido relevante para atraer, involucrar y convertir a los clientes".
Henderson, K.	2005	"El marketing digital de servicios bibliotecarios ofrece beneficios específicos a las bibliotecas y puede aplicarse con un efecto particular en el marketing relacional."
Neumeier, M.	2006	"El marketing digital es la práctica de usar la tecnología para comunicar y vender productos y servicios".
Luque, P. <i>et al.</i>	2006	"La difusión de información a través del marketing digital, es uno de los principales objetivos de los sitios webs de promoción turística."
Villar, A	2007	"Las estrategias de marketing digital desarrolladas a partir de las nuevas tecnologías han generado un gran impacto en el turismo."
Scott, D.	2007	"El marketing digital es el proceso de usar los medios digitales para crear relaciones con los clientes, obtener leads y generar ventas".
Fredes, L.	2008	"El marketing digital y los negocios en la web resultan una vidriera comercial en constante exposición, con todos los beneficios que esto puede generar para las empresas."
Anderson, C.	2008	"El marketing digital es la capacidad de crear y entregar mensajes personalizados a personas específicas en el momento adecuado".
Halligan, B. y Shah, D.	2009	"El marketing digital es la práctica de utilizar la tecnología para atraer, convertir y retener a los clientes".
Hernández, M. <i>et al.</i>	2009	"Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en internet y el marketing digital representan una herramienta importante en la nueva era, que permanece inexplorada."
Gómez, L.	2010	"El marketing digital fue prosperando en el tiempo y evolucionó en 1.0, 2.0 y 3.0"
Da Cruz, G. y Vellozo de Albuquerque, T.	2010	"El marketing digital produjo una verdadera revolución, en virtud de la utilización cada vez más frecuente de las tecnologías de comunicación on-line."
González, J.	2011	"EL internet ha evolucionado a lo largo del tiempo, consolidándose en una de las herramientas claves para cada organización."
Mishra, A., & Rath, S.	2011	"El marketing digital es la construcción de relaciones duraderas con los clientes a través de la creación de experiencias personalizadas y relevantes".
Rose, R.	2012	"El marketing digital es la práctica de crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, clientes potenciales, socios y empleados".

Moschini, S.	2012	“El marketing digital plantea nuevos desafíos para las marcas. Conocer y saber utilizar las plataformas web es sólo uno de los puntos necesarios para ganar en el competitivo mundo del marketing online.”
Alcaide, J. <i>et al.</i>	2013	“El marketing digital utiliza como medio publicitario las diferentes plataformas digitales que existen.”
Fandiño, J.	2013	"El marketing digital es el proceso de usar los canales digitales para atraer, convertir y retener a los clientes".
Del Olmo, J. y Gascón, J.	2014	“El marketing digital brinda un acceso de forma masiva dentro de un lugar específico, facilitando el envío de ofertas, productos y servicios.”
Kaufman, I., & Horton, C.	2014	"El marketing digital es el uso de la tecnología digital para conectar con las personas, construir relaciones con ellas y generar resultados comerciales".
Cárdenas, H.	2015	“El marketing digital se utiliza para crear presencia en medios digitales tales como el internet, telefonía móvil, televisión digital e incluso videojuegos.”
Bezovski, Z.	2015	"El marketing digital es el proceso de usar la tecnología para crear, distribuir y medir contenido que atraiga, involucre y convierta a los clientes."
Kotler, P. Kevin I. Keller.	2016	"El marketing digital es el uso de canales digitales para crear relaciones con los clientes y generar ventas".
Vargas, G.	2017	“El marketing digital es aceptado hoy como una herramienta de comunicación efectiva con el perfil del nuevo consumidor.”
Acero, C. y otros	2017	"El marketing digital es el proceso de usar la tecnología para conectar con las personas, construir relaciones y generar resultados."
Domene, F. M.	2018	"El marketing digital es el conjunto de estrategias y acciones que se realizan en el entorno digital para conseguir objetivos de marketing".
Bricio, <i>et al.</i>	2018	“El marketing digital permite una integración entre los diferentes medios, aprovechando las posibilidades que brindan los nuevos métodos, generando así mayor interacción y atrayendo a los usuarios.”
Villafuerte, C, y Espinoza, B.	2019	"El marketing digital es el conjunto de estrategias y acciones que se llevan a cabo a través de los medios digitales para alcanzar los objetivos de marketing de una empresa".
Chaffey, D., y Ellis-Chadwick, F.	2019	“Marketing digital: es la utilización de todos los medios electrónicos que generan contenido y que permite conocer el comportamiento y características de los clientes.”
Quirós-Gómez, J., & Arce-Gutiérrez, S.	2020	"El marketing digital es el uso de Internet, la tecnología móvil y los medios digitales para llegar a los consumidores, construir relaciones con ellos e impulsar el crecimiento".

