

ESTRATEGIA, GESTIÓN, LIDERAZGO: ENSAYOS ACADÉMICOS

Daniel Galarza Viteri, Allison Villamar-Castro,
Jessie Jaramillo Velez, Roberto Palma Cevallos,
Margarita Ayala-Bolaños, Antonio Poveda Guevara,
Lilia Valencia Cruzaty, Paul Granda López,
Geovanna Reyes Montesdeoca, Gabriel Ayala Bolaños

ESTRATEGIA, GESTION, LIDERAZGO: ENSAYOS ACADEMICOS

AUTORES:

Daniel Alejandro Galarza Viteri

Allison Lissette Villamar-Castro

Jessie Wendy Jaramillo Velez

Roberto Palma Cevallos

Margarita Ayala-Bolaños

Antonio Poveda Guevara

Lilia Valencia Cruzaty

Paul Granda López

Geovanna Reyes Montesdeoca

Gabriel Ayala Bolaños

La presente obra fue revisada por pares académicos externos ciegos conforme al proceso editorial de Editorial CILADI.



Copyright © 2023

Todos los derechos reservados.

ISBN: 978-9942-7078-9-5

Editores:

Margarita Ayala-Bolaños

Antonio Poveda-Guevara

AÑO 2023

Guayaquil-Ecuador

4 de septiembre del 2023

ISBN: 978-9942-7078-9-5

Centro de Investigación Latinoamericano
para el Desarrollo e Innovación

Guayaquil- Ecuador

<https://ciladi.org/>

Prólogo

El fortalecimiento de microempresas llamadas MIPYMES ayudan al desarrollo económico del país, la investigación que presentamos recopila algunos aspectos que nos permite analizar diferentes circunstancias que afrontan las MIPYMES. En cada capítulo el lector encontrará experiencias en diferentes sectores de la economía sobre el accionar de una mipymes. Cada capítulo se enfoca en alternativas funcionales y viables para su impulso, el libro es producto de actividades académicas desarrollado en las prácticas preprofesionales y vinculación con la comunidad. El enfoque de los temas, fueron escogidos por estudiantes, de acuerdo a sus experiencias obtenidas en las actividades de vinculación con microempresas de sectores desfavorecidos, conjuntamente con su propia experiencia en las prácticas preprofesionales y plasmaron diferentes temas donde abordan lo aprendido, así como revisar en que forma se pueden impulsar las Mipymes.

Índice General

Capítulo 1	7
Estrategias Empresariales en una Empresa de la Industria Metalmeccánica en el Ecuador	7
Globalización en la Industria Metalmeccánica	9
Industria Metalmeccánica en el Ecuador	9
La industria Metalmeccánica a Nivel Internacional	13
Estrategias Empresariales	14
Las principales fuerzas de Porter para empresas enfocadas en metalmeccánica	15
Barreras de entrada y salida industria metalmeccánica	15
Matriz FODA de la industria metalmeccánica en el Ecuador	16
Capítulo 2	21
Análisis del Crédito Comercial para Impulsar la Productividad en las MIPYMES de Guayaquil Periodo 2021 – 2022	21
Fuentes de Financiamiento para las Pymes	23
Fortalezas y Debilidades de las MiPymes	26
Productividad de las MiPymes	27
Capítulo 3	35
Empleo Salarios y Sostenibilidad Empresarial en el Ecuador	35
Emprendimientos para Crear Empleos	37
Sostenibilidad Empresarial	38
Trabajo Decente y Empleo Productivo	40
Desempleo	41
Empleo Vulnerable	42
Inversión Extranjera Directa	42
Empleadores	43
Evolución de Ventas y Empresas en el Ecuador	44
Evolución Tasa de Empleo, Empleo Registrado y Masa Salarial en Ecuador	45
Capítulo 4	49
El Turismo de Eventos Familiares y Sociales en la Ciudad de Guayaquil. Caso de una Mipymes	49
Family and Social Event Tourism in Guayaquil City. Case of a Mipymes	49

Tipos de Turismo	53
Turismo Generador de Riqueza	54
Procesos en el Turismo de Eventos Familiares y Sociales.	56
Turismo de Eventos en el Mundo	57



Capítulo 1

Estrategias Empresariales para Empresas de la Industria Metalmecánica en el Ecuador

Business Strategies for Company in the Metalworking Industry in Ecuador

Daniel Alejandro Galarza Viteri

daniel.galarza@upacifico.edu.ec

Antonio Poveda Guevara

antonio.poveda@upacifico.edu.ec

Resumen

Durante los últimos años la metalmecánica ha tenido un posicionamiento como un sector económico importante, sin embargo, aún debe desarrollarse, industrializarse para así competir con productos de otros países y de esta forma poder procesar las materias primas en productos elaborados. Para la obtención de datos y un desarrollo adecuado de este documento se optará por utilizar fuentes públicas y verificables. Se encuentra que, bien direccionada esta industria, podría convertirse en uno de los principales ejes económicos del Ecuador. Sin embargo para llegar a este punto se debe considerar estrategias productivas que apoyen al artesano, pequeño comerciante, empresario y promuevan su actividad, de esta forma se genera comercio tanto con el sector público que es un gran cliente para esta industria, como para el cliente privado que siempre va a ser indispensable dentro de la ecuación, además se genera una valiosa fuente de empleo directo y empleo indirecto. El crecimiento de la población ayuda a concluir que el país cada vez necesita más de sectores en los cuales se vea empleada la producción ya que estos aportan a comercio y generación de empleo, es por ello que debemos impulsar esta industria implementando desarrollo y mejores prácticas para exigir inversión.

Palabras claves: Estrategias empresariales, globalización, metalúrgica.

Abstract

During recent years, metalworking has positioned as an important industry for the country's economy. However, it still needs to be developed and industrialized in order to compete with products from other countries and thus be able to process raw materials into finished products. To obtain data and develop this document properly, public and verifiable sources will be used. It is found that if properly directed, this industry could become one of the main economic pillars of Ecuador. However, to reach this point, productive strategies that support artisans, small traders, and entrepreneurs and promote their activity must be considered. This way, trade is generated both with the public sector, which is a major client for this industry, and with private clients who will always be indispensable in the equation. Additionally, a valuable source of direct and indirect employment is generated. The population growth helps us conclude that the country increasingly needs sectors in which production is employed, as they contribute to trade and job creation. Therefore, we must promote this industry by implementing development and best practices to attract investment.

Keywords: Business strategies, globalization, metallurgy.

Introducción

En el presente documento analizaremos el tipo de industria al que pertenece la metalmecánica, como ha ido evolucionando durante los años, como esta se desarrolla en otros países, como esta afecta a la producción nacional, y que tipos de estrategias se deben implementar en este sector, La industria siderúrgica es esencial para el desarrollo y crecimiento sostenible de un país. Por las grandes inversiones que se necesitan para establecerla, el Estado ha creado grandes empresas con el fin de cubrir la demanda interna, sin entrar en competencia con el sector privado (Gutierrez, 2009).

Las maquinas son cada vez más eficientes y mejores, por lo que queda claro que la imperfección es la grandeza del hombre (Ernest Fischer). La industria metalúrgica en el mundo ha avanzado mucho a lo largo de los años, en un punto fue inimaginable que personas pudiesen transformar el acero en bienes de uso para todo tipo de industria, datos de fines del siglo 19 nos recuerdan la existencia de un poco más de 80 establecimientos metalúrgicos importantes a nivel global con poco más de 400 trabajadores, las primeras industrias que se desarrollaron en el sector fueron la fabricación de carruajes, Hay talleres que se dedican a la fundición y una industria incipiente que fabrica maquinaria agrícola. Todavía hay mucho por aprender en términos de gestión de la innovación y se sugiere que, en futuras investigaciones, se enfoquen en temas relacionados con la propuesta de valor (Freire Morán, 2022).

Estas industrias fueron las que sentaron las bases de la metalúrgica, años después entre 1930 y 1940 se dieron grandes transformaciones ya que otras industrias también siguieron progresando, un gran ejemplo de esto son las cementeras que al tener un impulso mejoro notablemente el sector de la construcción lo que favorecía de manera significativa al crecimiento de la industria metalúrgica, este hecho hizo que se realice más inversión en esta industria y se mostraba su importancia para la dinamización económica mundial. Es crucial tener en cuenta la noción de habilidad tecnológica, la cual engloba los aspectos de

administración tecnológica requeridos para fomentar el progreso y el avance sustentable (García, 2012).

Globalización en la Industria Metalmeccánica

Hoy en día y gracias a la globalización nuestro país ha adoptado varias actividades económicas que antes eran poco desarrolladas en esta parte del mundo, en si la metalmeccánica como concepto fue adoptado hace 60 años dentro del sector industrial. La globalización como en todos los sectores ha impactado en la industria metalmeccánica. Por un lado, esta industria ha posibilitado que las empresas amplíen su alcance a nivel global al acceder a nuevos mercados y clientes, lo que ha ampliado las oportunidades de negocio y ha contribuido a su crecimiento. Por otro lado, la globalización también ha influenciado aumentando la competencia de empresas del sector y ha ejercido presión sobre el nivel de los precios, lo que ha obligado a las empresas a buscar formas de ser más eficientes y reducir costos para mantener su competitividad. Además, la globalización ha facilitado la transferencia de tecnología y conocimientos entre diferentes regiones del mundo, lo que ha llevado a una mayor colaboración y cooperación en el sector. En resumen, la globalización ha sido una fuerza impulsora de cambios y desafíos para la industria metalmeccánica, pero también ha creado nuevas oportunidades. Después del año 2016, el sector experimentó tasas interanuales positivas. En 2017 aumento en 9.93% en un sector que contribuyó con el 0.79% del PIB nacional. En 2018, se observó un aumento del 1.23% con respecto al año anterior en el mismo sector. (CFN, 2017).

Industria Metalmeccánica en el Ecuador

La industria metalmeccánica abarca las maquinarias industriales y herramientas que suministran componentes a otras industrias de metal. Su materia prima principal es el hierro y sus aleaciones, la distribución eficiente de estos productos es un factor importante en el ámbito metalmeccánico, optimizando los recursos disponibles como espacio y tiempo en todos los departamentos de producción. En muchas empresas de este sector metalmeccánico, se prefiere usar herramientas elaboradas con acero, situación dada por el bajo costo y que puede darse la reutilización del material, aunque se descuidan otros factores cruciales (Coronado Marin, 2004).

La distribución también debe incluir un sistema que permita a las diferentes áreas de lavado, plegado, soldadura, pintura y ensamble generar un flujo eficiente en la línea de producción. Esto implica considerar herramientas de trabajo como instructivos de trabajo y metodologías. En las empresas metalúrgicas se utilizan diversos tipos de máquinas, como tornos, dobladoras, cortadoras, plegadoras, fresadoras, taladros de pedestal, trozadoras y otras herramientas más pequeñas. En la industria manufacturera, el maquinado desempeña un papel fundamental, involucrando conocimiento de ingeniería y física en todo el proceso del sistema metalmeccánico (Rodríguez Medina, 2007).

Tabla 1. Principales Conceptos de la Industria Metalmeccánica

Nombre	Conceptos
Metalmeccánica	La industria dedicada a la transformación con el metal como materia prima
Siderúrgica	Es parte de la industria del metal pero que su principal extracción es del hierro.
Barras	Piezas largas y lisas hechas de acero. Fabricadas bajo laminado en caliente y con acero al carbón, son productos altamente resistentes.

Varillas	Son barras de acero de bajo contenido de carbono que presentan un patrón corrugado en su superficie, lo cual mejora la adherencia al concreto y proporciona estabilidad a la estructura al evitar desplazamientos
Acero no aleado	Los componentes esenciales de estos elementos son el hierro y el carbono, y se suelen clasificar según el porcentaje de carbono que contienen
Trozadora	Esta herramienta consiste en un disco utilizado para realizar cortes en materiales metálicos. El método más frecuente de corte es a través de la abrasión
Metales no ferrosos comunes	Estos minerales son materias primas esenciales para la industria de transformación. Algunos de los minerales más extraídos incluyen plomo, cobre, zinc y molibdeno.
Maquinaria industrial	Se refiere a cualquier dispositivo mecánico, eléctrico o electrónico que se crea y utiliza con el propósito de llevar a cabo una función específica y generar un producto determinado.

Nota. Fuente: Artículo sobre el Perfil ecuatoriano de las empresas metalmeccánicas (Jimenez, 2018).

Dentro de todo lo que abarca la metalmeccánica hay un sector muy importante que es la fabricación de metales comunes, que constan en la codificación denominada “*Clasificación Internacional Industrial Uniforme*” CIU, podemos encontrar los siguientes puntos:

Tomando datos de la superintendencia de compañías, tenemos que existen 128 compañías dedicadas a la fabricación de metales comunes, las más importantes podemos nombrar en la siguiente tabla:

Tabla 2. Empresas que fabrican con metales

Empresas	Matriz
IPAC S.A.	Guayaquil - Ecuador
KUBIEC S.A.	Guayaquil - Ecuador
TALME S.A.	Quito - Ecuador
ACERIAS DEL ECUADOR ADELCA	Ambato - Ecuador
CONDUIT DEL ECUADOR S.A.	Quito - Ecuador
TENARIS ECUADOR S.A.	Quito - Ecuador
CENTRO ACERO S.A. ACEROSA	Guayaquil - Ecuador

Nota. Fuente: (CFN, 2023)

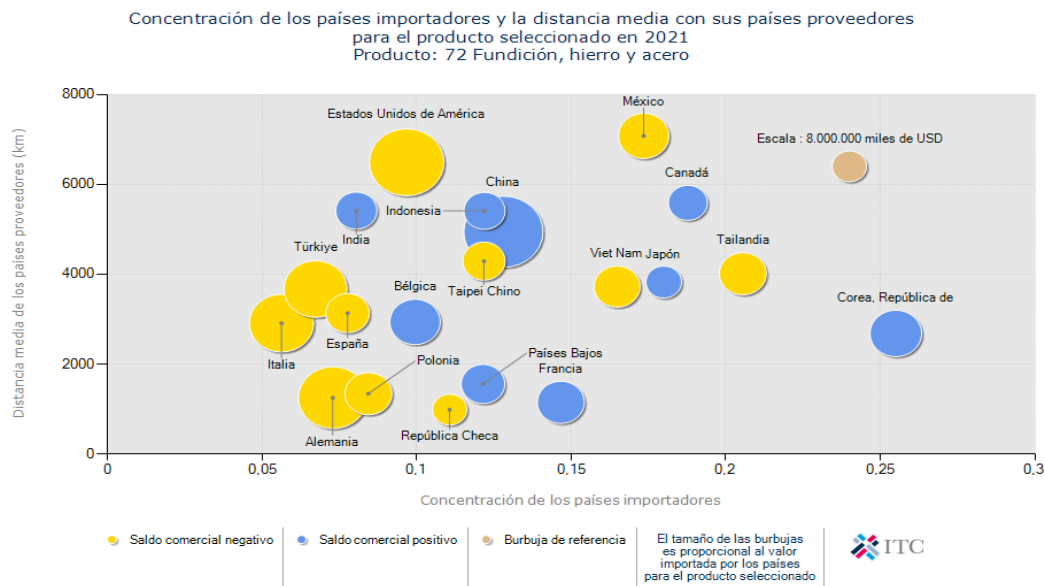


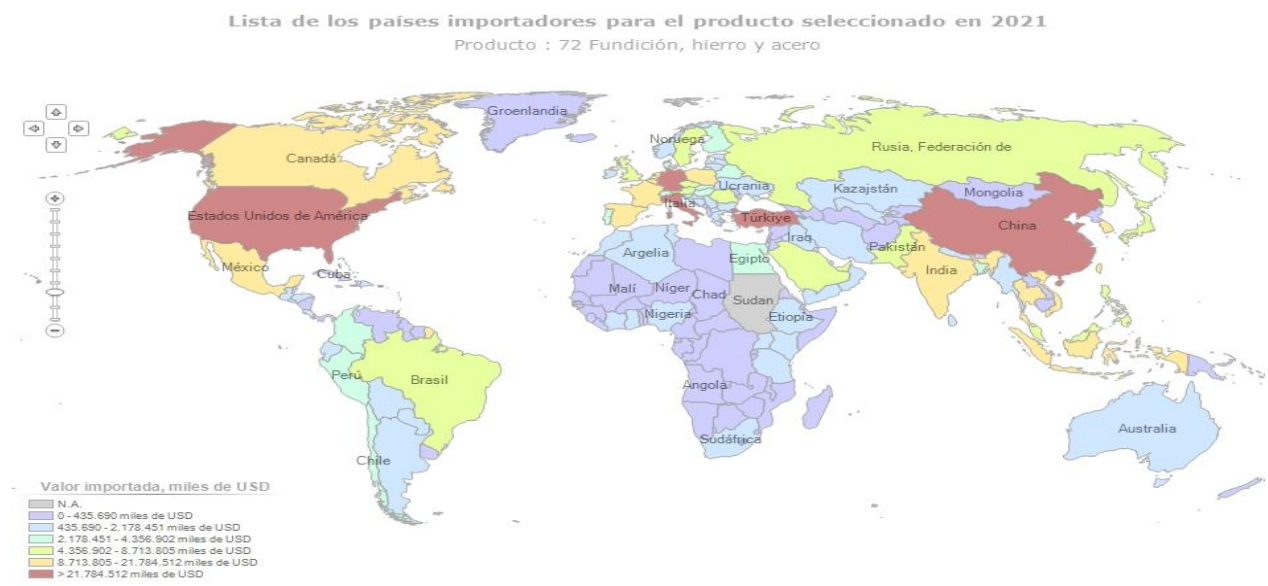
Figura 2 .Mapa de Países Importadores de Hierro y Acero
Nota. Información obtenida en Trade Map. Fuente : (ITC, 2021)

Nota. - Fuente: Trademap

Elaboración: Datos estadísticos del ITC

Nota. Información obtenida en Trade Map. Fuente: (ITC, 2021)

Para el país es importante que la industria en general se dinamice, sin embargo, la industria de la metalmecánica da un impulso importante a la economía ya que es una buena generadora de trabajo directo e indirecto, y contribuye a un cambio de la matriz productiva



Fuente : Datos Macro (Datosmacro.com, 2021).

En los últimos años los gobiernos han realizado esfuerzos encaminados a cambiar la matriz productiva del país y no bajar la dependencia de ciertos productos agrícolas y el petróleo específicamente. Ha habido acercamientos a través de las respectivas instituciones públicas, gremios y las diferentes cámaras para dar un impulso a estas empresas, sin embargo, hasta ahora hay pocas empresas que generan puntos positivos a la balanza económica del estado en términos de exportaciones (Datosmacro.com, 2021).

Tenemos información del 2021, año en el que podemos evidenciar un crecimiento respecto al año 2020 de 26,67%, esto representa el 25,17% del PIB, este incremento es un valor positivo, sin embargo, Ecuador ocupa el lugar 90 de 191 países en exportaciones en relación con el PIB, lo cual es preocupante, especialmente considerando que la mayoría de las exportaciones ecuatorianas dependen de un número reducido de productos (Datosmacro.com, 2021).

