

Índice

DOSSIER MONOGRÁFICO

EDITORES TEMÁTICOS (Thematic Editors)

Dr. Daniel Rodrigo-Cano, Universidad de Sevilla (España).

Dra. María Josep Picó, Universitat Jaume I (España).

Dra. Glenda Dimuro, Universidad de Sevilla (España).

- 1. Los paradigmas del desarrollo y su evolución: Del enfoque económico al multidisciplinario 7-23**
The paradigms of development and their evolution: From the economic to the multidisciplinary approach
Carlos Iturralde Durán
- 2. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental..... 25-36**
The Sustainable Development Goals as frame for the action and social and environmental intervention
Dr. Daniel Rodrigo-Cano, Dra. María Josep Picó y Dra. Glenda Dimuro
- 3. Uso de las TIC y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Ecuador 37-53**
Use of ICT and its relationship with the Goals of Sustainable Development in Ecuador
Juan M. Ibujés Villacís y Dr. Antonio A. Franco Crespo
- 4. El papel de la participación en la transición socio-ecológica de la ciudad 55-70**
The role of citizen participation in the socio-ecological transition of the city
Dra. Marta Donadei
- 5. De cero a dinero: La basura como fuente principal para un negocio inclusivo de reciclaje en Cuenca (Ecuador) 71-87**
From zero to cash: Waste as a main source for an inclusive recycling business in Cuenca (Ecuador)
Edisson Santiago Cajamarca Cajamarca, William Ramiro Bueno Sagbaicela y José Santiago Jimbo Días

SECCIÓN MISCELÁNEA

- 6. Empoderamiento de la mujer rural e indígena en México a través de grupos productivos y microempresas sociales 91-108**
Rural and Indigenous women empowerment through productive groups and social microbusinesses in Mexico
Diana G. Robinson Trápaga, Dra. Isis Arlene Díaz-Carrión y Dr. Sergio Cruz Hernández
- 7. Publicaciones racionales o emocionales en comunidades de marca en Facebook - El caso «Starbucks México»..... 109-126**
Rational or emotional posts on Facebook brand communities – The Mexico Starbucks Case
Dr. Benoit Cordelier y Luceli Karina Ponce
- 8. Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local 127-143**
Methodological proposal for the emergence of touristic projects of the local community
Dr. Omar Ismael Ramírez Hernández
- 9. Migraciones en la sociedad contemporánea: Correlación entre migración y desarrollo..... 145-159**
Migrations in contemporary society: correlation with migration and development
Gabriel Lotero-Echeverri y Dra. M. Amor Pérez Rodríguez
- 10. Análisis cualitativo de los determinantes de la innovación en una economía emergente... 161-174**
Qualitative approach about innovation determinants in an emerging economy
Dr. Javier Del Carpio-Gallegos y Dr. Francesc Miralles

NORMAS EDITORIALES

- Normas editoriales básicas 177-181**

«Retos» es una publicación científica bilingüe de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, editada desde enero de 2011 de forma ininterrumpida, con periodicidad fija semestral (abril y octubre), especializada en Desarrollo y sus líneas transdisciplinarias como Administración Pública, Economía Social, Marketing, Turismo, Emprendimiento, Gerencia, Ciencias Administrativas y Económicas, entre otras. Es una Revista Científica arbitrada, que utiliza el sistema de evaluación externa por expertos (*peer-review*), bajo metodología de pares ciegos (*double-blind review*), conforme a las normas de publicación de la American Psychological Association (APA). El cumplimiento de este sistema permite garantizar a los autores un proceso de revisión objetivo, imparcial y transparente, lo que facilita a la publicación su inclusión en bases de datos, repositorios e indexaciones internacionales de referencia. «Retos» se encuentra indizada en Emerging Sources Citation Index (ESCI) de Web of Science, el catálogo LATINDEX, Sistema Regional de información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, forma parte del Directory of Open Access Journals-DOAJ, pertenece a la Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico, REDIB, Red de Revistas Científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal, REDALYC, además conforma la Matriz de Información para el Análisis de Revistas, MIAR. La Revista se edita en doble versión: impresa (ISSN: 1390-6291) y electrónica (e-ISSN: 1390-8618), en español e inglés, siendo identificado además cada trabajo con un DOI (Digital Object Identifier System).