Aguay, M. <i>et al.</i>	2020	“El marketing digital juega un papel predominante en las actividades de comercio y organizaciones de nivel mundial, teniendo como objetivo mejorar la rentabilidad, competitividad, posicionamiento y ventas.”
Torres, et al.	2021	“El marketing digital es la aplicación de las estrategias para la comercialización, que se lleva a cabo a través de medios digitales.”
Bravo, C. & Ordoñez, L.	2021	Es una estrategia de transformación digital que le permitiría a la organización potencializar sus fortalezas, aprovechar las oportunidades que brinda la cuarta revolución industrial, a la vez que disminuyen las debilidades y amenazas que los puedan afectar.
Calero, L.	2022	“Marketing digital son las aplicaciones de tecnologías digitales, que tienen como propósito apoyar a las actividades del marketing”
Marrugo-Mendoza, L.	2022	"El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización a través de medios digitales".
Gao <i>et al.</i>	2023	El marketing digital es la estrategia de promocionar productos o servicios utilizando tecnología digital como Internet, redes sociales, motores de búsqueda, correo electrónico y dispositivos móviles.
Ordóñez Parra, J. y otros.	2023	"El marketing digital es el proceso de creación, distribución y medición de contenidos y experiencias relevantes para los clientes a través de canales digitales".

Como se puede observar en la Tabla 2, la definición de marketing digital, inicialmente, se centraba en el uso de Internet para crear, comunicar y distribuir mensajes a los clientes. Sin embargo, con el desarrollo de nuevas tecnologías, el concepto se ha ido ampliando para incluir también la creación de experiencias personalizadas, la gestión de relaciones con los clientes y la generación de ventas.

El marketing digital es un campo amplio y complejo que abarca una variedad de canales, estrategias y tácticas. Incluye un proceso continuo que requiere análisis y medición para garantizar que sea efectivo. Es una herramienta poderosa que puede ayudar a las empresas a conectarse con sus clientes, construir relaciones y generar resultados. A pesar de sus amplias definiciones, se determinan 3 dimensiones principales del concepto:

1. Los conceptos de Fill (2005), Henderson, (2005), Neumeier (2006), Scott (2007), Anderson (2008), Halligan y Shah (2009), Hernández et al. (2009), Da Cruz y Velozo de Albuquerque (2010) Mishra (2011), Rose (2012), Moschini (2012), Alcaide et al. (2013), Fandiño (2013), Kaufman y Horton (2014), Bezovski (2015), Cárdenas (2015), Kotler y Keller (2016), Acero y otros (2017), Domene (2018), Villafuerte y Espinoza (2019), Quirós-Gómez (2020) y Arce-Gutiérrez (2021), Torres *et al.* (2021), Calero (2022), Gao *et al.* (2023), coinciden en la definición técnica del marketing digital: “Es el uso de canales digitales para conectar con los clientes, construir relaciones con ellos y generar resultados.”
2. Por otro lado, los conceptos de Luque

et al. (2006), Anderson (2008), Frede (2008), Halligan y Shah (2009), Mishra (2011), Rose (2012), Kaufman y Horton (2014), Del Olmo y Gascón (2014), Bezovski (2015), Kotler y Keller (2016), Acero *et al.*, (2017), Vargas (2017), Bricio *et al.* (2018), Domene (2018), Villafuerte y Espinoza (2019), Quirós-Gómez (2020), Arce-Gutiérrez (2021) y Gao *et al.* (2023), resaltan el aspecto de creación de contenido del marketing digital, mediante el uso de la tecnología: “Para crear y entregar mensajes personalizados a personas específicas en el momento adecuado.”