Tabla 3. Exportaciones de Productos por Ecuador 2017-2021

Código	Descripción del producto	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021
TOTAL	Todos los productos	19.092.352	21.627.978	22.329.379	20.226.568	26.269.228
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; . . .	6.922.192	8.806.658	8.746.465	5.303.969	8.619.982
03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	3.313.597	3.525.397	4.241.981	4.162.792	5.718.337
08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	3.181.214	3.387.153	3.490.733	3.891.965	3.742.613
16	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	1.183.722	1.257.372	1.207.337	1.196.114	1.319.761
26	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	100.224	111.409	131.747	539.799	1.083.564
06	Plantas vivas y productos de la floricultura	825.343	848.654	887.030	845.741	964.599
18	Cacao y sus preparaciones	672.426	787.926	763.897	935.024	940.044
71	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, . . .	171.654	179.214	204.120	401.959	597.111
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	347.603	386.190	463.742	822.247	569.111

Nota. Fuente: Estadísticas del Banco Central del Ecuador (BCE, 2021)

La gama de productos y componentes metálicos utilizados en diversas áreas, como la construcción, la industria automotriz, la electrónica y la maquinaria industrial. Algunos de los productos más comunes producidos por la metalmecánica en Ecuador incluyen estructuras metálicas, piezas de automóviles, maquinaria agrícola y electrónica, entre otros. La industria metalmecánica en Ecuador está en constante crecimiento y evolución, y ha recibido una gran inversión para mejorar la tecnología y la eficiencia de producción.

Las exportaciones de productos de metalmecánica desde Ecuador son una parte importante de la economía del país. Algunos de los productos más comúnmente exportados

incluyen estructuras metálicas, componentes para la construcción, maquinaria industrial, piezas de automóviles y productos electrónicos. Estos son enviados a distintos lugares, incluyendo Latino América, Asia, Europa y Norteamérica. La exportación de productos de metalmecánica ha ayudado a impulsar la economía del país y ha generado empleo en la industria.

Tabla 4. Productos usando de la industria metalmecánica

Productos	Uso
Estructuras metálicas	para edificios, puentes, torres, etc
Piezas de automóviles	como carrocerías, chasis, partes eléctricas, etc
Maquinaria agrícola	como tractores, cultivadores, sembradoras, etc
Electrónica	componentes para televisores, computadoras, teléfonos móviles, etc.
Productos de construcción	vigas, columnas, puertas y ventanas de acero, etc
Herramientas y maquinaria industrial	taladros, cortadoras, prensas, etc.

Nota. Lista de Productos usado en la industria metalmecánica

Estos ejemplos son solo una muestra de bienes derivados de esta industria en el país, la cual continúa expandiéndose y desarrollándose para abarcar un espectro cada vez más amplio de aplicaciones (Tabla 4).

La metalmecánica en el Ecuador, está conformada principalmente por empresas especializadas en la fabricación de maquinaria, equipos y herramientas, así como por proveedores de servicios de transformación de metales, como corte, soldadura, tratamiento térmico y mecanizado (Tabla 4).

Estas compañías han tenido un rol clave en la modernización del sector manufacturero, de la construcción y en la agricultura del país. En Ecuador, la industria metalmecánica ha sido beneficiada por la llegada de nuevas empresas extranjeras, la inversión en tecnología avanzada y la adopción de prácticas de producción innovadoras. Esto ha permitido que la industria desarrolle productos elaborados con altos estándares de calidad para su inserción internacional. Además, se han aprobado nuevas leyes y política en favor del desarrollo de la industria como: reducción de impuestos, nuevos parques industriales y verificación de cumplimiento de estándares necesarios para garantizar la calidad de los productos y así mejorar la competitividad del sector (CEPAL, 2018).

La industria Metalmecánica a Nivel Internacional

Los países principales que participan en el mercado del acero latinoamericano incluyen Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile y Perú. Estas naciones representan aproximadamente el 85% de la producción de acero en el continente (CEPAL, 2018).

Brasil se destaca como el principal productor de acero, exportando de acero en la región, representando el 73% del total de las exportaciones de acero en América Latina (CEPAL, 2018).

México ocupa el segundo lugar como productor de acero en América Latina, representando una participación de 14% del total de la producción de acero en la región. El país es el segundo mayor exportador de acero en la región, con una participación del 14% (CEPAL, 2018).

Argentina ocupa el tercer puesto como exportador de acero de la región, con una participación del 7% (CEPAL, 2018).

En la región, Colombia se posiciona como el cuarto productor más importante de acero, con 4 millones de toneladas de producción en 2017. Asimismo, el país ocupa el cuarto lugar en exportaciones de acero en la región, representando aproximadamente el 5% del total (CEPAL, 2018).

En la región, Chile se sitúa como el quinto lugar en exportaciones de acero en la región, representando aproximadamente el 4% del total (CEPAL, 2018).

En la región, Perú se posiciona como el sexto mayor productor de acero, el país ocupa el sexto lugar en exportaciones de acero en la región, representando aproximadamente el 2% del total (CEPAL, 2018).

En términos generales, el mercado del acero en Latinoamérica tiene un entorno competitivo para los productores de acero en la región, lo que les ha permitido mantener una producción de acero de alta calidad a precios competitivos (CEPAL, 2018).

Estrategias Empresariales

El diagnóstico de la industria metalmecánica se lleva a cabo utilizando la herramienta dejada por Porter, analizando las 5 fuerzas que afectan a la industria. Este modelo ofrece una técnica válida para evaluar las cinco fuerzas de la industria y cómo mejorar la competitividad (Bello, 2022).

El análisis de barreras de entrada y salida revisa los obstáculos que enfrentan las empresas de este sector. Estas barreras pueden ser creadas por factores internos o externos a la empresa, y pueden ser intencionales o no intencionales. Estas barreras pueden ejercer una influencia notable en la competencia dentro de un mercado específico y reducir o incrementar la rentabilidad empresarial del sector (Almirón, 2021).

El uso del análisis FODA, como herramienta estratégica para identificar factores de la situación actual y desarrollar planes de acción. Permite visualizar aspectos que pueden entrelazarse para mejorar las fortalezas y oportunidades y cubrir las debilidades y amenazas. Con el análisis FODA se logra una valoración de tanto aspectos positivos como negativos, que en conjunto, brindan un diagnóstico de la situación interna de una organización (Talcón, 2006).

Metodología

Este trabajo es descriptivo y exploratorio, sobre todo porque se exponen datos poco conocidos para la sociedad. Los datos recogidos serán observados bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo. El objeto de estudio es revisar a la industria metalmecánica, en específico las estrategias empresariales que pueden contribuir a su crecimiento y desarrollo. Para el análisis se utilizan métodos deductivos e inductivos, de la información tanto histórica como proyectiva (Sampieri, 2004). Para sustentar las estrategias comerciales que permiten potenciar la industria metalmecánica se realizó una encuesta a clientes $N=31$, de empresas del sector. A través de esta encuesta se conoce cómo mejorar las estrategias empresariales, así mismo opto por un análisis con el diamante de Porter y un FODA. Se usa una encuesta generada en Google form, a través de preguntas cerradas de SI o No. La encuesta fue revisada por un experto antes de ser compartida con los participantes.

Resultados

Las principales fuerzas de Porter para empresas enfocadas en metalmecánica

1. Rivalidad de la competencia: los competidores en la industria metalmecánica es intensa debido al número de empresas con oferta similar de productos y servicios. Esto puede llevar a precios bajos y a la disminución de los márgenes de beneficios.
2. Amenaza de nuevos entrantes: El elevado nivel de inversión requerido para entrar en la industria metalmecánica limita el número de nuevos entrantes. Esto se debe principalmente a la necesidad de equipos costosos, alta tecnología y licencias especiales.
3. De los productos sustitutos: La industria metalmecánica es vulnerable a la competencia de los productos sustitutos. Los materiales sintéticos, la fabricación por impresión 3D y otros métodos modernos de fabricación están cada vez más disponibles y ofrecen una alternativa a los productos metalmecánicos.
4. Poder de negociación del cliente: Aquí los compradores tienen un considerable poder de negociación causado por la amplia oferta de productos metalmecánicos en el mercado. Esta situación resulta en precios más bajos y márgenes de beneficio reducidos para los fabricantes.
5. Poder de negociación con proveedores: Los proveedores ejercen una gran influencia sobre los fabricantes de productos metalmecánicos debido al costo elevado de los insumos y herramientas y equipos necesarios para la fabricación. Esto puede dar lugar a precios más altos para los productos metalmecánicos.

Barreras de entrada y salida industria metalmecánica

Barreras de entrada:

- Inversión en capital: Los costos de equipos, maquinaria, instalaciones y mano de obra son considerables para iniciar una empresa de metalmecánica.
- Economías de escala: Debido al alto costo de inversión, una empresa metalmecánica necesita producir una cantidad significativa de productos para obtener ganancias.
- Recursos tecnológicos: La industria metalmecánica necesita una tecnología de vanguardia para producir productos de calidad.
- Acceso a los mercados: Las empresas metalmecánicas necesitan tener contactos con los proveedores y clientes para poder vender sus productos.
- Experiencia y habilidades del personal: Los empleados deben tener conocimientos especializados en la industria metalmecánica para poder operar eficientemente.

Barreras de salida:

- Costos de cierre: Las empresas metalmecánicas pueden incurrir en costos significativos para cerrar la empresa, como el costo de desmantelar la maquinaria, equipos y licencias.
- Carga tributaria: Las empresas metalmecánicas deben pagar impuestos sobre los activos que desean vender o transferir.
- Impacto ambiental: El cierre de una empresa metalmecánica puede causar daños al medio ambiente, por lo que se deben tomar precauciones para evitar esto.
- Responsabilidad con los empleados: Una empresa metalmecánica debe asegurarse de que todos sus empleados sean tratados con justicia al momento de cerrar la empresa.

La pandemia ha dejado y sigue generando problemas a la industria metalmecánica. Debido a la reducción en el consumo, muchas empresas se han visto obligadas a cerrar o disminuir su

producción de manera significativa. Además, los elevados costos en la producción y transporte, defectos y retrasos de producción han afectado negativamente al sector. Sin embargo, algunas empresas han experimentado un aumento en la demanda, especialmente aquellas que fabrican equipos médicos para enfrentar la pandemia. Este incremento en la demanda ha ayudado a algunas empresas a sobrellevar estos tiempos difíciles.

Además, la industria se ha visto obligada a cerrar fábricas, reducir horas de trabajo, reducir el número de trabajadores y cerrar empresas. Esto es resultado de los cierres y restricciones implementados para evitar más contagios durante la pandemia, dando como resultado como afectación en la demanda de los productos. Esto ha resultado en una disminución de los ingresos de muchas empresas, lo que ha llevado a numerosos despidos.

Industria Metalmeccánica. Matriz FODA

Fortalezas:

- Disponibilidad de recursos humanos cualificados
- Alto grado de especialización en la industria
- Gran variedad de materias primas disponibles
- Buena ubicación geográfica
- Infraestructura adecuada

Oportunidades:

- Aumento de la demanda de productos metalmeccánicos
- Posibilidades de exportación
- Nuevas tecnologías para mejorar la producción
- Nuevas oportunidades de inversión

Debilidades:

- Falta de innovación tecnológica
- Limitada competitividad de los precios
- Escasez de fondos de financiación

Amenazas:

- Competencia extranjera
- Cambios en los estándares de calidad
- Desaceleración económica
- Incertidumbre política

Los muebles son un aspecto importante en la metalmeccánica, ya que pueden ser utilizados como componentes en la fabricación de diversos productos, como, por ejemplo, armarios, estanterías, sillas, mesas, entre otros.

Además, los muebles también pueden ser utilizados como herramientas de trabajo en talleres o fábricas, por lo que su calidad y durabilidad son aspectos clave en la industria metalmeccánica.

En resumen, los muebles pueden ser considerados importantes dentro de la metalmeccánica debido a su utilidad como componentes y herramientas, y también debido a la necesidad de asegurar su calidad y durabilidad para su correcto funcionamiento

En Ecuador, algunas de las empresas públicas que compran más productos elaborados en Acero son:

Petroecuador: Es la empresa del Estado encargada de maximizar los recursos energéticos del país, tiene una alta demanda de materiales y equipos fabricados en acero para llevar a cabo sus operaciones.

Empresa Eléctrica Quito: Es la empresa responsable de llevar a cabo sus operaciones, también necesita utilizar productos fabricados en acero.

Empresa de Telecomunicaciones del Ecuador: Se encarga de proporcionar servicios de telecomunicaciones en todo el país y requiere productos elaborados en acero para la construcción y mantenimiento de sus infraestructuras.

Empresa Nacional de Ferrocarriles del Ecuador: Es la principal empresa de transporte ferroviario del país y requiere productos elaborados en acero para la construcción y mantenimiento de sus infraestructuras y equipos.

Estas son algunas de las empresas públicas que compran productos elaborados en acero en Ecuador, pero hay muchas más dependiendo de sus necesidades y proyectos específicos.

Tabla 5.Datos de los Clientes

Sexo	Frecuencia Relativa	Frecuencia
Masculino	64,5%	20
Femenino	35,5%	11
Edad		
18 – 30	41,9%	13
31 – 55	45,2%	14
56 en adelante	12,9%	4
Educación		
Primaria	3,2%	1
Secundaria	77,4%	24
Universidad	19,4%	6
Posgrado	0%	0
Cuántos años es cliente de XPANDART		
1 – 2	35,5%	11
3 – 4	51,6%	16
más de 5 años	12,9%	4
Cargo actual en la empresa		
Asistente	61,3%	19
Gerente	16,1%	5
Cliente particular	22,6%	7

Nota. Fuente: Encuesta realizada a cliente

Se realizó una encuesta a 31 clientes recurrentes y clientes particulares de la empresa XPANDART, De esta encuesta obtuvimos datos sobre las personas que realizan consumos en esta empresa, de los cuales podemos destacar que la mayoría un 64,5% de la persona que realizan las compras son hombres, frente a los 35,5% que son mujeres, De los encuestados 14 personas tienen una edad entre los 31 a 55 años, sin embargo, hay poca diferencia con el rango de 18 a 30 años de los cuales son 13 personas, mayores de 56 años son solo 4 personas. En cuanto a la educación, solo una persona tuvo instrucción primaria, la mayoría consta con un título de secundaria con una frecuencia relativa de 77,4%, del total de encuestados solo 6 personas tenían un título universitario y ninguno un posgrado. Además, dentro de la encuesta preguntamos sobre cuantos años habían realizado compras en la empresa, la mayoría con un 51,6% eran clientes de XPANDART entre 3 y 4 años, solo 4 habían realizado compras por más de 5 años y 11 personas se podrían considerar clientes nuevos. También se consultó el cargo

actual que ejercen la gran mayoría son asistentes dándonos un 61,3%, gerentes que realizaron compras 16,1% y también tuvimos 22,6% de participación de clientes particulares los cuales no están registrados como empresa.

Tabla 6. Aspectos Generales de la Industria Metalmeccánica

Preguntas	Si	NO
EL sector de metalmeccánica es importante para la economía del país	80,6%	19,4%
Los acabados de los productos	74,2%	25,8%
Los tiempos de entrega de los productos	77,4%	22,6%
La tecnología aplicada en la producción	77,4%	22,6%
Las notificaciones de nuestros nuevos productos y promociones	74,2%	25,8%

Nota. Fuente: Encuesta realizada a cliente

El 80,6% indica que es fundamental para la economía del país, en cuanto a que tan importante piensan que se debe mejorar los acabados de los productos el 74,2% de los participantes respondieron de forma positiva, también se les consulto sobre los la rapidez de entrega de los productos a lo cual solo 22,6% de los participantes respondieron que no era muy relevante, al consultarles sobre el impacto de la tecnología para apoyar la elaboración de los productos una gran mayoría, el 77,4% respondió de manera afirmativa, el 22,6% respondió que no, para finalizar se les consulta sobre su consentimiento para recibir notificaciones de nuestros nuevos productos y promociones, a lo cual satisfactoriamente el 74,2% estuvo de acuerdo.

Conclusión

La competencia en la industria metalmeccánica es intensa debido al alto nivel de inversión requerido. Sin embargo, esta industria también enfrenta vulnerabilidad ante la competencia de productos sustitutos. Los compradores tienen un poder de negociación significativo debido a la amplia oferta de productos metalmeccánicos. Además, los precios elevan el valor de los insumos, transporte, herramientas y equipos usados en la fabricación otorgan a los proveedores una fuerte influencia sobre los fabricantes de productos metalmeccánicos.

Dentro de las Fortalezas están los recursos humanos cualificados ya que es una industria de alto grado de especialización, además la gran variedad de materias primas disponibles y ubicación e Infraestructura adecuada que puede explotar las oportunidades como son las posibilidades de exportación y nuevos mercados.

De la encuesta a 31 clientes recurrentes, la mayoría son hombres, con cierta participación de mujeres, probablemente esta superioridad de plazas laborales masculinas se debe al esfuerzo físico de las actividades requeridas en fábricas metalúrgicas. Es un sector de gente joven la mayoría cuenta con una edad de 31 a 55 años, esto ya que personas con mayor edad cuentan con menos fuerza para realizar trabajos. Con un nivel de educación de secundaria con una frecuencia relativa de 77,4%, lo que indica que falta un fortalecimiento del sector en

lo educativo. Además, dentro de la encuesta preguntamos sobre cuantos años habían realizado compras en la empresa, la mayoría con un 51,6% eran clientes de XPANDART entre 3 y 4 años, solo 4 habían realizado compras por más de 5 años y 11 personas se podrían considerar clientes nuevos. La gran mayoría son asistentes, dándonos un 61,3%, gerentes que realizaron compras 16,1% y también tuvimos 22,6% de participación de clientes particulares los cuales no están registrados como empresa, ya que XPANDART es proveedor de los encuestados es lógico que la mayoría de encuestados sean asistentes.

Al realizar una encuesta a 31 clientes de la empresa XPANDART enfocándonos en su criterio sobre el sector y sus preferencias sobre la empresa, pudimos entender que el 80,6% de ellos piensa que la metalmecánica es relevante para la economía del país, es la gran mayoría ya son usuarios o comerciantes directos de los bienes, en cuanto a que tan importante piensan que se debe mejorar los acabados de los productos el 74,2% de los participantes respondieron de forma positiva, esto ya que los productos siempre tienen rango de mejora, también se les consultó sobre la rapidez de entrega a lo cual solo 22,6% de los participantes respondieron que no era muy relevante, la mayoría de las personas siempre van a preferir un servicio de entrega rápido y este es un factor determinante para seleccionar a un proveedor, al consultarles sobre el impacto de la tecnología para apoyar la elaboración de los productos una gran mayoría, el 77,4% respondió de manera afirmativa, entendiéndose así que el 22,6% que respondió que no, temen que se reduzcan las plazas de empleo, para finalizar se les consultó sobre su consentimiento para recibir notificaciones de nuestros nuevos productos y promociones, a lo cual satisfactoriamente el 74,2% estuvo de acuerdo, este dato nos dice que los clientes se sienten cómodos con la empresa y están dispuestos a realizar otra compra.