Domicilio de la publicación: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, casilla postal 2074, Cuenca-Ecuador. Teléfono (+5937) 2050000. Fax: (+5937) 4088958. Correo electrónico: revistaretos@ups.edu.ec

© RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía.
Impreso en Ecuador

Los conceptos expresados en los artículos competen a sus autores. Se permite la reproducción de textos citando la fuente. Los artículos de la presente edición pueden consultarse en la página web de la Universidad.

Consejo de Editores

EDITOR JEFE

Dr. Luis M. Romero-Rodríguez
Tecnológico de Monterrey, México.

EDITORES ADJUNTOS

- MSc. Andrés Bayolo Garay, UPS, Ecuador
- MSc. Fabricio Freire Morán, UPS, Ecuador
- MSc. Javier Carrera Jiménez, UPS, Ecuador

EDITORES TEMÁTICOS

- Dr. Daniel Rodrigo-Cano, Universidad de Sevilla (España).
- Dra. María Josep Picó, Universitat Jaume I (España).
- Dra. Glenda Dimuro, Universidad de Sevilla (España).

Consejo Científico

- Dr. Michele Bagella, Universidad Tor Vergata, Italia
- Dra. Sofía Vásquez Herrera, UPAEP, México
- Dr. Rafael Ravina Ripoll, Universidad de Cádiz, España
- Dra. Carmen Marta-Lazo, Universidad de Zaragoza, España
- Dra. Belén Puebla-Martínez, Universidad Rey Juan Carlos, España
- Dra. María Cristina Vallejo, Flacso, Ecuador
- Dra. Judith Cavazos Arroyo, UPAEP, México
- Dr. Ángel Cervera Paz, Universidad de Cádiz, España
- Dr. Ebor Fairlie Frisancho, UNMSM, Perú
- Dr. Eduardo Dittmar, EAE Business School, España
- Dr. Geovanny Herrera Enríquez, ESPE, Ecuador
- Dr. Pedro Tito Huamaní, UNMSM, Perú
- Dr. Guillermo Gutiérrez Montoya, Universidad Don Bosco, El Salvador
- Dra. Pilar Marín, Universidad de Huelva, España
- Dra. Gabriela Borges, Universidade Federal Juiz de Fora, Brasil
- Dr. Augusto Hidalgo Sánchez, UNMSM, Perú
- Dr. Mario Lagunes Pérez, UPAEP, México
- Dr. Jairo Lugo-Ocando, Northwestern University, Qatar
- Dr. Tomás López-Gúzman, Universidad de Córdoba, España
- Dra. Patricia Vargas Portillo, CEDEU (URJC), España
- Dr. José Lázaro Quintero, Universidad Nebrija, España
- Dr. Pablo Mauricio Pachas, UNMSM, Perú
- Dr. Alfonso Vargas Sánchez, Universidad de Huelva, España
- Dr. Rodrigo Muñoz Grisales, Universidad EAFIT, Colombia
- Dr. Víctor Manuel Castillo, Universidad de Guadalajara, México
- Dra. Tania Chicaiza Villalba, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- Dr. Rodrigo Mendieta Muñoz, Universidad de Cuenca, Ecuador
- Dra. Cristina Simone, Sapienza Università di Roma, Italia

- Dr. Javier Rojas Villanueva, UNMSM, Perú
- Dr. Vlashkiv Mosquera Aldana, UPAEP, México
- Dr. Edgar Izquierdo Orellana, Espol, Ecuador
- Dr. Victor Castillo Girón, Universidad de Guadalajara, México
- MSc. Carlos Izquierdo Maldonado, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- MSc. Fernando Barrera Salgado, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- MSc. Marcelo Yáñez Pérez, Universidad Católica Silva Henríquez, Chile
- Msc. Vanessa León León, Espol, Ecuador
- MSc. Oscar William Caicedo Alarcón, Universidad EAFIT, Colombia
- MSc. Pedro Montero Tamayo, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- MSc. Raúl Álvarez Guale, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- Dr. Arul Chib, Nanyang Technological University, Singapur.