3. Los conceptos expresados por Villar (2007), Mishra (2011), Rose (2012), Fandiño (2013), Kaufman y Horton (2014), Bezovski (2015), Kotler y Keller (2016), Acero y otros (2017), Domene (2018), Villafuerte y Espinoza (2019), Chaffey y Ellis-Chadwick (2019), Quirós-Gómez (2020) y Arce-Gutiérrez (2021), subrayan el aspecto estratégico del marketing digital, expresado en la importancia de crear contenido atractivo para los clientes: “Con el uso de la tecnología para crear y entregar experiencias relevantes para los clientes.”

Conclusiones

En síntesis, se puede conceptualizar al comercio electrónico como la compra, venta o intercambio de bienes, servicios o información a través de medios electrónicos que incluyen el uso de Internet y las tecnologías digitales para crear, comunicar, entregar e intercambiar valor con los clientes internos y externos, que está cambiando la forma en que las empresas y los consumidores interactúan.

El marketing digital es el uso de canales digitales dirigidos a conectar y construir relaciones con los clientes externos, con el objetivo de crear y entregar mensajes personalizados a personas específicas, en el momento adecuado para crear y entregar experiencias relevantes para los consumidores y generar resultados económicos.

Referencias bibliográficas

- Acero *et al.* (2017). Aplicación para la gestión del cambio del marketing tradicional al Marketing Digital e innovación abierta con énfasis en investigación aplicada para la planeación, para las Pymes y Mipymes en la ciudad de Bogotá. *Reto*, 5(5), 60-73. <https://revistas.sena.edu.co/index.php/RETO/article/view/1412>
- Adi, Nugroho. (2006). E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya. Bandung: Informatika Bandung.
- Aguay, M. *et al.* (2020). Estrategias de marketing digital para posicionar la marca “soy soya” de la microempresa de galletas de soya de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 4(32), 11-17. https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16640/1/E-11866_MATAMOROS%20ASANZA%20ROBERT%20STEEVEN.pdf
- Alcaide, J. *et al.* (2013). MARKETING Y PYMES, Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa. Marketing y Pymes. www.marketingpymesebook.com
- Anderson, C. (2008). Free! Why \$0.00 is the future of business. *Wired Magazine*, 16(3), 140-149. <https://www.wired.com/2008/02/ff-free/>
- Aparicio, M. y Nhampossa, J. L., (2011). Audit of e-commerce process. In: *Proceedings of the 2011 Workshop on Open Source and Design of Communication*, 35–36. https://www.researchgate.net/publication/254003569_Audit_of_e-commerce_process
- Arango-Botero *et al.* (2021). Factors that promote social media marketing in retail companies. *Contaduría y administración*, 66(1). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2475>
- Arévalo, E. y Rodríguez, M. (2020). El e-commerce como herramienta de reactivación económica en el sector retail. *Revista de Economía*, 12(3), 123-134. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i1.2882>