Referencias Bibliográficas

- Almirón, D. (2021). *FILADD*. Obtenido de <https://filadd.com/doc/barreras-de-entrada-y-de-salida-docx-estrategia>
- BCE. (2021). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: bce.fin.ec
- Bello, E. (7 de febrero de 2022). *IEBS Digital School*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>
- CEPAL. (2018). Estudio Económico de América Latina. *CEPAL*, 248. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43964/141/S1800837_es.pdf
- CFN. (2023). *Creando Futuro Nacional*. Obtenido de creando futuro nacional: www.cfn.fin.ec
- Coronado Marin, J. J. (2004). Economía en el maquinado para la Industria Metalmecánica. *Estudios Gerenciales*(94), 46. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21209402.pdf>
- Corporación Financiera Nacional CFN. (2017). *INDUSTRIAS BÁSICAS DE HIERRO Y ACERO*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/FS-Industrias-Basicas-de-Hierro-y-Acero-octubre-2017.pdf>
- Datosmacro.com. (2021). *Expansión/Datosmacro.com*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/ecuador>
- Flores García, A., & Mar Barrón, F. (19 de Abril de 2019). Optimización de procesos mediante el desarrollo de empleados. Caso: Empresa metalmecánica de fabricación de moldes. *CienciAcierta*, 10. Obtenido de <http://www.cienciacierta.uadec.mx/articulos/CC58/OptimizaciondeProcesos.pdf>
- Freire Morán, F. (29 de 9 de 2022). La gestión en innovación y las exportaciones de la industria metalmecánica en Ecuador: una propuesta de mejora de valor agregado. *Teoría y Praxis*(35), 49-65. doi:<https://doi.org/10.5377/typ.v1i35.14284>

- García, J. D. (12 de abril de 2012). Análisis de la capacidad tecnológica en Pymes metalmecánicas: una metodología de evaluación. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602012000100009
- Gutierrez, A. (2009). Reseñas. El Estado y la globalización en la industria siderúrgica mexicana de Gerardo González. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 40(159), 213-216. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820103011>
- ITC. (2021). *trade map*. Obtenido de trade map: www.trademap.org
- itc. (2023). *TRADEMAP*. Obtenido de TRADEMAP: WWW.TRADEMAP.ORG
- Jimenez, M. (2018). Perfil Ecuatoriano de las empresas metalmecánicas. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 4(1), 585-602.
doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.1.enero.585-602>
- MAP, T. (2023). *trade map*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Pursell, S. (14 de febrero de 2023). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Rodríguez Medina, G. (Diciembre de 2007). Gestión de costos de producción en el sector metalmecánico de la región zuliana. *Revista de Ciencias Sociales*, 13(3). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000300007
- Sampieri, R. H. (2004). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill. Obtenido de <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2017/03/Metodologia-de-la-Investigacion.pdf?msclkid=5fa7d329d0a111ecba44508f8115364b>
- SRI. (2023). www.sri.gob.ec. Obtenido de sri: www.sri.gob.ec
- Talacón, H. P. (septiembre de 2006). La Matriz FODA. *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de www.eumed.net/ce



Capítulo 2

Análisis del Crédito Comercial para Impulsar la Productividad en las MIPYMES de Guayaquil Periodo 2021 – 2022

Analysis of Commercial Credit to Boost Productivity in SMEs in Guayaquil Period 2021 - 2022

Allison Lissette Villamar-Castro

allison.villamar@upacifico.edu.ec

Margarita Ayala-Bolaños PhD

Margarita.ayala@upacifico.edu.ec

Lilia Valencia Cruzaty PhD

lvalencia@upse.edu.ec

Resumen

Las Pymes son las principales creadoras de fuentes de empleo y motor de la economía local de un país, el fortalecimiento de ellas depende del financiamiento que logren para sus inversiones y expansión, para demostrar las variables que afectan el crédito comercial para el financiamiento de las Mipymes. Se aplica una encuesta con el uso de un cuestionario de preguntas a una muestra de N=380 entre empleados y representantes de las Pymes, para ver el porque existen problemas para lograr un crédito. Conclusiones importantes son que el poco acceso al crédito comercial se da básicamente por una falta de cultura financiera y de carecer planificación estratégica que sustente los planes de negocios y proyectos de inversión.

Palabras claves: Fuentes de financiamiento, administración financiera, productividad.

Abstract

SMEs are the main creators of employment and the engine of the local economy of a country, their strengthening depends on the financing they obtain for their investments and expansion, to demonstrate the variables that affect commercial credit for the financing of MSMEs. A survey is applied with the use of a questionnaire of questions to a sample of N=380 between employees and representatives of SMEs, to see why there are problems in obtaining a loan. Important conclusions are that little access to commercial credit is basically due to a lack of financial literacy and a lack of strategic planning that supports business plans and investment projects.

Keywords: Sources of financing, financial administration, productivity.

Introducción

Las MiPymes son grupos de microempresas cuyas características se agrupan en unidades económicas en base al número de producción, ingresos o las ventas que realizan, flujos económicos invertido por los socios, total de personal y el monto de sus activos (Bravo , Muñoz y Loor, 2021). Pueden estar constituidas de forma personal o como sociedades, y las actividades que realizan pueden clasificarse como de comercio, servicios y producción de bienes (COPCI, 2018). El conjunto de medidas que realice el Estado en favor de las MiPymes va a permitir su desarrollo sostenible y un efecto multiplicador de bienestar en la sociedad (Castillo y Mera,2019).

La investigación tienen como objetivo revisar los factores que más afectan al crédito comercial para la MiPymes de Guayaquil, la ciudad es identificada por tener un gran número de propietarios de MiPymes, cuyo principal problema es su expansión por falta de recursos financieros, conocer los mecanismos para obtener un créditos comercial y sus beneficios , nos ayuda a entender que su desarrollo permite mover la economía del país en diferentes sectores.

El término MiPymes va evolucionando con el tiempo, antes se hablaba solo de las pymes, pero el crecimiento de los emprendedores con microempresas y la posterior estabilidad de los negocios, ha hecho que ahora hablemos de las MiPymes. Las Pymes en el Ecuador abarcan el 90% de las empresas de estas características, generando aproximadamente el 60% de los trabajos o empleo (Andrade, 2020)

Tabla 1. Detalle Tamaño

Clasificación	Trabajadores	Ventas Anuales o Ingresos Brutos Anuales en USD
Microempresa	Número de empleados que va entre 1-9	Menores o Iguales de \$100.000
Empresa Pequeña	Número de empleados que va entre 10-49	Rango de 100.001 a 1.000.000
Empresa Mediana	Número de empleados que va entre 50-199	Rango de \$1.000.000 a 5.000.000

Nota. Detalles que conlleva el tamaño de las MiPymes. Fuente: (INEN, 2023)

El nacimiento de las MiPymes, surge como una necesidad de autoempleo, manteniendo una condición de informalidad que conlleva a que exista dificultad para acceder al crédito financiero, también esto hace que tengan escasa internacionalización y sus actividades sean de poco desarrollo y uso tecnológico. Pero si se puede encontrar la versión óptima de las MiPymes con un alto crecimiento, con gestión eficiente e innovadora. Es decir, podemos encontrar MiPymes de diferentes tipos (CEPAL, 2020).

Las MiPymes generan fuentes de empleo en mayor proporción que las grandes empresas y aportando al Producto Interno Bruto (PIB) del país. Son un actor importante de la economía a nivel global, sin embargo, siguen manteniendo una relación relativa frente a la gran empresa, ya que son las grandes multinacionales las que mantienen el impulso de la globalización (Mendoza, Macias y Parrales, 2021).

Las Pymes, así mismo, se constituyen en fuente de inclusión social. Las Pymes dinamizan el empleo a nivel local, aportan con más auge en resolver problemas de sectores desfavorecidos y de atención prioritaria (Pacto-Global, 2023).

Uno de los mayores problemas para las MiPymes es el financiamiento, lo que contribuye a su lento crecimiento y baja productividad. Costear recursos financieros trata sobre el factor económico elemental para la expansión y desarrollo en las compañías, son

las instituciones inversionistas las que proveen de recursos y brindan soluciones efectivas a importantes problemas de desarrollo, brindando oportunidades para que las empresas innovadoras comiencen y desarrollen sus ideas (Saldaña, 2020)

Fuentes de Financiamiento para las Pymes

A pesar de sus desventajas frente a las grandes empresas sobre todo en lo tecnológico. Tienen un papel protagónico en la economía, su estructura organizacional simple les da facilidad en la toma de decisiones, sumado a que la mayoría son negocios familiares y con un acercamiento directo lo que les ayuda en la entrega del producto o servicios. Sin embargo, el gran debate está en el acceso al crédito comercial como fuente de financiamiento. Aún existen barreras que les permita a las MiPymes obtener esos fondos sin tanta tramitología que les permitan modernizarse y crecer (Garcia, 2021).

Como jerarquía financiera las MiPymes más desarrolladas pueden fortalecerse con fondos internos y mediante la reinversión de sus utilidades, ya que estos les generan menos incertidumbre y el mínimo riesgo en el control de la empresa. Otra fuente de financiamiento es la emisión de deudas, emisión de acciones, los capitales de riesgo, crédito del exterior y crédito de instituciones financieras pero básicamente esto se puede dar en economías fuertes, no siendo el caso del Ecuador (Briozzo, Vigier, Castillo, Pesce y Speroni, 2016)

Actualmente, en el país las instituciones que ofrecen crédito comercial están conformados por los bancos públicos y privados, también tenemos mutualistas, cooperativas de ahorro y crédito, entre otras instituciones financieras públicas y privadas. Otra figura es el crowdfunding, que consiste en solicitar aportaciones de pequeños montos a inversionistas a través de plataformas digitales, esto permite cubrir necesidades de liquidez. El crowdfunding y el crowdlending tienen como fin encontrar agentes con dinero que lo entregan a cambio de ganar intereses pactados, en la región de Piura - Perú frontera con el Ecuador, prefieren este sistema al del sistema financiero tradicional por sus bajos costos financieros (Gomez, Navarro y Marchena, 2022)

Los datos disponibles al 2017 indicaba que en el Ecuador había 884.236 empresas, distribuidas en 90,78% se consideran microempresas, el 7,22% empresas pequeñas, el 1,55% empresas medianas y las empresas grandes representaban el 0,46% (INEC, 2018). Para el 2020 se registraron 846.671 y para el 2021 se registraron 849.831 empresas con similares proporciones (INEC, 2021).



Figura 1. Problemas Generado por el Escaso Financiamiento de las Pymes de Guayaquil (Castillo, 2019).

Nota. La figura muestra los problemas generados por el escaso financiamiento. Fuente: Matriz de financiento de las Pymes (Castillo, 2019).

La búsqueda de soluciones a la problemática del escaso financiamiento (figura 1), lleva a un análisis de porque las entidades inversionistas no desean entregar préstamos hacia las MiPymes. El crédito financiero para las MiPymes busca hacer funcionar sus actividades productivas. Pero el crédito comercial puede verse afectado por otros aspectos y la ausencia puede provocar el cierre de la empresa (Nieto, 2021).

Tabla 2. Aspectos a revisar en el crédito comercial para las Pymes

Aspectos	Conceptos
Índice / razón de Morosidad	Parte de la cartera o cuentas por cobrar que se encuentra en mora
Índice/ razón de Cobertura	Parte de la cartera protegida para evitar que se vuelva incobrable.
Líneas de Negocio	De acuerdo a la línea de negocio se define un modelo de negocio y se puede otorgar un crédito

Nota. Fuente: Operaciones crediticias de las microempresas en el Ecuador (Nieto, 2021).

La banca pública se ha convertido en fuente de financiamiento de las Pymes, en contrapartida cuando la privada restringe el crédito. Dentro de las instituciones del Estado tenemos a las que apoyan con crédito, con bajos intereses y específicamente para ciertas actividades productivas.

Tabla 3. Instituciones Financieras del Estado que ofrecen crédito a las MiPymes

Instituciones	Detalle
Banco Central del Ecuador	Institución del estado que participa como proveedor de financiamiento.
BANECUADOR	Institución del estado que otorga crédito a las MiPymes, con montos mínimos, periodos de gracia, entre otros beneficios.
Corporación Financiera Nacional CFN	Institución que ayuda a empresas como las MiPymes para financiar sus proyectos productivos, con créditos de segundo piso. Apoyada por el Banco Mundial.
BIESS BANCO DEL IESS	Préstamos express de 25.000 a 100.000 con tasas de interés bajas, coordinado con la CFN
Banco de Desarrollo del Ecuador	Otorgan crédito a las microempresas

Nota. Instituciones públicas que dan crédito a las Pymes. Fuente: (BanEcuador, 2023) (CFN, 2023)

La CAF o Banco de Desarrollo de América Latina es la institución internacional que apoya el acceso a financiamiento para las MiPymes, a través de alianzas estratégicas con instituciones locales, realizando actividades para la generación de progreso económico en las MiPymes dado en los países latinoamericanos y brindar oportunidades a las personas, pero son las instituciones del estado las que deben canalizar estos recursos para el fortalecimiento de las MiPymes y muchas veces son demasiados los requisitos que solicitan, que obstaculizan el flujo de estos recursos. Sin contar que dentro de las instituciones públicas pueden existir actos de corrupción que pueden direccionar mal estos recursos (CAF, 2023).

Las tasas de interés como indicador económico para el financiamiento de las Pymes, mantener una elevada tasa de interés para este sector de la economía, provoca que se limite el acceso al crédito.

Tabla 4. Tasa de Interés Activas promedio 2018-2021

Segmento	2018	2019	2020	2021
Productivo				
Productivo Corporativo	7.99	9.06	8.97	8,57
Productivo Empresarial	9.56	9.79	9,81	9,89
Productivo MiPymes	10.78	10.35	10,93	11,18

Nota. Promedio porcentual de las tasas de interés. Fuente: Banco Central del Ecuador 2023 (BCE, 2023)

El Ban Ecuador en el 2022 inicia la entrega de un crédito de carácter social llamado 1x30 que significa, crédito al 1% de interés y a 30 años plazo, este es un crédito para MiPymes, Los montos van desde los \$500 dólares a \$5.000, y el plazo es de 1 año a 30 años, ciertos montón con garante y otros no . Definitivamente eso fortalece a las MiPymes y correctamente impulsado puede mejorar los negocios de muchos ciudadanos (BanEcuador, 2023).

Fortalezas y Debilidades de las MiPymes

Como fortaleza de las MiPymes tenemos el de disponer de menos personal, y esto permite que realicen tareas diversas. Este hecho favorece, ya que el personal desarrolla conocimientos a partir de sus responsabilidades y le permite expresar su creatividad con libertad. Asimismo, hay una mayor flexibilidad en cuanto a políticas internas debido a la informalidad y poca burocracia de sus procesos. Su naturaleza y característica estructurales, sociales y funcionales las hace distintas a las grandes empresas. Desde una perspectiva económica, contribuye a una mejor distribución del ingreso, ya que los sueldos no son tan competitivos como en las empresas grandes, ni están pendiente de grandes paquetes salariales que si tienen las multinacionales (Herrera, Larran, Lechuga y Martinez, 2016).

Tabla 5. Fortalezas de las Pymes

Ejes	Definición
Liderazgo Concentrado	Estructura organizacional pequeña, con poco personal permite tomar decisiones oportunas, sin tanta burocracia.
Estructura Organizacional Horizontal	Poco personal, diversificación de responsabilidad y todos conocen la empresa
Atención directa a los Clientes	Cercanía con los clientes
Relación directa a los Proveedores	Al ser empresas locales, que se forma por una necesidad personal partiendo de una experiencia, conocen donde conseguir los proveedores y la materia prima para su actividad.

Nota. Principales fortalezas de las Mipymes. (Garcia-Moreno, 2019) (CEPAL, 2020).

Las debilidades pueden darse por influencias tanto interna como externas, la forma como se crean, el estado de informalidad de algunas, poco acceso a crédito y la crisis económica del entorno hace que algunas tengan mucha vulnerabilidad y lleguen a la quiebra y cierre (Garcia-Moreno, 2019)

Tabla 6. Debilidades de las Pymes

Ejes	Definición
Gestión de Recursos Intangibles	Falta de Conocimiento de administración y procesos de calidad y de desarrollo tecnológico
Gestión de Recursos tangibles	Falta de capital, maquinarias, tecnología , sistemas informáticos, costos.
Gestión Estratégica y Financiera	Falta un plan de negocio, mercadeo, financiero y poca internacionalización

Nota. Principales debilidades de las Mipymes. Fuente: (Garcia-Moreno, 2019)

La pequeña estructura las convierte en débiles a la hora de competir, es por esto que los gobiernos legislan en favor de estimular la creación y consolidación a través de beneficios y excepciones tributarios para disminuir el pago de impuesto a negocios populares y emprendedores (PWC, 2021).

Existe poco conocimiento e interés de invertir hacia el mercado bursátil, esto mantiene al mercado de valores ecuatoriano poco desarrollado a pesar de tener gran número de empresas, existe poca cultura financiera y la creencia que la Bolsa de Valores produce pérdidas en vez de generar utilidades, las Mipymes pueden tener momentáneamente excedentes de dinero que podría ser invertidos para generar más recursos, en esta rama también hay poca difusión y eso no permite a las Mipymes incursionar en esta temática (Pérez, Rivera y Solís, 2015)

Productividad de las MiPymes

El financiamiento es una herramienta que provee del flujo de efectivo que sirve para las operaciones, inversiones y financiamiento para adquisición de activos, capital de trabajo y recursos tangibles e intangibles. Para muchos negocios pequeños hay la creencia acerca que es muy complejo adquirir crédito por parte de inversiones privadas y no de públicas. Y esto hace que los dueños de las Mipymes estén reacios a solicitarlos, por lo que van a la fuente pública para evitar sobre todo las garantías que piden los bancos (López, Ramírez y López, 2022)

La productividad de las Mipymes la podríamos medir por un lado en función de las ventas y de la generación de empleo y por otro lado la capacidad de innovación y activos fijos como equipos de tecnología, sin embargo estas dos últimas se ven limitadas por poseer pocos recursos económicos y humanos, normalmente en proyectos de innovación las Mipymes, requieren personal calificado en innovación y la tecnología necesaria, lo que aumentan los costos y riesgos cosas que los dueños son más cautelosos en hacerlo.

Tabla 7. Grupo de empresas distribución por tamaño y ventas y número de afiliados año 2017

Grupo de empresas	Nro. en %	Nro. de Afiliados	Distribución de ventas según tamaño en %
Microempresa	90.78	24.51	0.96
Mediana Empresa	1.55	17.43	21.44
Pequeña empresa	7.22	19.24	6.26
Grande empresa	0.46	38.83	71.34

Nota. Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) del Instituto de Estadísticas y Censos en conjunto con el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Instituto de Seguridad Social (IESS), a la fecha actual existe información hasta el año 2021 (INEC, 2018).

Para el 2017 fueron reportadas 884.236 empresas en el Ecuador, de las cuales el 0,46% eran grande empresa el resto forman parte de las Mipymes (INEC, 2018). El resumen del 2021 del DIEE ha registrado una disminución en relación al dato del 2017 de 849.831 empresas, solo de Guayaquil son 114.694 empresas. Las empresas tienen 2.642.048.75 de empleos registrados, solo Guayaquil tiene 508.091.08. En lo referente

a las Ventas en el Ecuador hay un total de 156.723.583,26 en miles de dólares , siendo de Guayaquil 45.248.025,13 miles de dólares.