Consejo Editorial Institucional UPS

CONSEJO DE PUBLICACIONES

- Dr. Javier Herrán Gómez, sdb.
- Dr. Juan Bottasso Boetti, sdb.
- Dr. Juan Pablo Salgado Guerrero
- Dr. Luis Álvarez Rodas
- MSc. Fabricio Freire-Morán
- Dr. José Juncosa Blasco
- MSc. Jaime Padilla Verdugo
- Dra. Floralba Aguilar Gordón
- MSc. Sheila Serrano Vicenti
- Dr. John Calle Sigüencia
- Dr. René Unda Lara
- MSc. Mónica Ruiz Vásquez

EDITOR GENERAL UPS

Dr. Luis Álvarez-Rodas

CONSEJO TÉCNICO

MSc. Tania Barrezueta Cabrera
Dr. Ángel Torres-Toukourmidis
MSc. Bárbara Castillo-Abdul
Kenya Carbo

SERVICIO DE PUBLICACIONES

Hernán Hermosa (Coordinación General)
Marco Gutiérrez (Soporte OJS)
Paulina Torres (Edición)
Martha Vinuesa (Maquetación)
Raysa Andrade (Maquetación)

TRADUCTORA

Adriana Curiel

EDITORIAL

Editorial Abya Yala (Quito-Ecuador)
Avenida 12 de octubre N422 y Wilson, Bloque A,
UPS Quito, Ecuador. Casilla 17-12-719
Teléfonos: (593-2) 3962800 ext. 2638
Correo electrónico: editorial@abyayala.org

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA DEL ECUADOR

Javier Herrán Gómez, sdb

Rector

© Universidad Politécnica Salesiana

Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja

Casilla postal 2074

Cuenca, Ecuador.

Teléfono: (+593 7) 2 050 000

Fax: (+593 7) 4 088 958

E-mail: srector@ups.edu.ec

CANJE

Se acepta canje con otras publicaciones periódicas

Dirigirse a:

Secretaría Técnica de Comunicación y Cultura

Universidad Politécnica Salesiana

Av. Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja

Casilla postal 2074

Cuenca, Ecuador.

PBX: (+593 7) 2 050 000 - Ext. 1182

Fax: (+593 7) 4 088 958

Correo electrónico: rpublicas@ups.edu.ec

www.ups.edu.ec

Cuenca - Ecuador

Retos

Revista de Ciencias de la Administración y Economía

Año VIII, Número 17, abril-septiembre 2019

ISSN impreso: 1390-6291 / ISSN electrónico: 1390-8618

La Administración de RETOS se realiza a través de los siguientes parámetros:

La revista utiliza el sistema anti plagio académico



Los artículos cuentan con código de identificación
(Digital Object Identifier)



El proceso editorial se gestiona a través del



Open Journal System

Es una publicación de acceso abierto (Open Access) con licencia Creative Commons



Las políticas *copyright* y de uso post print, se encuentran publicadas en el Repositorio de Políticas de Autoarchivo SHERPA/ROMEO.