- Arroyo *et al.* (2020). Ciberseguridad. Madrid, España: La Catarata.
- Arzuaga, G. (1996). Negocios en Internet. Buenos Aires, Argentina: Solaris.
- Awa, H. O., Awara, N. F. y Lebari, E. D. (2015). Critical factors inhibiting electronic commerce (EC) adoption in nigeria: A study of operators of SMEs. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 6(2), 143–164. https://www.researchgate.net/publication/281389638_Critical_factors_inhibiting_Electronic_Commerce_EC_adoption_in_Nigeria
- Baer, J. (2009). Youtility: Why today's consumers demand useful content and how to give it to them. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Balado, E. S. (2005). La nueva era del comercio: el comercio electrónico. Ideas propias. Editorial SL.
- Bâra, A., Oprea, S. V., Bucur, C. y Tudorică, B. G. (2023). Unraveling the Impact of Lockdowns on E-commerce: An Empirical Analysis of Google Analytics Data during 2019–2022. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(3), 1484–1510. <https://www.mdpi.com/0718-1876/18/3/75>
- Barrientos, P. (2017). Marketing + Internet= e-commerce: oportunidades y desafíos. *Revista Finanzas y Política Económica*, 9(1), 41-56.
- Bendezu, M. P. (2020). Marketing digital y su relación con las ventas; una revisión de la literatura científica (Trabajo de investigación). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/25166>
- Benítez, J. y García, M. (2021). El marketing digital como factor de competitividad en el sector retail. *Revista de Marketing*, 25(2), 135-150. <https://www.redalyc.org/pdf/3235/323549941003.pdf>
- Bezovski, Z. (2015). Inbound Marketing-a new concept in digital business. Pdf.
- Bravo, C. y Ordoñez, L. (2021). Impacto de las redes sociales digitales como estrategia de marketing en el negocio de las Pymes del municipio de Pasto. expeditiorepositorio.utadeo.edu.co
- Brian, W., (1998). Your network's not ready for e-commerce. *Network Computing*, 9(22), 22–25. [https://www.google.com/search?hl=es&q=network+computing+9\(22\)+22-25&btnG=Buscar](https://www.google.com/search?hl=es&q=network+computing+9(22)+22-25&btnG=Buscar)
- Bricio Samaniego, K., Calle Mejía, J. y Zambrano Paladines, M. (2018). El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: estudio de caso de los egresados de la Universidad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(4), 103-109.
- Brousseau, E. y Curien, N. (2007). Internet and digital economics: principles, methods and applications. Cambridge University Press.
- Burgess, L. y Cooper, J. (1998). The Status of Internet Commerce in the Manufacturing Industry in Australia: A Survey of Metal Fabrication Industries. *Proceedings of the Second Collector Conference on Electronic Commerce*, 65-73. <https://scholar.google.com/citations?user=EjSkOwYAAAAJ&hl=es>
- Castaño, J. y Jurado, S. (2016). Comercio electrónico. Editex.
- Caballero, A. y González, M. (2022). La importancia del e-commerce y el marketing digital para la reactivación económica del sector retail. *Revista de Empresa*, 26(1), 105-120. <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/download/14/14>
- Calero, L. (2022). Marketing digital y el posicionamiento basado en la tipología de las personas en la empresa “Anderson Jeans” del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Mercadotecnia).
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (febrero 2022). *El comercio electrónico en 2021 y perspectivas 2022*. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1CcKQnrGKoVpdv1pK0VzzweHQDcbPhfma/view>
- Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. CECE, (2023). Estudio de transacciones no presenciales en Ecuador. Quinta medición.