Tabla 8. Grupo de empresas distribución por tamaño y ventas y número de afiliados año 2021

Grupo de empresas	Nro	empleo registrados	Ventas en miles de dólares
Microempresas	101.745	109.961.48	263.390,73
Medianas Empresas	2.492	89.331.68	4.757.544,23
Pequeñas Empresas	9.363	84.339.49	2.636.763,99
Grandes Empresas	1.094	305.728.44	37.581.766,12
Total	114.694	589.091.08	45.248.025,13

Nota. Visualizador del registro estadístico de Empresas 2021. Fuente: Instituto Nacional de estadística y censos (INEC, REEM, 2021)

En lo que refiere a la productividad estaría dada sobre el volumen de ventas o ingresos que se generan para obtener utilidades, y toda la gestión que implica lograrlo sea: mercadeo, financiero, producción , tecnología, liderazgo. La productividad de una Mipymes le permite solventar los salarios de sus empleados, costos y poder mantener sus inversiones. Así mismo esta productividad se la logra manteniéndose competitivo y esto a su vez se alcanza aumentando el número de clientes y con la fidelidad del cliente. Pero esto no es tan fácil debido a la alta competencia que existe en las diferentes industrias y a veces por lo poderosas que pueden ser las grandes empresas. De ahí la importancia de fortalecer los conocimientos de las Mipymes para hacerlas más competitivas y productivas.

Materiales y métodos

La percepción de las personas sobre el crédito comercial para las MiPymes, nos permite conocer el grado de dificultad que tienen para adquirirlo, en esta investigación se utiliza un método descriptivo en el análisis de los resultados. Es de corte transversal por la temporalidad en la toma de datos. Otra técnica utilizada es el análisis documental de fuentes bibliográficas obtenidas de revistas, libros virtuales y artículos científicos en páginas tales como: como Elsevier , Scielo , Redalyc, entre otros. El trabajo fue realizado con metodología mixta es decir cualitativo y cuantitativo.

Se utiliza la encuesta para obtener la información, se usó una muestra aleatoria simple a 380 personas. Se aplicó la fórmula de población finita. La población fue obtenida del registro de 37.730 Mipymes activas y la selección fue en base a un estudio de Digital Publisher. Se diseñó un cuestionario con 8 preguntas validadas por un académico y dirigida a independientes, dueños y empleados de MiPymes en Guayaquil. (Abad, Mata y Suriaga, 2022), se utiliza la siguiente fórmula :

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

Se despeja cada elemento:

N= población de 37.730 empresas activas de la ciudad de Guayaquil

Z α = 1,96

p = 50% o 0,5

q= 0,5

d = 0,05

$$n = \frac{37730 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (37730 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{36235.892}{95.2829}$$

$n = 380.29 = 380$ representantes de pequeñas empresas activas en Guayaquil a encuestar

Resultados

De acuerdo a las preguntas realizadas se procede a exponer los resultados obtenidos.

Tabla 9. Las Pymes de Guayaquil influyen a la superación profesional y generación de plazas laborales

Variable	Cantidad	%
Si	357	93,95%
No	20	5,26%
Talvez	3	0,79%
Total	380	100,00%

Nota. Fuente: la encuesta

El Si representan el 93,95%, el No son 20 datos que indican un 5,26%, y finalmente Talvez son 3 datos (tabla 9)

Tabla 10. Los representantes Legales de las Pymes de Guayaquil Tienen Conocimiento de Administración Financiera

Variable	Cantidad	%
Si	148	38,95%
No	64	16,84%
Talvez	168	44,21%
Total	380	100,00%

Nota. La Encuesta.

Son 148 datos obtenidos del Si representan el 38,95%, el No son 64 datos que indican un 16,84%, y finalmente Talvez son 168 datos que detallan un 44,21% (tabla 10)

Tabla 11. Las Pymes de Guayaquil Tienen Muchos Obstáculos para Adquirir un Crédito Comercial

Variable	Cantidad	%
Si	369	97,11%
No	10	2,63%
Talvez	1	0,26%
Total	380	100,00%

Nota. Fuente: La encuesta

Son 369 datos obtenidos con respuesta Si representando el 97,11%, el No son 10 datos que indican un 2,63%, y finalmente Talvez son 1 dato que detallan un 0,26% (tabla 11).

Tabla 12. Situación Promedio - Financiera en las Pymes de Guayaquil

Variable	Cantidad	%
Bastante estable	4	1,05%
Normalmente estable	180	47,37%
Poco estable	196	51,58%
Total	380	100,00%

Nota. Fuente: La encuesta

Son 4 datos obtenidos que dicen es bastante estable y representan el 1,05%, normalmente estable son 180 datos que indican un 47,37%, y finalmente poco estable son 196 datos que detallan un 51,58% (tabla 12)

Tabla 13. Negación Crédito Comercial, Pymes de Guayaquil no Puedan Salir Adelante Financieramente

Variable	Cantidad	%
Si	371	97,63%
No	6	1,58%
Talvez	3	0,79%
Total	380	100,00%

Nota. Fuente: La encuesta.

Son 371 datos obtenidos que dicen Si y representan el 97,63%, el No son 6 datos que indican un 1,58%, y finalmente Talvez son 3 datos que detallan un 0,79% (tabla 13).

Tabla 14. Facilidad de Adquirir Crédito Comercial con Entidades que no son Legalmente Financieras

Variable	Cantidad	%
Si	331	87,11%
No	3	0,79%
Talvez	46	12,11%
Total	380	100,00%

Nota. Fuente: la encuesta

Son 331 datos obtenidos que dicen Si y representan el 87,11%, el No son 3 datos que indican un 0,79%, y finalmente Talvez son 46 datos que detallan un 12,11% (tabla 14).

Tabla 15. Razones por la Negación al Crédito Comercial para las MiPymes de Guayaquil

Variable	Cantidad	%
No presentan sus Estados Financieros – Presupuestos y flujos de ingresos y gastos	289	76,05%
No tienen historial de crédito comercial	46	12,11%
Representan riesgo comercial por deudas incumplidas	45	11,84%
Total	380	100,00%

Nota. Fuente: La encuesta

Son 289 datos obtenidos para la opción 1 y representan el 76,05%, la segunda opción son 46 datos que indican un 12,11%, y finalmente la tercera opción son 45 datos que detallan un 11,84% (tabla 15).

Tabla 16. Estrategias para Adquirir Financiamiento en las Pymes Comerciales de Guayaquil

Variable	Cantidad	%
Financiamiento en Instituciones del Estado	145	38,16%
Financiamiento externo (inversionistas)	162	42,63%
Financiamiento interno con redistribución de utilidades y reducción costos	73	19,21%
Total	380	100,00%

Nota. Fuente: La encuesta

Son 145 datos que dicen la opción 1 y representan el 38,16%, la segunda opción son 162 datos que indican un 42,63%, y finalmente la tercera opción son 73 datos que detallan un 19,21% (tabla 16).

Tabla 17. Indicador Alfa de Cronbach en estudio artículo académico

Indicador	%
Alfa de Cronbach	85,27%
Total	85,27%

Nota. Indicador Alfa de Cronbach. Fuente: La encuesta.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K = 8

Vi = 13,06

Vt = 27,82

a = 0.8527%

Finalmente, para validar la información obtenida, se usó el coeficiente alfa de Cronbach, esto permite evaluar la validación de datos en los instrumentos cuyas respuestas a los ítems son dicotómicas o tienen más de dos valores, en este caso medir la confiabilidad de la aproximación en las afirmaciones de los representantes de Mipymes, el resultado que arrojó el estudio del instrumento en verificación de datos fue del 85.27 %, es decir es un estudio viable.

Conclusiones

Las empresas deben contar con información financiera clara y actualizada para que pueda ser analizada. Es en este momento que los bancos, sucursales y demás instituciones financieras deben desarrollar modelos de educación financiera para que los dueños de pymes tengan el conocimiento para controlar adecuadamente los datos de su negocio y tengan oportunidades de recibir financiamiento bancario.

Dada la especificidad de poca información financiera actualizada, el tipo de análisis que realizan los bancos a estas empresas para reducir el riesgo es más detallado, lo que genera un retraso en el tiempo de respuesta del proceso de gestión. Para el 93,95% de los encuestados, las Pymes son dinamizadoras de la economía local, porque generan fuentes de empleo para los ciudadanos y promoviendo la actividad comercial en los individuos favoreciendo al progreso de la comunidad. El 44,21%, indica que no tienen conocimiento sobre administración financiera, es decir pueden solo tener una instrucción básica profesional, lo cual puede ser una determinante a la hora de manejar eficientemente sus pequeñas empresas.

El 97,11%, de los encuestados coinciden que tienen dificultad para poder adquirir un crédito comercial lo cual imposibilita a que tengan el financiamiento necesario y sin esto es muy difícil que ellas puedan crecer con los recursos que tienen al momento, la hipótesis de la negación del recurso financiero puede estar fundamentada en pocos registros financieros registrados de sus actividades operativa. Sobre la estabilidad de las MiPymes el 51,58% indica que tienen poca estabilidad, esto presume en que puede entrar en crisis, si llegan eventos externos que los afecten.

El 97,63% de los encuestados indica que los financiamientos no llegan de forma oportuna, y esto puede significar que se obstaculiza su crecimiento y expansión, dado a que por lo general cuentan con pocos activos, creadas con un capital mínimo, con pasivos pueden expandirse, aunque los limita el riesgo. El 87,11% indica que obtienen financiamiento por otras instituciones informales, esto les puede representar un riesgo financieros y personales. El 76,05%, indica que no elaboran sus estados financieros – presupuestos y flujos de ingresos y gastos y muchas veces no tienen esa información, sumada al poco conocimiento de administración financiera, esto demuestra la falta de planificación y procesos. Por último, las opciones de financiamiento que prefieren son a través de inversionistas con un 42,63% y en instituciones del Estado con un 38,16%.

Se requieren espacios donde converjan las MiPymes y las instituciones que otorgan financiamiento, sin tener tantos procesos burocráticas para obtener un crédito comercial, de esta manera se pueden financiar a tiempo, crecer en sus ventas y utilidades y expandirse, favoreciendo su entorno.

Referencias Bibliográfica

- Abad, G., Mata, D., y Suriaga, M. (2022). La responsabilidad social como factor de calidad de las PyME comerciales de Guayaquil, Ecuador. *Digital Publisher*, 7(5), 303-314. doi:doi.org/10.33386/593dp.2022.5-1.1362
- Andrade, J. (27 de Junio de 2020). *Pymes Ecuador*. Obtenido de <https://plusvalores.com.ec/pymes-ecuador/>
- BanEcuador. (2023). Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/creditoempresas/>
- BanEcuador. (2023). *Crédito al 1% de interés y a 30 años plazo*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/creditopersonas/creditomicroempresa/credito1x30/>
- BCE. (2023). Obtenido de INFORMACIÓN ESTADÍSTICA MENSUAL NO. 2052 - FEBRERO 2023: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/Indic es/m2052022023.html>
- Bravo , M., Muñoz, R., y Loor, H. (2021). ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS NIVELES DE PRODUCCIÓN EN LAS MIPYMES ECUATORIANAS DURANTE LA COVID-19. *Publicando*, 8(31). doi:<https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2257>
- Briozzo, A., Vigier, H., Castillo, N., Pesce, G., y Speroni, C. (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal? *Estudios Gerenciales*, 32(138), 71-81. doi:DOI:10.1016/j.estger.2015.11.003
- CAF. (2023). Obtenido de <https://www.caf.com/es/temas/d/desarrollo-financiero/mipyme/>
- Castillo , J., y Mera, A. (2019). Obtenido de Análisis del financiamiento de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Guayaquil período 2018: <https://1library.co/document/y8g37n4z-analisis-financiamiento-pymes-sector-comercial-ciudad-guayaquil-periodo.html>
- CEPAL. (2020). *MIPYMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Publicación de las Naciones Unidas, Santiago. Recuperado el 2023, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf
- CFN. (2023). Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/servicios/segundo-piso/>
- COPCI. (2018). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI*. Obtenido de <https://faolex.fao.org/docs/pdf/ecu207710.pdf>
- Garcia , T., Galo, H., Villafuerte, O., y Marcelo, F. (14 de Agosto de 2021). Las restricciones al financiamiento de las PYMES del Ecuador y su incidencia en la política de inversiones.

- Actualidad Contable FACES*, 49-73. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25739666004.pdf>
- García-Moreno, E. (8 de Agosto de 2019). Marco analítico de la gestión financiera en las pequeñas y medianas empresas: problemas y perspectivas de diagnóstico. *Ciencia*, 12(31), 128-139. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5826/582661248013/html/>
- Gómez, G., Navarro, J., y Marchena, L. (8 de Mayo de 2022). El crowdlending como alternativa de financiamiento para las mipymes del Perú. *Retos*, 12(23), 161-177. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.10>
- Herrera, J., Larran, M., Lechuga, M., & Martínez, D. (Enero de 2016). Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. *I9(1)*, 31-44. doi:DOI: 10.1016/j.rcsar.2014.10.003
- INEC. (2021). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- INEC. (2021). *REEM*. Obtenido de <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTM4MTU3NzgtOGE2YS00MDcxLThiYzYtNDU0ZmOTNhODBiIiwidCI6ImYxNTlhMmU4LWVhZWVtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9>
- INEN. (2023). Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización : <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- López, A., Ramírez, M., y López, A. (9 de Junio de 2022). El financiamiento como estrategia de desarrollo en microempresas artesanales de San Bartolo Coyotepec Oaxaca, México. 22(68), 23-56. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.22136/est20221723>
- Mendoza, J., Macías, G., y Parrales, M. (2021). DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS: SU EVOLUCIÓN 2015-2020. *Publicando*, 8(31). doi:<https://doi.org/10.51528/tp.vol8.id2253>
- Nieto, F. (2021). Operaciones crediticias de las microempresas en Ecuador, previo a Emergencia Sanitaria. *Podium(39)*. doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.3>
- Pacto-Global. (2023). Obtenido de <https://actoresostenibles.com/>
- Pérez, O., Rivera, A., y Solís, L. (Abril de 2015). Análisis del Mercado de Valores Ecuatoriano como fuente de inversión para las PyMES. 8(13), 8-15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663827003.pdf>
- PWC. (2021). Obtenido de Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19: <https://www.pwc.ec/es/tax-news/2021/TN71-21.pdf>
- Saldaña, Y. (30 de Julio de 2020). Fuentes de financiamiento alternativas para las pequeñas y medianas empresas. *FIPCAEC*, 5(3), 966-977. doi:DOI: 10.23857/fipcaec.v5i3.274



Capítulo 3

Empleo Salarios y Sostenibilidad Empresarial en el Ecuador

Employment Salaries and Business Sustainability in Ecuador

Roberto Carlos Palma Cevallos

Roberto.palma@upacifico.edu.ec

Victor Paul Granda López

paul.granda@upacifico.edu.ec

Margarita Ayala Bolaños

margarita.ayala@upacifico.edu.ec

Resumen

El estudio analiza la relación entre crecimiento económico, empleo, salarios y sostenibilidad empresarial en Ecuador. Se concluye que la desigualdad y la informalidad laboral obstaculizan una economía sostenible y justa. Se destaca la importancia de políticas públicas y privadas para fomentar empleo formal, salarios mejorados y prácticas empresariales sostenibles. En términos de empleo, hay diversidad por sectores, con estabilidad en servicios y variabilidad en agrícola e industrial. Se observa una disminución en la proporción de personas empleadas, desafíos en empleabilidad y acceso a empleo de calidad. El desempleo y el empleo vulnerable aumentan. Flujos de inversión extranjera directa varían y afectan el desarrollo económico. Menos personas emprenden negocios propios. El estudio destaca la importancia de políticas públicas para empleo formal, salarios justos y prácticas empresariales sostenibles. Requiere atención a derechos laborales y un salario mínimo adecuado en Ecuador. En resumen, crecimiento del empleo y salarios son fundamentales para el bienestar económico y social, junto con prácticas empresariales sostenibles. Requiere cooperación público-privada y participación activa para un futuro justo y sostenible.

Palabras Claves: Emprendimientos, condiciones laborales, liderazgo, empresas sostenibles

Abstract

The study analyzes the relationship between economic growth, employment, wages and business sustainability in Ecuador. It is concluded that inequality and labor informality hinder a sustainable and fair economy. The importance of public and private policies to promote formal employment, improved wages and sustainable business practices is highlighted. In terms of employment, there is diversity by sector, with stability in services and variability in agriculture and industry. There is a decrease in the proportion of people employed, challenges in employability and access to quality employment. Unemployment and vulnerable employment are increasing. Foreign direct investment flows vary and affect economic development. Fewer people start their own businesses. The study highlights the importance of public policies for formal employment, fair wages and sustainable business practices. It requires attention to labor rights and an adequate minimum wage in Ecuador. In short, job growth and wages are essential for economic and social well-being, along with sustainable business practices. It requires public-private cooperation and active participation for a just and sustainable future.

Keys words: Entrepreneurship, working conditions, leadership, sustainable companies

Introducción

La economía ecuatoriana ha presentado importantes transformaciones, especialmente en lo que respecta al empleo, salarios y sostenibilidad empresarial. Este estudio busca analizar estas tres variables y su relación en el contexto ecuatoriano, a partir de la revisión de estudios y análisis recientes. En relación al empleo, se destaca que, el desempleo y la informalidad laboral continúan siendo desafíos importantes para el país. En el último trimestre de 2021, el desempleo estuvo en el 4,5% y la de subempleo en 25,1%, mientras que la tasa de empleo adecuado fue del 35,8% (INEC, 2021).

El salario promedio mensual en septiembre de 2021 fue de \$473, lo que representa un aumento del 1,5% (BCE, 2021). La sostenibilidad empresarial, por su parte, se ha convertido en una preocupación cada vez mayor en el Ecuador, especialmente en relación con el desarrollo sostenible. En este sentido, las empresas pueden ayudar a la búsqueda de soluciones y estrategias que propicien al equilibrio entre desarrollo de la economía y desarrollo sostenible.

El empleo, los salarios y la sostenibilidad empresarial son temas de gran importancia en el Ecuador, y su relación presenta desafíos y oportunidades para el desarrollo del país. En cuanto al empleo, el desempleo y la informalidad laboral continúan siendo desafíos importantes. La tasa de subempleo en el último trimestre de 2021 fue del 25,1% (INEC, 2021), el acceso al empleo es desigual en distintos grupos de la población, siendo los más vulnerables las mujeres, las personas discapacitadas y los jóvenes al iniciar su proceso de inserción (CEPAL, 2021). En cuanto a los salarios, aunque ha habido un incremento, el salario promedio en el país sigue siendo bajo y no permite una vida digna para los trabajadores. Además, la desigualdad salarial es alta, y las brechas entre los salarios de los trabajadores formales e informales y entre los distintos sectores económicos son significativas (BCE, 2021).