Los artículos de la presente edición pueden consultarse en: <http://revistas.ups.edu.ec/index.php/retos>



Dossier Monográfico



Los paradigmas del desarrollo y su evolución: Del enfoque económico al multidisciplinario

The paradigms of development and their evolution: From the economic to the multidisciplinary approach

Carlos Iturralde Durán es investigador de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador). (carlos.iturralde@hotmail.com) (<http://orcid.org/0000-0002-0300-7748>)

Resumen

El presente artículo expone la evolución del concepto de desarrollo, cuyo germen antecede al surgimiento de la Economía como ciencia, presentando de forma resumida las teorías que tuvieron mayor reconocimiento por sus contribuciones, revelándose, a través de la investigación bibliográfica, los hitos que marcaron avances significativos en el conocimiento sobre este fenómeno social, hallándose cuatro estadios: el primero que confundió al desarrollo con crecimiento, orientando las políticas al incremento del PIB, seguido de la incorporación de la dimensión social desde el enfoque económico agregando la (re)distribución de la renta como variable, que fue superado con el aporte de otras ciencias como la Sociología, la Política y el Derecho, creando enfoques multidisciplinarios que hoy incluyen a la dimensión ambiental, gestando una nueva concepción cuyo enfoque más aceptado actualmente es el «Desarrollo Humano Sostenible» propuesto por el PNUD, que incorpora el enfoque de capacidades de Sen y principios de sostenibilidad, facilitando el acuerdo plasmado en la Agenda 2030 que planteó diecisiete objetivos desagregados en ciento sesenta y nueve metas en las esferas económica, social y ambiental, siendo tal vez el mayor reto la creación de una cultura ambiental que promueva nuevos valores, y en otros casos retome valores ancestrales, donde la concienciación, producto de un esquema educativo mejorado complementado con un aparato político ajustado a las demandas socio-ambientales, resultan claves.

Abstract

This article presents the evolution of the concept of development, whose origin comes from the emergence of Economics as a science, presenting concisely the theories with more recognition for their contributions; and revealing, through bibliographic research, the milestones that marked significant advances in the knowledge about this social phenomenon. Four stages were observed: the first that confused development with growth guiding policies to increase GDP; the other is the incorporation of the social dimension from the economic approach by adding the (re) distribution of income as a variable, which was overcome with the contribution of other sciences such as Sociology, Politics and Law, creating multidisciplinary approaches that include the environmental dimension contemplating perspectives of hard sciences such as Physics and Biology, developing a new conception whose approach most accepted now is that of sustainable human development proposed by the UNDP, which incorporates Sen's approach to capabilities and sustainability principles, facilitating the agreement embodied in the 2030 Agenda that set out seventeen disaggregated objectives in one hundred and sixty-nine goals in the economic, social and environmental spheres; this is perhaps the greatest challenge in the creation of an environmental culture that promotes new values, and in other cases, regain ancestral values, where awareness, the product of an improved educational scheme complemented by a political apparatus adjusted to socio-environmental demands are key elements in the process.

Palabras clave | keywords

Teoría del desarrollo, crecimiento económico, capacidades, desarrollo económico y social, desarrollo humano, desarrollo sustentable.

Development theory, economic growth, capabilities, economic and social development, human development, sustainable development.

Cómo citar: Iturralde Durán, C. (2019). Los paradigmas del desarrollo y su evolución: del enfoque económico al multidisciplinario. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 7-23. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.01>.

1. Introducción

Los motivos que explican el progreso de unas economías y el rezago de otras, las razones por las que un número significativo de personas vive bajo el umbral de la pobreza, los medios más efectivos para cerrar la brecha entre ricos y pobres, entre otras muchas interrogantes relevantes para la prosperidad del ser humano, requieren de la comprensión de las características y componentes de conceptos como riqueza, desigualdad, pobreza y desarrollo, constituyéndose en el punto de partida para formular teorías, modelos, metodologías y políticas que intenten mejorar la calidad de vida de la población. Estas teorías mantendrán su validez siempre que expliquen la realidad con un grado de acierto aceptable, y hasta que nuevas teorías presenten argumentos de mayor convicción y completitud, dando paso a la acumulación de conocimientos y al avance de la ciencia.