- 2022.
- Cárdenas, H. (2015). Marketing digital una estrategia generadora de innovación empresarial Big Data Center Barcelona (Doctoral dissertation, Universidad Santo Tomás).
- Castro, C. y Díaz, J. (2022). El impacto del e-commerce y el marketing digital en la competitividad de las empresas del sector retail. *Revista de Negocios*, 27(2), 145-160. <https://www.redalyc.org/pdf/7217/721778121018.pdf>
- Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Uk: Pearson
- Chan, C. y Swatman, P. (2000). B2B e-commerce implementation: The case of BHP steel. *Journal of Internet Research*, 10(1), 72-82. https://www.researchgate.net/publication/2611184_B2B_E-Commerce_Implementation_The_Case_Of_BHP_Steel
- Córdoba, P. y Pérez, M. (2022). El e-commerce y el marketing digital como herramientas para la reactivación económica de las empresas del sector retail. *Revista de Marketing Digital*, 28(1), 115-130. <https://www.uteq.edu.ec/es/investigacion/proyecto/e-commerce-marketing-digital-competitividad-retail>
- Da Cruz, G. y Velozo de Albuquerque, T. (2010). Promoción turística on-line: Análisis del site y las políticas públicas de Recife-Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(5), 688-702. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717609006.pdf>
- Damanpour, F. y Damanpour, J. (2001). E-business E-commerce Evolution: Persective and Strategy. *Managerial Finance*, 27(7), 16- <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03074350110767268/full/html>
- Daniel, E. y Grimshaw, D. (2002). An exploratory comparison of electronic commerce adoption in large and small enterprises. *Journal of Information Technology*, 17(3), 133-147. https://www.researchgate.net/publication/240952938_An_Exploratory_Comparison_of_Electronic_Commerce_Adoption_in_Large_and_Small_Enterprises
- Del Olmo, J. y Gascón, J. (2014). Marketing digital en la moda. Ediciones Universidad de Navarra.
- Díaz, A. y Fernández, J. (2022). El papel del e-commerce y el marketing digital en la competitividad de las empresas del sector retail. *Revista de Ciencias Económicas*, 30(1), 125-140. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9375/13926>
- Domene, F. M. (2018). Estrategias de marketing digital. Anaya multimedia.
- Echeverría, M. y García, J. (2022). El e-commerce y el marketing
- Fandiño, J. (2013). La era del marketing digital y las estrategias publicitarias en Colombia. Recuperado de http://www.fce.unal.edu.co/media/files/UIFCE/Administracion/Marketing_Digital_y_las_Estrategias_Publicitarias_en_Colombia.pdf.
- Fill, C. (2005). Marketing communications: engagements, strategies and practice. NY: Pearson Education.
- Fishkin, R. (2015). The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization. Harper Business.
- Fitton, L. (2016). Content marketing playbook: A step-by-step guide to creating content that will engage, convert, and grow your business. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- Fraser, J., Fraser, N. y Mcdonald, F. (2000). The strategic challenge of electronic commerce. *Supply Chain Management: An International Journal*, 5(1), 7-14. https://www.researchgate.net/publication/27398603_The_strategic_challenge_of_electronic_commerce
- Fredes, L. (2008). Marketing digital aplicado al turismo (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Mar del Plata).
- Gao, J., Siddik, A. B., Khawar Abbas, S., Hamayun, M., Masukujjaman, M. y Alam, S. S. (2023). Impact of E-Commerce and Digital Marketing Adoption on the Financial and Sustainability Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *Sustainability* 2023, 15(2), 1594. https://www.researchgate.net/publication/366888888_Impact_of_E-Commerce_and_Digital_Marketing_Adoption_on_the_Financial_and_Sustainability_Performance_of_MSMEs_during_the_COVID-19_Pandemic_An_Empirical_Study