La relación entre empleo, salarios y sostenibilidad empresarial en el Ecuador justifica su estudio por diversas razones respaldadas por referencias bibliográficas. En primer lugar, la creación de empleo formal y digno es fundamental para reducir la pobreza (Banco Mundial, 2018). Además, los salarios justos y equitativos son esenciales para garantizar el bienestar social, así como para reducir la brecha de desigualdad (CEPAL, 2018). Por otro lado, la sostenibilidad empresarial contribuye a crear una mejor sociedad, a través de la redistribución de la riqueza logrando el desarrollo sostenible (PNUD, 2017).

Además, otro estudio realizado destaca que la sostenibilidad empresarial es esencial para reducir el impacto ambiental empresarial y promover un desarrollo sostenible y responsable (CEE, 2018).

Emprendimientos para Crear Empleos

Según Valencia Cruzaty (2021), promover el emprendimiento a través de una formación rigurosa y experiencias prácticas con oportunidades reales es fundamental para la creación de empleo y lograr la sostenibilidad empresarial. La importancia de valores sociales y conocimientos respaldados por políticas públicas para el éxito del emprendimiento. Por otro lado, Vallejo y Ayala (2018) sugieren que la flexibilización del empleo puede mejorar la situación laboral al aumentar la contratación de personas y proporcionar estabilidad a la economía. Se resalta la necesidad de políticas públicas que fomenten tanto el emprendimiento como la flexibilización del empleo para mejorar la situación laboral y económica del país.

En Ecuador, el emprendimiento ha demostrado ser una herramienta clave para generar empleo y fortalecer la economía. La promoción del emprendimiento requiere una formación sólida que incluya habilidades técnicas y empresariales, la promoción de valores sociales y el compromiso con el desarrollo sostenible. Además, las políticas públicas, como incentivos fiscales, acceso a financiamiento y simplificación de trámites, pueden jugar un papel crucial en el apoyo a los emprendedores y la promoción de la sostenibilidad empresarial.

Por otro lado, la flexibilización del empleo puede contribuir a la estabilidad económica y generar más oportunidades de empleo. Según Vallejo y Ayala (2018), la flexibilidad laboral puede lograrse a través de la contratación a tiempo parcial o la creación de empresas adaptables a las necesidades del mercado. En conclusión, el fomento del emprendimiento y la flexibilización del empleo son estrategias importantes para impulsar el empleo y fortalecer la economía ecuatoriana. La formación adecuada respaldada por políticas públicas permitiría el éxito de estas iniciativas.

Salarios y Empleos

Las empresas productivas ofrecen mejores salarios, lo que atrae a los trabajadores más eficientes (Sanchez Trujillo, 2019). La educación influye en la desigualdad de empleo y salarios, ya que aquellos con mayor nivel educativo tienen más oportunidades de acceder a empleos de calidad, mientras que aquellos con menor educación enfrentan dificultades para encontrar empleo, lo que aumenta la pobreza (Groisman, 2014).

En Ecuador, la situación salarial y de empleo ha sido preocupante en los últimos años. El salario mínimo para 2022 es de \$438, y aunque ha habido algunas mejoras, sigue siendo muy bajo. Muchos trabajadores carecen de contratos formales y no reciben beneficios como seguro de salud, vacaciones pagadas y horas extras remuneradas. Esto afecta especialmente a los trabajadores informales, que constituyen un gran la fuerza laboral del país. La brecha salarial en Ecuador también es un problema importante. Según el INEC, en el segundo trimestre de 2021, el ingreso promedio mensual de las personas que trabajan en las áreas urbanas fue de \$618, mientras que en las áreas rurales fue de \$305. Además, la brecha salarial de géneros es significativa, con las mujeres ganando un promedio de \$489 mientras que los hombres ganan \$661.

En cuanto a la educación, es cierto que las personas con mayor nivel educativo recibe mayores oportunidades para su inserción y desarrollo laboral. Sin embargo, la situación en Ecuador es complicada debido a la calidad y accesibilidad de la educación. Muchos jóvenes no tienen acceso a educación universitaria y, cuando lo tienen, a menudo enfrentan problemas para encontrar empleos adecuados y bien remunerados.

Sostenibilidad Empresarial

Según Sánchez Trujillo (2019), el Producto Interno Bruto (PIB) es un indicador de la relación entre la sostenibilidad empresarial, el crecimiento del empleo y los salarios. La desigualdad es una consecuencia del crecimiento económico del país y puede obstaculizar la cohesión social y política.

Las empresas en Ecuador se enfrentan a diversos desafíos para lograr la sostenibilidad empresarial. Según el estudio "Sostenibilidad empresarial en el Ecuador: retos y oportunidades" de la Universidad de Cuenca (2021), la falta de una cultura empresarial orientada hacia la sostenibilidad. Muchas empresas en el país aún no han adoptado prácticas sostenibles y no tienen una estrategia clara en este sentido. Además, la falta de regulación y políticas públicas adecuadas también es un obstáculo para la sostenibilidad empresarial en Ecuador. Según el estudio mencionado anteriormente, los pocos incentivos y regulaciones claras hacen que las empresas no se sientan motivadas para adoptar prácticas sostenibles. Sin embargo, hay algunas iniciativas positivas en el país en relación a la sostenibilidad empresarial, impulsadas por un programa de eficiencia energética, lanzado en 2019, para optar por nuevas tecnologías más eficientes en ahorro de energía (Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables, 2021).

Metodología

Se lleva a cabo una investigación descriptiva y analítica de corte transversal. El objetivo principal es revisar los indicadores del empleo, los salarios y la sostenibilidad empresarial en Ecuador. Se utilizaron diferentes herramientas, como bases de datos especializadas, bibliotecas virtuales, motores de búsqueda y catálogos en línea, para encontrar fuentes confiables y verificadas. Una vez obtenida la información, se realizó un proceso de análisis crítico para seleccionar las ideas más importantes y relevantes, descartando aquellas que no eran pertinentes al objetivo del estudio. Se utilizaron técnicas de lectura crítica, subrayado, resumen y esquematización para organizar y jerarquizar la información obtenida. Posteriormente, se elaboró una estructura para el estudio, siguiendo una secuencia lógica y coherente que permitiera al lector comprender el contenido y el argumento principal del texto. Esta estructura se basó en las ideas seleccionadas durante el proceso de análisis. Finalmente, se redactó el estudio utilizando las ideas y la estructura previamente definida. Durante la redacción, se utilizaron técnicas de redacción, como la selección adecuada de palabras, la coherencia y cohesión de las frases y párrafos, y la revisión constante del contenido para asegurar la claridad y precisión del texto.

Resultados

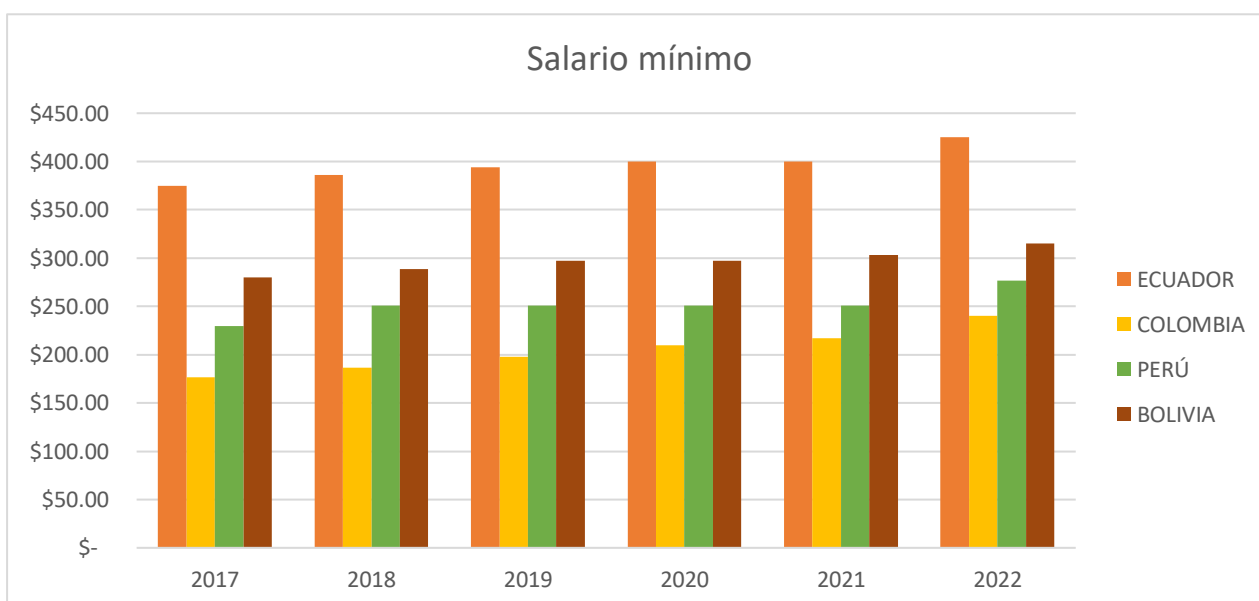
El salario mínimo es determinado por el gobierno o por organismos encargados de regular el empleo y las condiciones laborales en dicho país, para lograr que los trabajadores más vulnerables tengan un ingreso mínimo para cubrir sus necesidades básicas.

Tabla 1. Salario mínimo de Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia

SALARIO MINIMO											
ECUADOR			COLOMBIA			PERÚ			BOLIVIA		
Año (aaaa)	Salario mínimo mensual (USD)	Variación porcentual al anual %	Año (aaaa)	Salario mínimo mensual (USD)	Variación porcentual al anual %	Año (aaaa)	Salario mínimo mensual (USD)	Variación porcentual al anual %	Año (aaaa)	Salario mínimo mensual (USD)	Variación porcentual al anual %
2017	\$ 375.00	2%	2017	\$ 176.39	7%	2017	\$ 229.50	0%	2017	280	11%
2018	\$ 386.00	3%	2018	\$ 186.79	6%	2018	\$ 251.10	9%	2018	288.4	3%
2019	\$ 394.00	2%	2019	\$ 198.00	6%	2019	\$ 251.10	0%	2019	297.08	3%
2020	\$ 400.00	2%	2020	\$ 209.88	6%	2020	\$ 251.10	0%	2020	297.08	0%
2021	\$ 400.00	0%	2021	\$ 217.23	4%	2021	\$ 251.10	0%	2021	302.96	2%
2022	\$ 425.00	6%	2022	\$ 240.00	10%	2022	\$ 276.75	10%	2022	315	4%

Nota. Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2023), (Ministerio del Trabajo y decretos del Gobierno Nacional de Colombia, 2023), (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú, 2023) y (Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, 2023).

Gráfico 1. Salario mínimo



Nota. Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2023), (Ministerio del Trabajo y decretos del Gobierno Nacional, 2023) en Colombia, (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2023) en Perú, y (Instituto Nacional de Estadística, 2023) en Bolivia.

El Ecuador presenta el salario mínimo mensual SMM de \$375.00. A lo largo de los años, se registró un aumento del 2% en 2017 y un incremento continuo en los años siguientes. En el año 2022, el salario mínimo mensual en Ecuador alcanzó los \$425.00, reflejando un aumento del 6% comparado al año anterior. En Colombia, en el año 2017, el SMM fue de \$176.39. Los siguientes años, se observaron aumentos anuales con variaciones porcentuales que oscilaron entre el 4% y el 10%. En el año 2022, el SMM en Colombia fue de \$240.00, equivale a un aumento del 10% respecto al año anterior. En el caso de Perú, para el 2017, el SMM fue de \$229.50. Hubo poca variación en los años

siguientes, con un aumento del 0% en 2017 y 2018. Sin embargo, en el año 2022, el SMM en Perú experimentó un incremento significativo llegando a \$276.75, esto representa un aumento del 10%, relacionado al año anterior. Por último, en Bolivia, el SMM fue de \$280 en el año 2017. A lo largo de los años, se observaron aumentos anuales con variaciones porcentuales que oscilaron entre el 0% y el 4%. En el año 2022, el SMM en Bolivia alcanzó los \$315, representando un aumento del 4% comparado al año anterior.

Trabajo Decente y Empleo Productivo

Tabla 3. Trabajo decente y empleo productivo

Trabajo decente y empleo productivo									
País	Relación empleo/población				Empleo vulnerable				Productividad laboral
	Total		Joven		Hombres		Mujeres		PIB por persona ocupada
	% de 15 años o más		% de 15 a 24 años		% del empleo masculino		% del empleo femenino		% de crecimiento
	2015	2021	2015	2021	2015	2019	2015	2019	2015-2021
Ecuador	63.30%	62.80%	39.00%	41.40%	35.10%	41.50%	51.70%	58.30%	-2.40%
Colombia	63.70%	55.40%	45.50%	36.40%	46.80%	45.80%	47.00%	46.10%	2.20%
Perú	73.40%	68.30%	56.50%	52.30%	43.60%	45.60%	57.70%	58.70%	1.40%
Bolivia	65.00%	64.60%	41.10%	40.70%	51.50%	55.30%	64.10%	65.50%	0.10%

Nota: La tabla proporciona información relevante sobre el trabajo decente y el empleo productivo en Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia. Fuente Banco Mundial (<https://datos.bancomundial.org>)

En términos de la relación empleo/población, se observa que Ecuador experimentó una ligera disminución del 63.30% en 2015 al 62.80% en 2021, mientras que Colombia sufrió una disminución más significativa, pasando del 63.70% al 55.40% en el mismo período. Perú también mostró una disminución del 73.40% al 68.30%, mientras que Bolivia se mantuvo estable alrededor del 65%. En cuanto al empleo vulnerable, los países presentaron diferentes tendencias. En Ecuador, se observó un aumento del 39.00% en 2015 al 41.80% en 2021. Por otro lado, en Colombia, se registró una disminución del 45.50% al 36.40%. En Perú, el empleo vulnerable disminuyó del 56.50% al 52.30%, mientras que Bolivia se mantuvo relativamente estable en torno al 41.10% y 40.70%. En cuanto a la productividad laboral, medida por el PIB por persona ocupada, se aprecian diferentes resultados. Ecuador experimentó una disminución del 2.40% en el período de 2015 a 2021. Colombia, por su parte, registró un aumento del 2.20%. En Perú, la productividad laboral aumentó en un 1.40%, y en Bolivia, el crecimiento fue mínimo, con un 0.10%.

Desempleo

Tabla 4. Desempleo

DESEMPLEO											
País	Desempleo, hombres		Desempleo femenino		Desempleo, hombres jóvenes (15 a 24 años)		Desempleo, mujeres jóvenes (15 a 24 años)		Desempleo, mujeres jóvenes	Desempleo con educación intermedia	Desempleo con educación avanzada
	2015	2021	2015	2021	2015	2021	2015	2021	2015-2021	2015-2021	2015-2021
Ecuador	3.00 %	3.70%	4.50%	5.70%	7.20%	7.00%	11.50 %	12.80 %	2.60%	6.70%	6.30%
Colombia	6.40 %	10.90 %	10.90 %	18.20 %	12.50 %	19.60 %	22.70 %	32.10 %	10.70%	16.40%	15.30%
Perú	3.20 %	4.70%	3.30%	5.60%	7.10%	8.50%	6.60%	10.70 %	3.30%	6.40%	6.60%
Bolivia	2.60 %	4.60%	3.80%	5.70%	5.80%	8.10%	8.50%	8.90%	3.30%	6.80%	8.20%

Nota: La tabla proporciona información sobre el desempleo en los países de Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia. Fuente Banco Mundial (<https://datos.bancomundial.org>)

Los datos se dividen en varias categorías, incluyendo el desempleo masculino y femenino, el desempleo de hombres y mujeres jóvenes, y el desempleo relacionado con el nivel de educación. Desempleo masculino: En general, se observa un aumento del desempleo masculino en todos los países entre 2015 y 2021. Ecuador tuvo un incremento del 3.00% al 3.70%, Colombia experimentó un aumento significativo del 6.40% al 10.90%, Perú aumentó del 3.20% al 4.70%, y Bolivia aumentó del 2.60% al 4.60%. Desempleo femenino: El desempleo femenino también mostró un aumento en todos los países durante el mismo período. Ecuador registró un aumento del 4.50% al 5.70%, Colombia tuvo un incremento del 10.90% al 18.20%, Perú aumentó del 3.30% al 5.60%, y Bolivia aumentó del 3.80% al 5.70%. Desempleo de hombres jóvenes: En general, el desempleo de hombres jóvenes se incrementó en todos los países. Colombia tuvo el mayor aumento, pasando del 12.50% al 19.60%, seguido de Perú que aumentó del 7.10% al 8.50%, Ecuador del 7.20% al 7.00%, y Bolivia del 5.80% al 8.10%. Desempleo de mujeres jóvenes: El desempleo de mujeres jóvenes también mostró un aumento en todos los países. Colombia registró el mayor incremento, pasando del 22.70% al 32.10%, seguido de Perú que aumentó del 6.60% al 10.70%, Ecuador del 11.50% al 12.80%, y Bolivia del 8.50% al 8.90%.

Empleo Vulnerable

Tabla 5. Empleo vulnerable

Empleo vulnerable							
País	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	41.60%	45.23%	46.32%	46.91%	48.40%	52.06%	52.24%
Colombia	46.89%	47.30%	47.05%	47.25%	45.93%	47.51%	47.57%
Perú	50.00%	50.39%	51.14%	49.42%	51.55%	53.05%	52.60%
Bolivia	56.58%	64.99%	63.53%	63.60%	59.70%	64.46%	66.02%
Empleo vulnerable, varones (% del empleo masculino)							
País	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	35.06%	38.39%	39.02%	40.06%	41.53%	45.62%	45.77%
Colombia	46.80%	47.56%	47.43%	47.82%	45.82%	47.87%	48.32%
Perú	43.60%	44.02%	45.24%	43.99%	45.58%	47.35%	46.71%
Bolivia	51.46%	62.56%	59.19%	58.73%	55.35%	60.63%	60.72%
Empleo vulnerable, mujeres (% del empleo femenino)							
País	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	51.65%	55.20%	56.81%	56.86%	58.25%	61.72%	61.59%
Colombia	47.03%	46.94%	46.53%	46.45%	46.10%	46.97%	46.43%
Perú	57.71%	58.01%	58.19%	55.89%	58.68%	60.27%	59.86%
Bolivia	64.11%	68.34%	69.27%	69.69%	65.50%	69.82%	72.76%

Nota. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC (Registro Estadístico de Empresas, 2022) Fuente: Banco Mundial (<https://datos.bancomundial.org>)

En Ecuador, el empleo vulnerable aumentó del 41.60% en 2015 al 52.24% en 2021. En Colombia, hubo un aumento del 46.89% al 47.57% en el mismo período. Perú mostró un incremento del 50.00% al 52.60%, y Bolivia tuvo un aumento significativo del 56.58% al 66.02%. Empleo vulnerable en hombres: En términos de empleo vulnerable entre los hombres, también se observa un aumento en todos los países. Ecuador registró un aumento del 35.06% en 2015 al 45.77% en 2021. Colombia tuvo un incremento del 46.80% al 48.32%, Perú aumentó del 43.60% al 46.71%, y Bolivia aumentó del 51.46% al 60.72%. Empleo vulnerable en mujeres: En cuanto al empleo vulnerable entre las mujeres, también se observa un aumento en todos los países. En Ecuador, el empleo vulnerable de las mujeres aumentó del 51.65% en 2015 al 61.59% en 2021. Colombia mostró un ligero descenso del 47.03% al 46.43%. Perú registró un aumento del 57.71% al 59.86%, y Bolivia tuvo un incremento significativo del 64.11% al 72.76%.