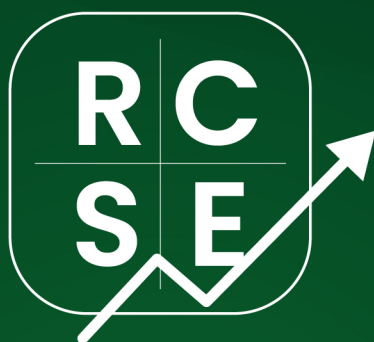
- net/publication/367114626_Impact_of_E-Commerce_and_Digital_Marketing_Adoption_on_the_Financial_and_Sustainability_Performance_of_MSMEs_during_the_COVID-19_Pandemic_An_Empirical_Study
- Gariboldi, G. (1999). *Comercio electrónico: conceptos y reflexiones básicas* (Vol. 4). BID-INTAL.
- Ghotbifar *et al.* (2017). Identifying and assessing the factors affecting skill gap in digital marketing in communication industry companies. *Independent Journal of Management & Production*, 8(1), 001-014.
- Godin, S. (2002). Permission marketing: Turning strangers into friends, and friends into customers. New York, NY: Simon & Schuster.
- Gómez, L. (2010). Estructura general del marketing digital y los efectos de su aplicación. *Revista Perspectivas*, 45, 33-60. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/2185>
- Gonçalves, *et al.* (2008). Modelo de las iniciativas del comercio electrónico en organizaciones portuguesas. *Interciencia*, 33(2), 120-128. https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0378-18442008000200008&script=sci_abstract
- González, J. (2011). Marketing turístico online. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 4(9), 9. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/644981>
- Gudiño, N. (2018). Marketing digital destinado al desarrollo del e-commerce en el sector del calzado (Master's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Maestría en Marketing Digital y Comercio Electrónico).
- Halligan, B. y Shah, D. (2009). Inbound marketing: get found using Google, social media, and blogs. N.Y.: John Wiley & Sons.
- Henderson, K. (2005). Marketing strategies for digital library services: digital directions. *Library Review*, 54(6), 342-345. https://www.researchgate.net/publication/233586134_Marketing_strategies_for_digital_library_services_DIGITAL_DIRECTIONS
- Hernández, M. *et al.* (2009). Information communication technologies and city marketing: digital opportunities for cities around the world. Information Science Reference-Imprint of: IGI Publishing.
- Huerta, A. (2023). *8 características del comercio electrónico que debes conocer*. <https://www.tiendanube.com/blog/mx/caracteristicas-del-comercio-electronico/>
- IAB Spain. (2023). Estudio Anual de la IAB Spain sobre el estado del marketing digital en España. Madrid: IAB Spain.
- Insider intelligence ecommerce (2024). Recuperado de [https://www.google.com/h?q=cual+fue+el+volumen+de+ventas+de+l+comercio+electr%C3%B3nico+global%2C+2023%](https://www.google.com/h?q=cual+fue+el+volumen+de+ventas+de+l+comercio+electr%C3%B3nico+global%2C+2023%20)
- Jimenez, G. (2019). Guía ICC del comercio internacional - Estándares y estrategias para la empresa global. San José, ICC.
- Jones, C., Motta, J. y Alderete, M. V. (2016). Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina. *Estudios Gerenciales*, 32(138), 4–13. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592316000048>
- Kalakota, R. y Whinston, A. B. (1997). Electronic commerce: A manager's guide. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Kaufman, I. y Horton, C. (2014). Digital Marketing. Taylor & Francis.
- Khurana, H., Goel, M., Singh, H. y Bhutani, L. (2011). E-commerce: Role of E-commerce in Today's Business. *International Journal of Business Management Research*, 7(1), 454–461. <https://revistas.uns.edu.ar/cea/article/view/5093>
- Kotler *et al.* (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley y Sons, Inc. New Jersey. USA.
- Kotler, P. y Keller, K. (2016). Marketing management (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Liang, H. y Xue, Y. (2008). "E-business research: A road map for the future." *Journal of Management Information Systems*, 25(1), 159-186. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71603908.pdf>

- Liberos, E. et al. (2010). El libro del comercio electrónico. Madrid: Esic Editorial.
- López, D. y Monroy, A.J. (2013). El comercio electrónico de calidad: compromisos empresariales asumidos en beneficio del consumidor. *Innovar*. 23(47), 41-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4331391>
- Luque, P. et al. (2006). La presencia en Internet de los municipios turísticos de sol y playa. Mediterráneo y Canarias. In *Turitec 2006: VI Congreso nacional turismo y tecnologías de la información y las comunicaciones* (pp. 423-443). Universidad de Málaga (UMA).
- Malca, O. (2001). Comercio electrónico. Universidad del pacífico. <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/76/AE40.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marcelo Torres, P., Veríssimo Lisboa, J. y M Yasin Mahmoud. (2014). E-commerce strategies and corporate performance: an empirical investigation. *Competitiveness Review*, 24(5), 463–481. https://www.researchgate.net/publication/280194055_E-commerce_strategies_and_corporate_performance_an_empirical_investigation
- Marrugo-Mendoza, L. (2022). Mercadeo digital como herramienta de posicionamiento de las empresas colombianas. Una revisión de la literatura. *Revista científica anfibios*, 5(2), 72-86. <https://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/114>
- Martín, P. (2018). Teletrabajo y comercio electrónico. [Versión E-book]. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upnortesp/detail.action?docID=5486280>
- Martínez, A. y Martínez, I. (2019). Marketing digital: Estrategias y acciones para alcanzar tus objetivos. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martínez, C. (2023). Marketing digital: una guía completa para empresas y profesionales. Madrid: Editorial ESIC.
- Martínez, J. y Rojas, F. (2016). *Comercio electrónico*. Ediciones Paraninfo,
- McLean, E. (1990). *Electronic commerce: The strategic impact on business*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Mishra, A., y Rath, S. A Study on the Impact of Digital Marketing. Journal homepage: www.ijrpr.com ISSN, 25(82), 21-74. <https://ijrpr.com/uploads/V3ISSUE7/IJRPR6068.pdf>
- Moro, M., y Rodés, A. (2014). Marketing digital: Comercio y marketing. Ediciones Paraninfo, SA.
- Moschini, S. (2012). Claves del marketing digital. Barcelona: La Vanguardia Ediciones, S.L.
- Muñoz et al. (2023). Competitividad empresarial de las pequeñas empresas en los años 2020. Madrid, España: Editorial Pirámide.
- Nascimento, R. Moraes do. E-commerce no Brasil: perfil do mercado e do e-consumidor brasileiro. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - FGV - Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2011.
- Neumeier, M. (2006). ZAG: the # 1 strategy of high-performance brands. N.Y: Pearson Education.
- Ngai, E. W. T. y Wat, F. K. T. (2002). A literature review and classification of electronic commerce research. *Information & Management*, 39(5), 415–429. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378720601001070>
- Nikbin, D., Ismail, I., Marimuthu, M. y Armesh, H. (2012). Perceived justice in service recovery and switching intention: Evidence from Malaysian mobile telecommunication industry. *Management Research Review*, 35(3–4), 309–325. <https://ideas.repec.org/a/eme/mrrpps/v35y2012i3-4p309-325.html>
- Onno W. Purbo y dan Aang Wahyud. (2000). Mengenal E-Commerce PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Ordóñez Parra, J. et al. (2023). Memorias Científicas del 5to Congreso Internacional de Administración de Empresas, 4to Congreso Internacional de Contabilidad y Audit Oria, 2do Congreso Internacional de Marketing e Inteligencia de Mercados, 5to Congreso Internacional de Economía Ciencia y conocimiento hacia el futuro.
- Parra, J. (2023). Marketing digital: Una guía completa para crear estrategias exitosas. Madrid: Ediciones Anaya.
- Patel, N. (2012). The ultimate guide to