Inversión Extranjera Directa

Tabla 6. Inversión extranjera directa

Inversión extranjera directa, entrada neta de capital (% del PIB)							
País	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	1.33%	0.76%	0.60%	1.29%	0.90%	1.10%	0.61%
Colombia	3.96%	4.90%	4.39%	3.38%	4.33%	2.76%	2.98%
Perú	3.87%	3.55%	3.51%	2.64%	2.08%	0.36%	3.34%
Bolivia	2.37%	2.12%	1.88%	1.99%	1.85%	1.77%	2.22%
Inversión extranjera directa, salida neta de capital (% del PIB)							
País	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Colombia	1.44%	1.60%	1.18%	1.53%	0.98%	0.62%	1.01%

Perú	-0.35%	0.80%	0.67%	-0.35%	-0.19%	0.81%	0.78%
Bolivia	-0.01%	0.26%	0.21%	-0.21%	0.12%	-0.30%	0.23%

Nota: La tabla proporciona información sobre la inversión extranjera directa (IED) en los países de Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia. Fuente: Banco Mundial (<https://datos.bancomundial.org>)

Los datos muestran el porcentaje de entrada neta de capital (IED recibida) y salida neta de capital (IED enviada) como porcentaje del PIB para los años 2015 a 2021. Inversión extranjera directa, entrada neta de capital: En general, se observan variaciones en la entrada neta de capital a lo largo de los años en estos países. En Ecuador, la entrada neta de capital fluctuó entre 0.60% y 1.33% del PIB durante este período, con una disminución notable en 2021 (0.61%). Colombia experimentó fluctuaciones entre 3.38% y 4.90%, con una disminución en 2020 y un ligero aumento en 2021 (2.98%). Perú mostró fluctuaciones entre 2.08% y 3.87%, y en 2021 se observó un aumento significativo del 0.36% al 3.34%. Bolivia también tuvo variaciones, oscilando entre 1.77% y 2.37%, con un aumento en 2021 al 2.22%. Inversión extranjera directa, salida neta de capital: se observan fluctuaciones en todos los países. Ecuador no registró salida neta de capital durante este período. Colombia mostró fluctuaciones entre 0.62% y 1.60%, con un aumento en 2021 al 1.01%. Perú tuvo fluctuaciones entre -0.35% y 0.81%, y en 2021 se observó una salida neta de capital del 0.78%. Bolivia también mostró fluctuaciones cercanas a cero, con un aumento en 2021 al 0.23%. La IED permite ingreso de divisas y creación de empleo, aporte con capital, conocimientos y tecnología. El análisis de estos flujos de inversión puede ayudar a comprender la dinámica económica y la atracción de capital extranjero en estas economías.

Empleadores

Tabla 7. Empleadores

Empleadores, total (% del empleo total)							
País	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	3.24%	3.30%	2.98%	3.00%	2.83%	2.35%	2.61%
Colombia	4.19%	3.85%	4.06%	4.16%	3.65%	3.31%	3.33%
Perú	4.06%	4.20%	3.87%	3.84%	3.90%	2.96%	2.75%
Bolivia	4.52%	4.61%	5.33%	4.93%	3.72%	3.51%	3.09%
Empleadores, mujeres (% del empleo femenino)							
País	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	1.87%	2.09%	1.61%	1.96%	1.77%	1.35%	1.90%
Colombia	2.60%	2.42%	2.46%	2.58%	2.39%	2.17%	2.27%
Perú	2.43%	2.37%	2.35%	2.37%	2.64%	1.85%	1.56%
Bolivia	2.49%	2.17%	2.49%	2.52%	1.80%	1.78%	1.78%
Empleadores, varones (% del empleo masculino)							
País	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	4.13%	4.12%	3.93%	3.72%	3.57%	3.01%	3.10%
Colombia	5.34%	4.89%	5.23%	5.28%	4.54%	4.05%	4.03%
Perú	5.41%	5.72%	5.15%	5.08%	4.96%	3.83%	3.72%
Bolivia	5.90%	6.39%	7.48%	6.86%	5.17%	4.75%	4.13%

Nota: Empleadores, total (% del empleo total): En general, se observa una tendencia a la baja en el porcentaje de empleadores en relación con el empleo total en estos países durante el período analizado. Fuente Banco Mundial (<https://datos.bancomundial.org>)

En Ecuador, el porcentaje de empleadores se mantuvo relativamente estable, con una ligera disminución del 3.24% en 2015 al 2.61% en 2021. Colombia también mostró una disminución, pasando del 4.19% en 2015 al 3.33% en 2021. Perú experimentó una reducción del 4.06% al 2.75%, mientras que Bolivia tuvo una disminución del 4.52% al 3.09%. Empleadores, mujeres (% del empleo femenino): En cuanto al porcentaje de empleadoras en relación con el empleo femenino, se observa una variación en los países. Ecuador mostró fluctuaciones, pero en general se mantuvo alrededor del 1.87% al 1.90% durante este período. Colombia también experimentó fluctuaciones, con un rango de 2.17% a 2.60%. Perú tuvo una ligera disminución del 2.43% al 1.56%, mientras que Bolivia se mantuvo relativamente estable alrededor del 1.78%. Empleadores, varones (% del empleo masculino): En términos del porcentaje de empleadores en relación con el empleo masculino, se observan disminuciones en todos los países. Ecuador mostró una disminución del 4.13% al 3.10%. Colombia también tuvo una reducción, pasando del 5.34% al 4.03%. Perú experimentó una disminución del 5.41% al 3.72%, y Bolivia registró una disminución del 5.90% al 4.13%.

Empresas del Ecuador y Volumen de Ventas

Tabla 8. Evolución de las empresas y en ventas en el Ecuador

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS			EVOLUCIÓN DE VENTAS				
AÑO	N° DE EMPRESAS	VARIANZA	AÑO	Ventas (millones de USD constantes)	Ventas (millones de USD corrientes)	VARIANZA CONSTANTE	VARIANZA CORRIENTE
2017	912823	4%	2017	\$109,491	\$160,938		
2018	914907	0%	2018	\$114,917	\$171,986	5%	7%
2019	887623	-3%	2019	\$114,993	\$172,952	0%	1%
2020	846617	-5%	2020	\$97,722	\$14,639	-15%	-92%
2021	849874	0%	2021	\$105,229	\$161,702	8%	1005%
2022	863681	2%					

Nota. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (Registro Estadístico de Empresas INEC, 2022)

En 2017, había 912,823 empresas, y al año siguiente, en 2018, el número aumentó ligeramente a 914,907, con un incremento del 4% comparado al año anterior. Sin embargo, en 2019, se registró una disminución en el número de empresas, llegando a 887,623, lo que representa una variación negativa del 3% respecto a 2018. La caída continuó en 2020, con un descenso más pronunciado, alcanzando 846,617 empresas, lo que representa una variación negativa del 5% respecto al año anterior. En 2021, el número de empresas se mantuvo relativamente estable en 849,874, con una mínima variación. Sin embargo, en 2022, llegó a 863,681 empresas, lo que representa 2% de aumento. En el periodo de 2017 a 2021, se observaron cambios significativos en las ventas. En 2017, las ventas alcanzaron los \$109,491 millones de dólares constantes y \$160,938 millones de USD corrientes. En 2018, se registró un aumento en las ventas, llegando a \$114,917 millones de USD constantes y \$171,986 millones de USD corrientes, lo que representa un incremento del 5% en ventas constantes y un 7% en ventas corrientes en comparación

con el año anterior. En 2019, las ventas se mantuvieron prácticamente estables con \$114,993 millones de USD constantes y \$172,952 millones de USD corrientes, mostrando una variación mínima del 0% en ventas constantes y un 1% en ventas corrientes respecto a 2018. Sin embargo, en 2020, se experimentó una disminución significativa en las ventas, alcanzando los \$97,722 millones de USD constantes y \$14,639 millones de USD corrientes, lo que representa una caída del 15% en ventas constantes y una caída del 92% en ventas corrientes en comparación con el año anterior. Afortunadamente, en 2021, las ventas se recuperaron, alcanzando los \$105,229 millones de USD constantes y \$161,702 millones de USD corrientes, con un aumento del 8% en ventas constantes y un incremento del 1005% en ventas corrientes comparado al el año anterior.

Evolución Tasa de Empleo, Empleo Registrado y Masa Salarial en Ecuador

Tabla 9. Evolución del Empleo en el Ecuador

Evolución del total de plazas de empleo registrado equivalente en el IESS						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
HOMBRES	1,704,774	1,739,594	1,740,562	1,617,701	1,612,158	1,678,553
MUJERES	1,114,834	1,156,082	1,173,989	1,097,071	1,086,492	1,136,498
TOTAL	2,819,608	2,895,676	2,914,551	2,714,772	2,698,650	2,815,051
% HOMBRES	60.46%	60.08%	59.72%	59.59%	59.74%	59.63%
% MUJERES	39.54%	39.92%	40.28%	40.41%	40.26%	40.37%
VARIANZA HOMBRES		2.04%	0.06%	-7.06%	-0.34%	4.12%
VARIANZA MUJERES		3.70%	1.55%	-6.55%	-0.96%	4.60%
Evolución del total del empleo registrado equivalente en el IESS						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
HOMBRES	1,664,204	1,697,761	1,699,292	1,582,798	1,576,098	1,639,565
MUJERES	1,090,766	1,131,505	1,149,494	1,076,512	1,065,891	1,114,232
TOTAL	2,754,970	2,829,266	2,848,786	2,659,310	2,641,989	2,753,797
% HOMBRES	60.41%	60.01%	59.65%	59.52%	59.66%	59.54%
% MUJERES	39.59%	39.99%	40.35%	40.48%	40.34%	40.46%
VARIANZA HOMBRES		2.02%	0.09%	-6.86%	-0.42%	4.03%
VARIANZA MUJERES		3.73%	1.59%	-6.35%	-0.99%	4.54%
Evolución del total de la masa salarial registrada en el IESS						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
HOMBRES	10,502	10,883	11,005	10,203	10,188	10,507
MUJERES	6,868	7,252	7,450	7,058	6,993	7,231
TOTAL	17,370	18,135	18,455	17,261	17,181	17,738
% HOMBRES	60.46%	60.01%	59.63%	59.11%	59.30%	59.23%
% MUJERES	39.54%	39.99%	40.37%	40.89%	40.70%	40.77%
VARIANZA HOMBRES		3.63%	1.12%	-7.29%	-0.15%	3.13%
VARIANZA MUJERES		5.59%	2.73%	-5.26%	-0.92%	3.40%

Nota. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC (Registro Estadístico de Empresas, 2022)

En 2017, se contabilizaron 2,819,608 plazas en total. De ellas, el 60.46% correspondía a hombres, lo que representa 1,704,774 plazas, mientras que el 39.54% se asignó a mujeres, sumando 1,114,834 plazas. Al avanzar al año 2018, el total se incrementó a 2,895,676, distribuido en un 60.08% para hombres (1,739,594 plazas) y un 39.92% para mujeres (1,156,082 plazas). En 2019, se mantuvo la tendencia ascendente, registrando un total de 2,914,551 plazas de empleo. De estas, el 59.72% fue ocupado por hombres (1,740,562 plazas), mientras que el 40.28% fue para mujeres (1,173,989 plazas). El 2020 se alcanzó los 2,714,772, con un 59.59% para hombres (1,617,701 plazas) y un 40.41% para mujeres (1,097,071 plazas). La cifra se mantuvo relativamente estable en el año 2021, con un total de 2,698,650 plazas. En esta ocasión, el 59.74% correspondió a hombres (1,612,158 plazas), mientras que el 40.26% fue para mujeres (1,086,492 plazas). En 2022 se registraron 1,678,553 plazas para hombres y 1,136,498 plazas para mujeres, alcanzando un total de 2,815,051 plazas. En 2017, se registraron 2,754,970 empleos en total. De estos, el 60.41% fue ocupado por hombres (1,664,204 empleos), mientras que el 39.59% correspondió a mujeres (1,090,766 empleos). En 2018, se contabilizaron 2,829,266 empleos en total, distribuidos en un 60.01% para hombres (1,697,761 empleos) y un 39.99% para mujeres (1,131,505 empleos). El año 2019 alcanzó un total de 2,848,786 empleos, con un 59.65% para hombres (1,699,292 empleos) y un 40.35% para mujeres (1,149,494 empleos). En 2020, el número de empleos registrados disminuyó a 2,659,310. De ellos, el 59.52% fue ocupado por hombres (1,582,798 empleos), mientras que el 40.48% se asignó a mujeres (1,076,512 empleos). Finalmente, en 2021, se contabilizaron 2,641,989 empleos en total. De estos, el 59.66% correspondió a hombres (1,576,098 empleos), mientras que el 40.34% fue para mujeres (1,065,891 empleos). Al igual que en el caso anterior, en 2022 se registraron 1,639,565 empleos para hombres y 1,114,232 empleos para mujeres, alcanzando un total de 2,753,797 empleos. En cuanto al total de la masa salarial registrada en el IESS, se presenta la siguiente evolución: En 2017, se registró un total de 17,370 millones de unidades (no se especifica la moneda). De esta cantidad, el 60.46% correspondió a hombres, lo que representa 10,502 millones de unidades, mientras que el 39.54% se asignó a mujeres, sumando 6,868 millones de unidades. En 2018, se alcanzaron 18,135 millones de unidades en total, distribuidos en un 60.01% para hombres (10,883 millones de unidades) y un 39.99% para mujeres (7,252 millones de unidades). El año 2019 continuó la tendencia al alza, registrando un total de 18,455 millones de unidades en masa salarial. De este monto, el 59.63% correspondió a hombres (11,005 millones de unidades) y el 40.37% a mujeres (7,450 millones de unidades). Sin embargo, en 2020 se observó una disminución en la masa salarial registrada, alcanzando 17,261 millones de unidades. En esta ocasión, el 59.11% correspondió a hombres (10,203 millones de unidades), mientras que el 40.89% fue para mujeres (7,058 millones de unidades). En 2021, se registraron 17,181 millones de unidades en total de masa salarial. De esta cantidad, el 59.30% correspondió a hombres (10,188 millones de unidades) y el 40.70% a mujeres (6,993 millones de unidades). En 2022, la masa salarial registrada para hombres fue de 10,507 millones y para mujeres fue de 7,231 millones, con un total de 17,738 millones.

Conclusiones

La situación salarial y de empleo ha sido una preocupación en los países estudiados. Se destaca el incremento del salario mínimo como un compromiso por mejorar las condiciones salariales. Los sectores de servicios, agricultura e industria presentan diversas situaciones en términos de empleo. El desempleo ha aumentado en todos los países analizados, afectando a hombres, mujeres y jóvenes. El empleo

vulnerable, en condiciones precarias, ha crecido, destacando priorizar el promover la formalización y mejorar las condiciones laborales. Los flujos de inversión extranjera directa han variado, siendo importante gestionarlos estratégicamente para impulsar el crecimiento económico. El porcentaje de personas empleadoras ha disminuido, lo que puede reflejar una preferencia por buscar empleo en lugar de emprender negocios propios. El empleo y los salarios son indicadores clave para medir el bienestar social y económico, reduciendo la pobreza y la desigualdad alineándonos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Se requieren políticas públicas que fomenten empleo formal y salarios justos. En Ecuador, se necesita una mayor atención a los derechos laborales y un salario mínimo justo. En resumen, el estudio destaca la importancia del crecimiento del empleo y los salarios, junto con prácticas empresariales sostenibles, para el bienestar económico y social.

Referencias Bibliográficas

Banco Central del Ecuador. (2021). Boletín Estadístico. Recuperado de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Estadisticas/Boletin/2021/BoI_2021_09.pdf

Banco Central del Ecuador. Obtenido de: https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/bi_menuSalarios.html

Banco Mundial. (2018). Ecuador: Inversión en capital humano para reducir la pobreza y fomentar el crecimiento inclusivo. Washington, DC: Banco Mundial. Recuperado de <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30858>

Cámara de Comercio de Quito. (2021). Sostenibilidad empresarial. Recuperado el 28 de marzo de 2023, de <https://www.ccc.org.ec/sostenibilidad-empresarial/>

CEPAL. (2021). Ecuador: panorama laboral y desafíos en la crisis del COVID-19. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46800-ecuador-panorama-laboral-desafios-la-crisis-del-covid-19>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). Salarios, desigualdad y crecimiento económico en América Latina. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43668/1/S1800472_es.pdf

Confederación de Empresarios de Ecuador (CEE). (2018). Sostenibilidad empresarial: una oportunidad de negocio para las empresas en Ecuador. Quito: CEE. Recuperado de http://www.cee.org.ec/sites/default/files/sostenibilidad_empresarial.pdf

Groisman, F. (2014). Desigualdad educativa, desigualdad salarial y pobreza. Revista de la CEPAL, (113), 109-126.

INEC. (2021). Informe de mercado laboral: Tercer trimestre de 2021. Recuperado de <https://contenido.inec.gob.ec/indice-tematico/Poblacion-y-Sociedad/Empleo-y-Trabajo/Mercado-Laboral/Informes-de-Mercado-Laboral/informe-de-mercado-laboral-3er-trimestre-2021.pdf>

Instituto Nacional de Estadística Obtenido de: <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/salario-minimo-nacional-cuadros-estadisticos/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2021). Mercado laboral. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/mercado-laboral/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2021). Mercado laboral y empleo en el Ecuador. Recuperado el 27 de marzo de 2023, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/mercado-laboral-y-empleo-en-el-ecuador/>

Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables. (2021). Programa Nacional de Eficiencia Energética. Recuperado el 28 de marzo de 2023, de <https://www.recursosyenergia.gob.ec/programa-nacional-de-eficiencia-energetica/>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo - Dirección General de Trabajo. Obtenido de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/salaries/>

Ministerio de Trabajo. (2021). Salario básico unificado. Recuperado de <https://www.trabajo.gob.ec/salario-basico-unificado/>

Ministerio del Trabajo (www.mintrabajo.gov.co) y decretos del Gobierno Nacional (www.presidencia.gov.co).

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2018). Empleo decente y crecimiento económico sostenible en Ecuador. Quito: OIT. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_633288.pdf

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2019). El salario mínimo vital y móvil en Ecuador. Quito: OIT. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_711251.pdf

Organización Internacional del Trabajo. (2019). Ecuador: Panorama laboral. Recuperado de https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_711819/lang--es/index.htm

PNUD. (2020). Informe Nacional de Desarrollo Humano Ecuador 2019-2020. Recuperado de https://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/library/human_development/InformeNacionaldeDesarrolloHumanoEcuador20192020.html

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2017). Empresas sostenibles: motor del desarrollo sostenible en Ecuador. Quito: PNUD. Recuperado de <http://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/library/sustainable-development/empresas-sostenibles--motor-del-desarrollo-sostenible-en-ecuado.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2017). Informe sobre Desarrollo Humano. Obtenido de: https://unctad.org/system/files/official-document/ciiisard85_es.pdf

Registro Estadístico de Empresas 2022 Principales Resultados. Obtenido de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Registro_Empresas_Establecimientos/2022/Principales_Resultados_REEM%202022.pdf

Sanchez Trujillo, J. (2019). Salario, productividad y competitividad empresarial en México. *Revista de Contabilidad y Negocios*, 14(27), 103-118.