- digital marketing: The complete beginners guide to getting found online. New York: Porfolio/Penguin.
- Peña, N. (2014). El valor percibido y la confianza como antecedentes de la intención de compra online: el caso colombiano. *Cuadernos de administración de la Universidad del Valle*. 30(51), 15-23. <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225031330003.pdf>
- Peppers, D. y Rogers, M. (2004). *The one-to-one future: Building relationships one customer at a time*. New York: Currency Doubleday.
- Plana *et al.* (2006). Bases para la creación de una metodología de adopción de comercio electrónico para las pymes chilenas. *Rev. Fac. Ing. - Univ. Tarapacá*, 14 (1), 2006. <https://www.scielo.cl/pdf/rfacing/v14n1/ART06.pdf>
- Porter, M. E. y Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64-76. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=48195>
- Pulizzi, J. (2012). *Content marketing: An essential guide to creating, distributing, and measuring content marketing*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Quirós-Gómez, J. y Arce-Gutiérrez, S. (2020). “Herramientas de mercadeo tradicional y digital utilizadas por grandes empresas ubicadas en países en vías de desarrollo y su relación con el desempeño exportador: el caso de Costa Rica.” *SciELO Revista EAN*, (89), 33-50. <https://www.redalyc.org/journal/206/20669889003/html/>
- Raymond, L. (2001). Determinants of Web site implementation in small businesses. *Internet Research*, 11(5), 411-422. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/930/0?articlesBySimilarityPage=5>
- Rodgers, J. A., Yen, D. C. y Chou, D. C. (2002). Developing e-business: A strategic approach. *Information Management and Computer Security*, 10(4), 184-192. https://www.researchgate.net/publication/220207968_Developing_e-business_A_strategic_approach
- Rodríguez, G. (2012). Riesgos del consumidor electrónico en las prácticas publicitarias. *Revista de Derecho*; 37, 254-282. <https://www.redalyc.org/pdf/851/85123908010.pdf>
- Rose, R. (2012). *The field guide to content marketing*. Digital Clarity, August.
- Sainz de Vicuña, J. (2021). *El plan de marketing digital en la práctica*. Esic editorial.
- Sammer A., D. Gr. (1999). *Marketing. The fifth wave*. Moscow. E-commerce.
- Sánchez Cano, J. P. (2023). Revisión bibliográfica y de contexto del comercio electrónico y su aplicación en los últimos 5 años. Recuperado de https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/698
- Schaefer, M. (2014). *The content code: How to win at the new game of marketing and persuasion*. New York: McGraw-Hill Education.
- Scott, D. (2007). *Cashing in with content: How innovative marketers use digital information to turn browsers into buyers*. Information Today, Inc
- Servín-Sánchez, E. (2015). *El Comercio Electrónico y la Aduana*. Asunción: Universidad del Cono Sur de la Américas.
- Shelly, Gary. B. (2007). *Discovering computers: menjelajah dunia komputer kundamental*. Edisi 3, Salemba Infotek, Jakarta
- Silva Murillo, S. (2009). Beneficios del comercio electrónico. *Perspectivas*, (24), 151-164. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160008.pdf>
- Smith, M. (2016). *The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Blogs, News Release*
- Somalo, N. (2017). *Marketing digital que funciona*. CDMX: Editorial Almuzara.
- Statista. (2023). Recuperado de <https://es.statista.com/temas/9072/comercio-electronico-en-el-mundo/#topicOverview>
- Suyanto, Muhammad. (2003). *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Kemampuan Bersaing*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Torres, *et al.* (2021). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. *Dominio de las Ciencias*, 7(6), 907-921. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383788>

- Turban *et al.* (1999). "Electronic commerce: Making connections for strategic advantage." *Information Systems Management*, 16(4), 15-21. https://www.researchgate.net/publication/31707864_Information_Technology_for_Management_Making_Connections_for_Strategic_Advantage_E_Turban_E_McLean_J_Wetherbe
- Turban, E. *et al.* (2008). *Electronic commerce 2008: A managerial perspective* (p. 752). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Vargas, G. (2017). *Marketing digital y su poder en la comunicación* (Doctoral dissertation, Universidad Santo Tomás).
- Villafuerte Álvarez, C.A. y Espinoza Martinez, B. (2019). *Influencia del marketing digital en la captación de clientes de la empresa Confecciones Sofía Villafuerte*. Villa El Salvador, Periodo enero–agosto 2017.
- Yan, G. y Paradi, J. (1999): *Success Criteria for Financial Institutions in Electronic Commerce*, Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences. <https://doi.org/10.1109/HICSS.1999.772910>. Pdf.
- Villar, A. (2007). *Destinos turísticos argentinos en Internet: Un análisis de los sitios gubernamentales*. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(3), 283-302. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713893002.pdf>
- Wong, Jony. (2013). *Internet marketing for beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo,
- Zaied. H, A. N. (2012). *Barriers to E-Commerce Adoption in Egyptian SMEs*. *International Journal of Information Engineering and Electronic Business*, 4(3), 9–18. https://www.researchgate.net/publication/272854426_Barriers_to_E-Commerce_Adoption_in_Egyptian_SMEs
- Zwass, V. (1996). *Electronic commerce: Structures and strategies for business-to-business trading*. NY: Springer.
- Zwass, V. (1997). *Foundations of Information Systems*. N.Y: McGraw-Hill.





Revista Ciencias Sociales y Económicas



revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye



cienciasociales@uteq.edu.ec



+593 988299121