Sanchez Trujillo, J. (2019). Sostenibilidad empresarial, empleo y salarios. *Revista Científica y Empresarial*, 1(2), 45-53.

Universidad de Cuenca. (2021). Sostenibilidad empresarial en el Ecuador: retos y oportunidades. Recuperado el 28 de marzo de 2023, de <https://revistas.ucuenca.edu.ec/index.php/avances/article/view/3772/2703>

Valencia Cruzaty, M. (2021). Emprendimiento y sostenibilidad empresarial en Ecuador. *Revista Científica Empresarial*, 1(2), 38-50.

Vallejo, M., & Ayala, D. (2018). Flexibilidad laboral y generación de empleo en el Ecuador. Recuperado el 27 de marzo de 2023, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214918818300312>



Capítulo 4

Turismo de Eventos Familiares y Sociales en la Ciudad de Guayaquil. Caso de una Mipymes

Family and Social Event Tourism in Guayaquil City. Case of a Mipymes

Jessie Wendy Jaramillo Velez

Jessie.jaramillo@upacifico.edu.ec

Geovanna Reyes Montesdeoca

geovanna.reyes@upacifico.edu.ec

Gabriel Ayala Bolaños

gabriel.ayalabo@ug.edu.ec

Resumen

El turismo de eventos familiares y sociales está teniendo mucho impulso en los últimos años, ya que forma parte de las actividades humanas y cotidianas realizar eventos en días especiales, además esta actividad mueve ingresos y costos que involucran a otras empresas, convirtiéndose en un negocio rentable para muchas personas, que carecen de empleo y que pueden hacer de esta actividad su pequeña empresa; pero tiene consideraciones a tomarse en cuenta en su ejecución, la investigación tiene como objetivo analizar los factores que toman en cuenta los clientes, cuando organizar un evento familiar o social. Como técnica de recolección de datos se realiza una encuesta, se aplica un cuestionario a personas mayores de 18 años que han sido clientes de una MiPymes, compuesto de una estructura de preguntas cerradas tanto para obtener datos demográficos como los factores más importantes. Con los resultados podemos resaltar la importancia del turismo de eventos para una MiPymes y como parte de un factor que puede impulsar el turismo de la ciudad.

Palabras Claves: marketing turístico, estrategias para eventos, economía del turismo, turismo de eventos.

Abstract:

Family and Social tourism events is has been having a lot of momentum in recent years, since it's part of daily and human activities, holding events on special ocatons. In addition, this activity moves income and costs that involve other companies, becoming a profitable business for many people that are unemployed and can make this activity their small business; but it has to be taken into account in its execution. That's why the objective of this investigation is to analyze the factors that clients take into account, at the time of organizing a social or family event. As a data collection technique, a survey is carried out, a questionnaire is made to people over 18 years of age that have been clients of a MiPymes, composed of a closed questions structure, both to obtain demographic data and the most important factors. With the results we can highlight the importance of event tourism for a MiPymes and part of a factor that can boost tourism in the city.

Key Words: tourism marketing, event strategies, economics of tourism, event tourism.

Introducción

Analizar el turismo de eventos como propósito de la investigación, nos lleva a revisar que esta actividad se ha convertido en una de las formas de emprendimiento más importante para muchos hogares, usando como fuente de empleo, tendiendo a impulsar la economía local. Cuando las fuentes de empleo escasean y sostener a la familia no es algo condicionado, la realización de eventos es una actividad económica que no requiere mayor inversión, ni mayor preparación, formándose así una microempresa (menos de \$100.000 de ingresos al año; de 1 a 9 empleados) que puede crecer, de acuerdo a la innovación y estrategias que apliquen, convirtiéndose a una pequeña empresa (\$100.001 a \$1.000.000 de ingresos promedio al año ; de 10 a 49 empleados), luego mediana empresa (\$1.000.001 a \$2.000.000 de ingresos promedio al año; de 50 a 99 empleados) (INEC, 2023).

El turismo de eventos es una forma de emprender para muchas mujeres, no solo se convierte en cliente y proveedor, esta actividad abarca un amplio espectro económico que va desde vestimenta, alimentos, bebidas, decoraciones, transporte, música, artistas, en todos estos aspectos, a la hora de organizar un evento, las mujeres tienen una voz importante para elegir sus compras. (Ayala-Bolaños, Granda-López, y Poveda-Guevara, 2022).

La pandemia, marcó negativamente a la industria global del turismo. La crisis sanitaria ha generado una disrupción sin precedentes en este sector, con una disminución drástica de las visitas internacionales y un colapso de la demanda (Tung, 2021). Los efectos negativos se han extendido a lo largo de la cadena de valor del turismo, incluye: disminución de los ingresos, reducción de empleos y la pérdida de la contribución hacia el producto interno bruto (PIB). Iniciamos la investigación con una visión técnica y formal del impacto devastador de la epidemia en el sector turístico a nivel universal. (CEPAL, 2020)

El turismo se caracteriza por promover el progreso de la ciudad como un fenómeno que incluye aspectos económicos, culturales y sociales, involucrando el traslado de individuos a destinos o regiones distintas a su entorno habitual debido a razón personal, profesional o empresarial. Estas personas son conocidas como viajeros y pueden clasificarse como turistas o excursionistas, ya sean residentes permanentes o no residentes de los lugares que visitan. El turismo incluye una variedad de actividades realizadas por estos viajeros, muchas de las cuales implican gastos relacionados con el viaje (UNWTO, 2023).

El turismo abarca más que simplemente viajar de ida y vuelta, ya que implica una variedad de relaciones económicas, humanas, ecológicas, jurídicas y otros aspectos. Por esta razón, se la considera como interdisciplinaria, que requiere un enfoque desde diferentes perspectivas. El turismo conlleva a desplazamiento físico, lo que resalta la importancia del transporte tanto aéreo, marítimo, fluvial y terrestre (Universidad de Murcia, 2023).

Guayaquil es reconocida por el turista nacional y extranjero, es una de las ciudades más grandes y bellas del Ecuador, por su condición de puerto marítimo y características que la convierten en un destino turístico prometedor. Guayaquil, se ha convertido en un lugar muy popular para aquellos turistas nacionales e internacionales que desean celebrar momentos especiales en compañía de sus seres queridos. La ciudad tiene lugares idóneos para realizar actividades familiares y sociales, entre los cuales se destacan los parques, los museos y los centros de convenciones, su situación geográfica la hace próxima a las principales playas del Ecuador, así mismo por contar con un aeropuerto internacional permite al viajero ir a conocer las Islas Galápagos (Wong Chauvet, 2005).

Tabla 1. Museos en la Ciudad de Guayaquil

Museos o Galerías de Artes	Tipo de Entrada
Museo Municipal de Guayaquil	Gratuita
Museo Antropológico y de Arte contemporáneo (MAAC)	Gratuita
Museo Nahim Isaias	Gratuita
Museo Presley Norton	Gratuita
Museo Miniatura Guayaquil	\$3 ADULTOS, \$2 NIÑOS
Museo del Cacao	Contribución Voluntaria
Museo Municipal de Arte Maria Eugenia Puig Lince	Gratuita
Museo del Bombero	Gratuita
Museo Luis Noboa Naranjo	Gratuita
Museo Memorial Cañonero Calderón	Gratuita
Museo Naval Contemporáneo	Gratuita
Museo de la Música Popular Guayaquileña	Gratuita
Museo de los Equipos del Astillero	Gratuita

Nota. Fuente: Documento expedido por SoyGuayaco (SoyGuayaco, 2023)

Los museos son espacios versátiles para la celebración de eventos, ya que no solo permiten el disfrute de una experiencia cultural y educativa, sino que también ofrecen una

atmósfera estética y acogedora para el desarrollo de actividades sociales. El patrimonio cultural y a su ambiente vibrante y energético, Guayaquil se presenta como el escenario perfecto para la realización de diversos eventos en museos, tales como bodas, quinceañeras, bautizos, aniversarios, cumpleaños y reuniones familiares y sociales. Incluso actividades más exclusivas, como catas de vino, entrevistas a personalidades famosas y firmas de libros, encuentran un espacio adecuado en esta ciudad (Wong Chauvet, 2005).

Tabla 2. Hoteles Reconocidos para EVENTOS

Hoteles	Ubicación
Try by Wyndham	Simón Bolívar, Guayaquil
Unipark by Oro Verde	Centro de Guayaquil
Wyndham Garden	Simón Bolívar, Guayaquil
Wyndham	Puerto Santa Ana
Ramada	Centro de Guayaquil
Hilton Colon	Kennedy, Guayaquil

Nota. Fuente: Principales hoteles para eventos sociales (Eventosecuador, 2023)

Guayaquil es una ciudad con hoteles catalogados con 5 estrellas, lo que garantiza que pueda haber eventos familiares y sociales que incluyan el hospedaje. Cuenta con toda la infraestructura turística como: hoteles, agencias de viajes y además de renta de automóviles. Además, es reconocida como destino de escapada urbana líder en América del Sur en el 2022 (World-Travel-Awards, 2022).

Los centros de convenciones y los hoteles de Guayaquil, ofrecen modernas instalaciones adecuadas para bodas, eventos corporativos y otras grandes reuniones. Son espacios que cuentan con toda la infraestructura física, digital, personal y demás servicios necesarios para realizar cualquier tipo evento. Para aquellos con un presupuesto limitado, los espacios públicos como plazas y parques, ofrecen opciones más económicas para organizar eventos. (Gallador, Cruz, D , Mesa, W, y Cazorla, M, 2016).

Tabla 3. Atracciones Públicas en Guayaquil

Parques	Entrada
Parque Histórico Guayaquil	Tiene un costo de \$4,50
Parque Seminario	Entrada libre
Parque Samanes	Entrada libre
Reserva Ecológica Manglares Churute	Entrada libre
Malecón del Salado	Entrada libre
Botanical Garden of Guayaquil	Entrada libre
Malecón 200	Entrada libre

Nota. Fuente: Principales lugares turísticos (Tripadvisor, 2023)

Los parques de la ciudad, así como los museos, constituyen opciones atractivas para aquellos que buscan vivir experiencias únicas y significativas en un entorno culturalmente rico y dinámico.

El turismo de eventos se considera una forma de hacer turismo donde las actividades son consideradas el principal atractivo y se genera flujo de pasajeros. Este tipo de turismo cubre varias categorías, como el turismo de convenciones, reuniones y conferencias, que requiere una comprensión integral de las realidades económicas, sociales, culturales y ambientales, la consideración de las oportunidades y un enfoque sistemático. (Carrizo Moreira, 2009)

Las autoridades locales trabajan en promover a Guayaquil como un destino turístico para eventos familiares y sociales, tanto grandes como pequeños. Se busca atraer a visitantes nacionales y extranjeros para que puedan disfrutar de la ciudad y sus atractivos turísticos en un entorno divertido y entretenido. Se están ofreciendo paquetes turísticos en Guayaquil, teniendo como objetivo aumentar el turismo local y evitar que la ciudad se convierta en un lugar de paso.

Hay varios tipos de eventos que pueden motivar el turismo, como celebraciones culturales (conmemoraciones históricas o carnavales), eventos empresariales, religiosos, académicos, sociales y comerciales, reuniones educativas y científicas, entre otros. Cada evento tiene sus propias características y atractivos, lo que los convierte en experiencias turísticas únicas. (Dezfoulian, 2023).

Tipos de Turismo

Existe varias formas de apoyar al turismo, entre ellos tenemos:

Tabla 4. Tipos de Turismo

Tipos de Turismo	Concepto
Turismo Cultural	Viajar para experimentar y conocer la cultura, arte, historia y tradiciones de una región o país.
Turismo de Negocios	Son las personas que viajan por actividades relacionadas con el trabajo.
Turismo Gastronómico	Explorar y disfrutar de la gastronomía de un lugar.
Turismo Rural	Viajar a áreas remotas para conectarse con la naturaleza, experimentar y participar en actividades agrícolas.
Turismo Marítimo	Se refiere a viajar en transportes marítimos y disfrutar actividades relacionadas con el océano.
Turismo Aventura	Se centra en actividades emocionantes y desafiantes, entre otros.

Turismo Urbano	Explorar las atracciones dentro de una ciudad, incluye arquitectura, museos, galerías entre otros.
Turismo de Montaña	Consiste en viajar a regiones montañosas para realizar actividades y apreciar los paisajes.
Turismo de Bienestar	El propósito de este es poder mejorar el estado mental, emocional y físico de una persona.
Turismo Educativo	Implica viajar con fines de aprendizaje, intercambios culturales, centros de investigación y mucho más.
Turismo Médico	El fin de este es buscar servicios de salud de calidad, tanto en tratamientos médicos, procesos quirúrgicos entre otros.
Turismo Deportivo	Consiste en viajar para participar o presenciar eventos deportivos.

Nota. Fuente: Organización mundial del Turismo y los tipos de turismo (WOT, 2023).

Turismo de eventos es una nueva tendencia que también está generando flujos turísticos y que puede integrarse con los demás tipos de turismo. Ya que la ciudad permite por su cercanía a playas, sierra, estadios, parques, y diferentes zonas del país, ser el centro para realizar otros tipos de turismo (Martos Molina, 2013).

Evidentemente la capacidad de un evento para atraer turistas a un destino, dentro de un período de tiempo específico siendo un gran beneficio de este tipo de turismo, en efecto representan una buena oportunidad para aquellos destinos puedan consolidar su posición en el mercado. Una gran ventaja es que los eventos diseñados pueden ser gestionados en fechas según sea apropiado por los organizadores y según la demanda turística de la zona, el tipo de turista para los eventos es el nacional, las personas suelen tener familiares en otras ciudades y provincias y la dimensión del país, permite realizar viajes de fin de semana o de pocos días sin problema (Rodríguez Angel, 2018).

Turismo Generador de Riqueza

El turismo es generador de ingresos, al mejorar las condiciones del país, el número de extranjeros pueden generar muchos ingresos que van a favorecer a la economía, dependerá de las políticas públicas en favor del turismo.

Tabla 5. Ingresos por Turismo

Año	Ingresos en millones de dólares
2016	1.728.9
2017	2.018.4
2018	2.279.3
2019	2.193.4
2020	703.8
2021	1.060.1
2022	1.802.8

Nota. Fuente: Visualizador de Información Turística del Ecuador (Turismo, Plan Nacional de Desarrollo, 2023).

Los ingresos por turismo en el Ecuador están teniendo un crecimiento importante los últimos años, por efecto de la pandemia cayeron, pero se van recuperando año a año (tabla 5).

Tabla 6. Número de Entradas Anuales de Viajeros Extranjeros

Año	Ingresos de viajeros extranjeros
2015	1.544.463
2016	1.418.153
2017	1.608.209
2018	2.427.613
2019	2.043.957
2020	468.822
2021	589.985
2022	1.213.831

Nota. Fuente: Visualizador de Información Turística del Ecuador (Turismo, Plan Nacional de Desarrollo, 2023).

Los ingresos en millones de dólares son productos de la entrada de viajeros extranjeros que en el 2022 se han incrementado, pero no llegan a los niveles del 2019, muchos factores pueden ser la causa, pero uno de los principales fue la pandemia (tabla 6).

Tabla 7. Resumen del Año 2022 Turístico en Ecuador

Servicio	Cantidad
Alojamiento	4.335
Alimentos y Bebidas	13.588
Centro de turismo comunitario	40
Parques de atracción	269
Transporte	558
Agencias de Servicios	2.519

Nota. Fuente: Visualizador la cantidad de los servicios utilizados por turistas que han ingresado al Ecuador durante el año 2022 (Turismo, Ecuador.Travel, 2023).

Si bien el turismo de eventos es a nivel local, es importante para la economía nacional y con un correcto impulso puede ampliarse a la internacionalización. Los eventos sociales son una fuente de riqueza que puede ser compartida con otras empresas, ya que siempre lleva consigo otras actividades como transporte, alojamiento,

alimentos y bebidas, visitas a parques, entre otros, y también con las otras formas de turismo (Tabla 7)

Procesos en el Turismo de Eventos

Se pueden identificar varios procesos para usar el marketing turístico, desde la planificación hasta la ejecución del evento.

El marketing turístico está en la promoción de destinos, atracciones y servicios turísticos. Ante la competencia y la globalización, las estrategias de marketing efectivas son esenciales para atraer y satisfacer las necesidades de los viajeros nacionales e internacionales.

Estos procesos se describen a continuación:

Identificación de la oportunidad: Este proceso implica identificar la oportunidad de realizar un evento específico, considerando factores como la demanda existente, las necesidades del mercado y las tendencias actuales (Carrizo y Vieira, 2009)

Investigación y análisis de viabilidad: Se realiza una investigación exhaustiva para evaluar la viabilidad del evento. Esto implica analizar aspectos económicos, ambientales, sociales y culturales, así como identificar los recursos necesarios y evaluar los riesgos involucrados (Salazar, Gonzalez, A, y Macias, A, 2020)

Diseño y planificación del evento: En esta etapa, se diseña y planifica el evento en detalle. Esto incluye establecer los objetivos y metas del evento, definir el programa, seleccionar el lugar y los proveedores, elaborar un presupuesto, y establecer estrategias de promoción y marketing (Gallador, Cruz, D, Mesa, W, y Cazorla, M, 2016).

Gestión logística: Se encarga de gestionar todos los aspectos logísticos del evento, como la reserva de instalaciones, coordinación de servicios de catering, transporte, alojamiento, seguridad y otros detalles operativos (Cabeza y Maria, 2001).

Promoción y marketing: Se desarrolla un plan de promoción y marketing para dar a conocer el evento y atraer participantes. Esto puede incluir la utilización de varios canales de comunicación como medios digitales y tradicionales, relaciones públicas, redes sociales y cooperación con socios estratégicos. (Kotler, Bowen, Makens, J. C, Garcia, y Flores, 2011)

Gestión financiera: Implica la gestión del presupuesto del evento, controlando los ingresos y gastos, negociando contratos con proveedores, gestionando patrocinios y buscando fuentes de financiamiento adicionales si es necesario (Carrizo Moreira, 2009)

Ejecución del evento: Es la etapa en la que se lleva a cabo el evento propiamente dicho, asegurando que todos los aspectos planificados se implementen correctamente y que los participantes tengan una experiencia satisfactoria-(UPC, 2021)

Evaluación y seguimiento: Se realiza una evaluación posterior al evento para analizar su éxito, medir los resultados obtenidos, recopilar feedback de los participantes y realizar mejoras para futuros eventos (Martos Molina, 2013)

El turismo de eventos requiere de una gestión integral que considere aspectos de marketing, decisiones estratégicas, operativos y de evaluación. Es fundamental establecer

un marco conceptual, le ayuda a comprender la complejidad de este tipo de recorrido y lo ayuda a tomar decisiones en todas las etapas del proceso, desde la planificación hasta la postevaluación" (Morillo Moreno y Coromoto, 2011).

El marketing turístico sirve para promocionar la oferta turística en general, en el turismo de eventos se práctica desde la promoción hasta las estrategias que se aplican con las 4P, en la tangibilidad y la intangibilidad de todos los servicios que se ofrecen en los eventos. A través del marketing turístico se puede crear estrategias de acuerdo al tipo de cliente, que con el tiempo son más exigentes (Maldonado Córdova, 2018).

Turismo de Eventos en otros Países

En Europa la industria del turismo es muy avanzada , el de eventos genera mucho movimiento tanto en lo económico como en lo social. La organización de eventos requiere una infraestructura sólida, lo que a su vez impulsa la inversión en instalaciones y servicios turísticos. Las ciudades y regiones europeas se esfuerzan por ofrecer infraestructuras modernas y de alta calidad para atraer eventos y maximizar los beneficios económicos que estos generan. Esto incluye la construcción de centros de convenciones, la mejora de la conectividad de transporte y la creación de espacios adecuados para albergar eventos de gran envergadura (Santana, 2003). Los cinco países de Europa que tienen mayores ingresos por concepto de turismo son: Alemania, Italia, Polonia, Francia, Hungría. España es uno de los países donde el turismo es su principal actividad (Banco Mundial, 2019).

México es otro país potencia turística, desarrollada principalmente por su relación fronteriza con los Estados Unidos, han hecho que su cultura, gastronomía y tradiciones, sean potenciadas, los eventos en México, es otra línea junto a la visita de sus lugares turísticos como ruinas, pirámides y playas (Moreno Acevedo & Enseñat Soberanis, 2021). México tiene las mejores tasas de ingresos por turistas, le sigue República Dominicana, Colombia, Argentina y Brasil (Statista, 2022).

Las microempresas dedicadas a desarrollar el turismo de evento, tienen una notable representativa no solo en el Ecuador sino en toda América y Europa, en la pandemia, la crisis económica fue muy aguda y muchas empresas cerraron, lo que llevó a la creación de este tipo de microempresas. Si es verdad que hubo un periodo que no se realizaron ningún tipo de eventos por el encierro, antes de la pandemia estaban en auge y con todo el equipamiento listo, luego en la post pandemia se reactivó nuevamente. Las microempresas tienen una notable representativa en la economía actualmente en Guayaquil hay alrededor de 118.115 microempresas, dedicadas a otros servicios hay 10.510 microempresas, en relación a 85.772 microempresas a nivel nacional (INEC, 2022).

Materiales y Métodos

El presente estudio utilizó una metodología descriptiva. En primer lugar, se revisó la literatura existente para establecer una base teórica. Esta revisión bibliográfica permitió diseñar un cuestionario adecuado que abordará los aspectos relevantes del fenómeno investigado.

Se utilizó un cuestionario, se desarrolló siguiendo pautas claras y utilizando un lenguaje claro y conciso. El cuestionario fue revisado por expertos y tuvo su prueba antes de la ejecución. Se incluyeron preguntas cerradas que permitieron obtener respuestas cuantificables y comparables.

Se realiza la encuesta en línea, a 150 personas que son clientes de una mipymes dedicada a la realización de eventos, todos son mayores de 18 años que viven en la ciudad de Guayaquil y lugares cercanos a la ciudad. También se usaron preguntas cerradas para data demográfica y una escala de Likert para poder medir las preguntas estratégicas sobre eventos.

Resultados

Como datos demográficos tenemos, el 58% de los encuestados son de sexo femenino y el 42% del masculino. Las edades de 18 a 30 años tienen un 37%, de 31 a 50 años tiene un 23% y de 50 en adelante es del 21%. Se analiza la raza de los encuestados tenemos el 59,39 % mestizos, el 22% blanco, afrodescendiente 5,20%, indígena 1,30%, cholo 9,30% y mulato 2,70%.

Tabla 8. Zona Geográfica

Sectores en Guayaquil	Frecuencia	%
Norte	38	25.30%
Sur	26	17.30%
Oeste	10	6.70 %
Centro	14	9.30%
Zona Samborondón	19	12.70%
Zona Durán	3	2%
Zona Daule	27	18%
Otro	13	8.70%
Total	150	100%

Nota. Fuente: La Encuesta

En la tabla 8 vemos, que viven en el norte de Guayaquil el 25.30%, le sigue el sector sur con el 17.30%, el sector del centro tiene un 9.30% y el sector oeste con el 6.70% de encuestados.

Además, podemos ver otros sectores cercanos a la ciudad de Guayaquil, teniendo una participación de varios cantones del Guayas como el cantón Daule con el 18% de encuestados, le sigue el cantón Samborondón con el 12.70% de encuestados, el cantón Durán con el 2% de encuestados y por último vemos la opción de otros con un 8.70% de encuestados siendo clientes de otros cantones del Guayas.

Tabla 9. Ingresos Promedios

Ingresos	Frecuencia	%
De 450 a 1000	70	46.70%
De 1001 a 2001	36	24%
De 2001 a 3000	21	14%
De 3000 en adelante	23	15.30%
Total	150	100%

Nota. Fuente: La Encuesta

Se puede ver en la tabla 9 donde los encuestados son de ingresos promedios de 450 a 1000 dólares mensuales por familia el 46.70%, el 24% tienen ingresos de 1001 a 2001 de dólares mensuales por familia, le sigue el 14% de 2001 a 3000 dólares de ingresos familiares por familia, por último, vemos el 15.30% con un ingreso de 3000 dólares mensuales por familia.

Tabla 10. Razón o Motivo por la que Hace un Evento

Categorías	Personas	%
Bautizos	6	4%
Bodas	9	6%
Quinceañeras	2	1,30%
Cumpleaños	45	30,00%
Despedidas de Solter@s	5	3%
Graduaciones	8	5%
Baby Shower	4	3%
Reuniones Familiares	27	18%
Reuniones de Amigos	11	7%
Bienvenidas	2	1,30%
Aniversarios	7	4,70%
Despedidas de Viaje	1	0,70%
Eventos Deportivos	4	2,70%
Misas	3	2%
Eventos Musicales	4	2,70%
Navidad y Cena de Fin de Año	10	6,70%
Otro	1	0,70%
Ninguna	1	0,70%
Total	150	100%

Nota. Fuente: La Encuesta

En la tabla 10 observamos la razón por las que se realizan eventos, teniendo la opción de cumpleaños con el 30% la más alta, le sigue en importancia las reuniones familiares con el 18%, reuniones de amigos con el 7%, navidad y cena de fin de año 6,7%, bodas con el 6%, graduaciones con el 5%, aniversarios con el 4.70%, bautizos con el 4%, despedidas de solteros y baby shower con el 3%, de igual manera eventos musicales y eventos deportivos con el 2.70%, misas con el 2%, también quinceañeras y bienvenidas con el 1.30% y por último podemos ver que despedidas de viajes, otros y ninguno tienen el porcentaje más bajo de 0.70%.

Tabla 11. Factores que Influyen en los Eventos Familiares y Sociales

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1 Eventos en Fines de Semana	8.1	8.1	14.8	41.5	27.5
2 Salones de eventos	3.3	5.3	14.0	38.7	38.7
3 Promoción en redes sociales	5.3	7.3	12.7	42.0	32.7
4 Presupuestos acordes al tipo de evento	3.3	8.7	8.0	44.7	35.3
5 Importancia del planner en la organización de eventos	2.7	4.0	9.3	44.7	39.3
6 Plan detallado y una agenda previa al evento	2.7	3.3	6.7	44.7	42.7
7 Menú de los eventos amplio y variado	2.0	2.7	10.7	39.3	45.3
8 Música	1.30	6.0	8.7	38.7	45.3
9 La decoración de los eventos debe ser por temáticas específicas que el cliente pueda elegir	2.0	2.0	8.0	42.7	45.3
10 La puntualidad en el inicio y finalización de los eventos	3.3	4.0	5.3	38.0	49.3
11 Calidad del Servicio	2.0	2.0	5.3	30.7	60.0
12 La comodidad y accesibilidad del lugar del evento	2.7	4.0	6.7	36.7	50.0
13 Interacción y participación activa del público durante el evento	3.3	3.3	10.7	41.3	41.3
14 Personalización de los eventos, teniendo en cuenta las preferencias individuales	2.7	4.0	10.0	46.7	36.7
15 Diversidad e inclusión en los eventos, considerando diferentes perspectivas y grupos demográficos	3.3	2.0	14.0	44.0	36.7
16 Transporte	2.0	6.7	12.7	46.7	32.0
17 Traducción o interpretación en eventos multilingües	4.0	5.3	8.0	44.0	38.7
18 La organización de actividades complementarias o sociales	5.3	2.7	6.7	48.0	37.3
Promedio General	3.29	4.52	9.57	41.83	40.78

Nota. Fuente: La Encuest

Las 18 preguntas que se realizaron, tuvieron un promedio general aceptable del 82,6% sumando la calificación de Muy importante e Importante, le sigue un 9,57% indiferente, 4,5% de poco Importante y 3,29% de No es importante

Sumando las respuestas Importante y Muy importante obtenemos la aceptación de los factores que influyen en los eventos. Podemos ver en la pregunta 1 donde la

preferencia de que los eventos se realicen en fines de semana con un 69%. En la pregunta 2 indican los salones de eventos deben ser amplios con un 77.40%. En la pregunta 3 los eventos implican el uso de las redes sociales con un 74.70% de aceptación, siguiéndole la pregunta 4 si los presupuestos deben estar acorde al tipo de evento con un 80%. En la pregunta 5 el planner debe tener experiencia previa en la organización de eventos con el 84%, La pregunta 6 debe contar con un plan detallado y una agenda previa al evento es esencial para una experiencia fluida y bien estructurada con un 87.40%.

La pregunta 7 sobre el menú de los eventos con el 84.60%, la pregunta 8 Crees que la música en los eventos debe estar acorde con el tipo de evento con un 84%, en la pregunta 9 también vemos un 88%, considerando que la decoración de los eventos debe ser por temática específica para que el cliente pueda elegir. La pregunta 10, dice que si consideras que la puntualidad en el inicio y finalización de los eventos es importante con un 87.30%. La pregunta 11 sobre si la calidad el 90.70% de aceptación, le sigue la pregunta 12 considerando que la comodidad y accesibilidad del lugar del evento son aspectos fundamentales para una buena experiencia del asistente con un 86.70% de muy importante

La pregunta 13 sobre la interacción y participación activa del público durante el evento es un indicador de éxito con el 82.60%. La pregunta 15 se considera que la diversidad e inclusión en los eventos, considerando diferentes perspectivas y grupos demográficos, es un aspecto importante a tener en cuenta con un 80.70%, además podemos ver la pregunta 16 siendo un factor a considerar para facilitar la asistencia de los participantes con el 78.70% de muy importante y por último. La pregunta 17 sobre la disponibilidad de servicios de traducción o interpretación en eventos multilingües es un aspecto relevante para una experiencia inclusiva y satisfactoria con el 82.70% de muy importante.

Conclusiones

Los eventos pueden ser un impulsador del Turismo y una fuente de ingreso para muchas familias como una microempresa que podrían obtener beneficios económicos, dando a conocer lugares de interés.

De la investigación podemos ver que tanto hombres como mujeres están interesados en eventos, reuniones familiares, cumpleaños, navidad y fin de año, siendo las fiestas más populares. Aunque los encuestados en su mayoría son de un ingreso promedio que va desde 450 a 1000, con el 46.70 %, les es importante realizar un evento.

La calidad del servicio es uno de los ítems, que más tienen en cuenta el cliente de eventos con un 90.70% de aceptación. También es importante recalcar la puntualidad del evento con un 87.30% de aceptación. La importancia de brindar servicios de calidad está muy relacionada con la puntualidad de ahí la puntuación elevada. El que menos impacto tiene en importancia es el día, es decir puede ser cualquier día de la semana con un 69% de aceptación.

En cada evento el protocolo es muy importante ya que cada uno de los eventos son diferentes y únicos, todo coordinado y unido al menú, la música, la decoración y

otros, además en la prestación del servicio se debe observarse siempre las necesidades de cada cliente, para que su evento sea único y personalizado.

Finalmente, como conclusiones y tomando en cuenta las preferencias de los encuestados, se puede indicar que, como estrategias para un emprendimiento o MiPymes de este tipo de negocios, tenemos los siguientes puntos:

1. Tener un catálogo digital ofreciendo: Menú, Decoraciones, Mobiliario, Música, Arreglos Florales, Colores para las decoraciones, Arreglos personalizados, etc.
2. Elaborar diferentes tipos de Presupuestos para ajustarse a las necesidades de los clientes.
3. Todo lo que se utiliza, para efectuar un evento, pasa por control de calidad.
4. Atención Personalizada siendo muy importante para la empresa, de esa manera enfocarse en el tipo de evento que desea realizar el cliente. Brindando un servicio personalizado a los deseos, requerimientos y expectativas del cliente.
5. Planificación y ejecución del evento, teniendo en cuenta todas las actividades planificadas, haciendo una realidad su evento, recomendándole realizar un ensayo general antes, para que todo salga como lo tenía planeado.
6. Ofreciendo menú variado, para cada tipo de presupuesto, dando varias opciones para su elección.
7. Buscar la música adecuado para cada ocasión y edades de los clientes.
8. Encontrar el lugar adecuado para el tipo de evento que deseen organizar, ya que cada tipo de evento requiere una ubicación específica.
9. La hora y día, tiene que quedar establecida con anticipación, porque pueden estar ocupados y no tener libre ese espacio.
10. Promocionar su evento por redes sociales, como: Instagram, Facebook, Tik Tok, WhatsApp, dependiendo el evento que se vaya a realizar.
11. Se ofrece el servicio de audio y video, son profesionales confiables capaces de realizar un trabajo audiovisual de alta calidad y cumple con los requisitos del cliente.
12. Potenciar lugares turísticos de la ciudad, resaltar los hoteles de la ciudad cercanos a sitios turísticos como Las Peñas, Malecón, Parque Seminario o de las Iguanas, entre otros.
13. Elaborar un plan de visita a lugares turísticos previo o post eventos potenciando el turismo de la ciudad.

Referencias Bibliográficas

- Ayala-Bolaños, M., Granda-López, P., y Poveda-Guevara, A. (22 de 06 de 2022). Barreras para el Empoderamiento de la Mujer en el Ecuador. Centro Sur . Obtenido de <https://centrosuragraria.com/index.php/revista/article/view/225/463>
- Cabeza, R., y Maria, A. (2001). La logistica en la actividad turistica. Revista Venezolana de Analisis de Coyuntura, 7(2), 257-264. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36470210>
- Carrizo Moreira, A. y. (2009). Turismo de eventos: Desafios Estrategicos de la Ciudad de JOÃO PESSOA (Brasil). Cuadernos de Turismo(23), 31-46. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70161>

- Carrizo, & Vieira. (2009). TURISMO DE EVENTOS: DESAFÍOS ESTRATÉGICOS. Cuadernos de Turismo(23), 31-46. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874002>
- CEPAL, N. (2020). doi:<https://hdl.handle.net/11362/45770>
- Dezfoulian, D. (2023). Turismo de Eventos. 61. Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10651/66387>
- Eventosecuador. (2023). Obtenido de <https://eventosecuador.com/>
- Gallador, G., Cruz, D , Mesa, W, y Cazorla, M. (2016). OBSERVATORIO TURÍSTICO PARA LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. ECOCIENCIA, 3(5). Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/c1b9ea7c000889b8a8d4866a5694acd6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2043236>
- INEC. (2022). Obtenido de VISUALIZADOR DEL REGISTRO ESTADISTICO DE EMPRESAS:
<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTM4MTU3NzgtOGE2YS00MDcxLThiYzYtNDE0NzFmOTNhODBiIiwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWmtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9>
- INEC. (04 de 2023). Registro Estadístico de Empresas 2022. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Registro_Empresas_Establecimientos/2022/Principales_Resultados_REEM%202022.pdf
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C, Garcia, J., y Flores, J. (2011). Marketing Turístico. Pearson educacion. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61402567/80-marketing-turistico-kotler20191202-61177-1vy17t2.pdf?1575330154=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing_turistico_9_7_8_8_4_8_3_2_2_7.pdf&Expires=1688167905&Signature=baPSn7b67MctloGQm
- Maldonado Córdova, A. (2018). Marketing turístico: una oportunidad de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas para su crecimiento sostenible. (2, Ed.) Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200114
- Martos Molina, M. (2013). El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura, 11(1), 57-71. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88125588005.pdf>
- Moreno Acevedo, E., y Enseñat Soberanis, F. (2021). La historia del turismo en México. Primeros destinos, primeros turistas. Península, 16(2). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-57662021000200023
- Morillo Moreno, y Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Vision Gerencial(1), 135-158. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>

- Mundial, B. (2019). Banco Mundial. Obtenido de https://datos.bancomundial.org/indicador/st.int.dpvt?locations=EU&most_recent_value_desc=true
- Rodriguez Angel, M. y. (2018). El Turismo de Eventos: Un Análisis Del Perfil Sociodemográfico y Comportamiento Del Gasto Turístico en Función de la Naturaleza Del Evento. *Revista Portuguesa de Estudio Regionais*, 49, 41-54. Obtenido de <http://review-rper.com/index.php/rper/issue/view/56>
- Salazar, B., Gonzalez, A, y Macias, A. (2020). El Turismo Cultural y sus contrucciones sociales como distribucion a la gestion sostenible de los destinos turisticos. *Rosa dos Ventos*, 12(2), 406-428.
- Santana, T. A. (2003). Turismo cultural, culturas turisticas. *Horizontes Antropologicos*, 9(20). doi:<https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- SoyGuayaco. (2023). Obtenido de <https://soyguayaco.com/>
- Statista. (2022). Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1073758/america-latina-llegada-turistas-internacionales/#:~:text=En%202022%2C%20M%C3%A9xico%20lider%C3%B3%20la,con%20m%C3%A1s%20de%20siete%20millones.>
- Tripadvisor. (2023). Tripadvisor. Obtenido de <https://www.tripadvisor.es/>
- Tung, L. T. (04 de 2021). Impact of the COVID-19 Pandemic on Global Tourism: A Synthetic Analysis. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure.*, 10(2), 727-741. doi:How to cite this article: Tung, L.T. (2021). Impact of the COVID-19 Pandemic on Global Tourism: A SynthetiDOI: <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-129>
- Turismo, M. d. (2023). Ecuador.Travel. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/inversiones-2/>
- Turismo, M. d. (18 de 04 de 2023). Plan Nacional de Desarrollo. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo>
- Universidad de Murcia. (2023). El Turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual. (E. U. Murcia, Editor) Obtenido de <http://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>
- UNWTO. (2023). The World Tourism Organization. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo>
- UPC. (2021). Introduccion al Turismo. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/665755>
- Wong Chauvet, D. (2005). Del Caos al Orden,Guayaquil y su desarrollo urbano actual. *Ciudades*(9), 179-191. doi:<https://doi.org/10.24197/ciudades.09.2005.179-192>
- World-Travel-Awards. (2022). South America Winners 2022. Obtenido de <https://www.worldtravelawards.com/winners/2022/south-america>
- WOT. (2023). UNIWTO Tourim Definitions. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

-Editorial-
CILADI
Centro de Investigación Latinoamericano
para el Desarrollo e Innovación

ISBN: 978-9942-7078-9-5



9 7 8 9 9 4 2 7 0 7 8 9 5