El estudio del desarrollo se formalizó con el surgimiento de la «Teoría del Desarrollo» como rama de la Economía, que inicialmente tomó elementos de la macroeconomía, la microeconomía y la Economía Política para sus análisis, creando un sesgo hacia la dimensión económica que al evidenciarse insuficiente requirió del apoyo de otras ciencias, creando enfoques multidisciplinarios que continúan en evolución, situación que se expone en este artículo sustentado en el análisis bibliográfico que tiene como objetivo presentar de forma resumida las teorías que han tenido mayor reconocimiento por sus aportes a la comprensión del desarrollo, señalando los hitos más importantes que marcaron avances en el conocimiento sobre este fenómeno social.

2. Revisión teórica

A lo largo de la historia de la humanidad se encuentran reflexiones sobre la forma de mejorar el nivel de vida y alcanzar la felicidad, entre las cuales destaca el pensamiento aristotélico que asoció la vida digna con la producción y el consumo, incluyendo la importancia del trabajo y el ocio en el bienestar (Martínez-Echevarría & Crespo, 2011), postura que fue enriquecida con los aportes de la escuela clásica que marcaron el nacimiento de la Economía como ciencia, señalando que la riqueza es la producción, mas no los metales preciosos o el dinero como suponían los mercantilistas, siendo prioritario incrementar la productividad del capital y el trabajo para aumentarla, y con ello, lograr el desarrollo de la nación, proponiendo al libre mercado como el mecanismo más eficiente para este fin.

La hegemonía de la tesis clásica duró hasta 1929 cuando sus teorías y políticas resultaron insuficientes para explicar la «Gran Depresión» y sacar a los países de la crisis, surgiendo la escuela keynesiana que propuso estimular la demanda agregada utilizando políticas fiscales y monetarias para reactivar el PIB y generar empleo, concibiendo al Estado como moderador de los ciclos económicos, pero continuando con la premisa de que el propósito más importante es el crecimiento.

Durante el periodo de posguerra, en el que Estados Unidos se posicionó como potencia dominante e implementó el «Plan Marshall» para reconstruir Europa Occidental, a la vez que robusteció sus relaciones con regiones donde el «fantasma» del comunismo de la extinta Unión Soviética quería renacer, las desigualdades entre países desarrollados y subdesarrollados se amplió, tornándose en tema de investiga-

ción académica que se abordó desde la «Teoría del Desarrollo» que se consolidó como disciplina económica.

A continuación se presentan las líneas de pensamiento que tuvieron mayor aceptación al momento de su difusión, lo que permite observar la evolución del concepto de desarrollo desde la postura económica hasta la multidisciplinaria.

2.1. *Teoría de la Modernización*

Esta teoría sostiene que para alcanzar el desarrollo hay que superar varias etapas de un camino que ya fue recorrido por las grandes potencias cuyos pasos debían ser imitados por los países subdesarrollados, requiriendo que los valores occidentales reemplacen a los tradicionales, pues erróneamente los asumieron incompatibles. Los modelos relevantes de esta vertiente son los siguientes:

- Modelo de sectores duales de Arthur Lewis: Concibe al desarrollo como el crecimiento *per cápita* sostenido que transforma una economía tradicional, caracterizada por el estancamiento y la subsistencia, en una economía moderna, centrada en la expansión capitalista, considerando fundamental el incremento de la productividad industrial implementando tecnologías, lo que aumenta la demanda de mano de obra, y con ello, los salarios del sector, motivando la migración campo-ciudad. La escasez de mano de obra en el campo provoca el alza de los salarios en el sector primario presionando a los terratenientes a implementar tecnologías que incrementen la productividad del trabajador agrícola, dejando la economía tradicional e incorporándose a la modernidad (Lewis, 1958).
- Debido a la creencia de que sólo las ganancias de los capitalistas eran capaces de financiar la inversión, pues los ingresos de la clase media y los salarios de subsistencia de la clase baja resultaban insuficientes para alcanzar un nivel de ahorro significativo, señalaron que la importancia residía en el crecimiento y no en la distribución de la renta, pues ésta debía estar sesgada a favor de los burgueses (Gutierrez, 2007).
- Modelo de las etapas del desarrollo de W. Rostow: Asume al desarrollo como el eslabón más alto entre cinco etapas progresivas, las cuales se enuncian a continuación:
 - i. Sociedad tradicional: La producción es rústica, agrícola y destinada al consumo más que al comercio, siendo una economía de subsistencia con escasa acumulación de capital.
 - ii. Condiciones previas al despegue: El Estado fomenta la modernidad, facilitando la importación de bienes de capital y creando la infraestructura necesaria.
 - iii. Despegue: La industria local implementa nuevas tecnologías experimentando un rápido crecimiento. Requiere que la tasa de inversión supere a la de crecimiento demográfico apoyándose en el ahorro externo.
 - iv. Madurez: Los avances tecnológicos se han aplicado con efectividad, incrementando la productividad del trabajo, los salarios y la renta nacional. Las economías se proyectan hacia el exterior. Tiene una duración estimada de sesenta años.

- v. Alto consumo en masa: La producción ha crecido significativamente y se ha diversificado orientándose al sector servicios. El Estado está en capacidad de aplicar políticas sociales y el país adquiere presencia internacional (Aguilar, 2017).

2.2. Teoría estructuralista

Se gestó en América Latina marcando su inicio en la Conferencia de la Habana de 1947 con el discurso de Raúl Prebisch, quien se opuso a la idea de que el subdesarrollo es una etapa del desarrollo y cuestionó la efectividad de las políticas neoliberales indicando que los países periféricos se insertan al comercio internacional exportando materias primas baratas hacia los países desarrollados e importando de ellos bienes de capital y de consumo con alto valor agregado, situación que deteriora sus términos de intercambio e impide la implementación eficaz de nuevas tecnologías en sus procesos productivos, quedando rezagados de los beneficios del progreso (Rapoport & Guiñazú, 2016).

Con un tinte keynesiano impulsado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), se propuso la industrialización por sustitución de importaciones (ISI) que requería de la participación activa del Estado como planificador y direccionador de las actividades económicas, utilizando exenciones tributarias, subsidios, eliminación de aranceles a bienes de capital, entre otros incentivos para fomentar la inversión en las industrias nacientes, pero también aplicando barreras de entrada a los bienes provenientes del resto del mundo que podían rivalizar en el mercado local con los productos ofertados por la industria nacional (Ariel, 2015).

De esta manera, el desarrollo sería inicialmente endógeno, dependiendo del consumo interno, mientras que la implementación de los progresos tecnológicos aumentaba progresivamente la productividad del sector industrial abaratando sus costos, hasta llegar el momento en que su competitividad se equipararía con la de las industrias de los países desarrollados. Entonces, los productos con valor agregado se exportarían y se eliminarían las barreras a las importaciones, permitiendo que el país se inserte al comercio internacional en condiciones más justas.

Sin embargo, en gran parte de los países latinoamericanos que adoptaron este modelo, las industrias locales no mejoraron su competitividad debido a que fueron creadas por grupos nacionales de poder asociados con transnacionales que aprovecharon la ausencia de competencia y la demanda cautiva para obtener beneficios extraordinarios, requiriendo del «paternalismo de Estado» para su sostenimiento, generando inflación y déficits fiscales y en balanza de pagos que explican el fracaso del modelo (Polo, 2016).

2.3. Teoría de la dependencia

Nace en los años cincuenta adquiriendo fuerza en las dos décadas posteriores. Tomando líneas del neomarxismo y del pensamiento weberiano, propugna la idea de que existen grupos de poder nacionales interesados en que América Latina continúe siendo primario-exportadora, sometiendo a los Estados-nación a una relación donde su desarrollo depende del progreso de los países hegemónicos (Vergara & Ortiz, 2016).

Los «países periféricos», pese al deterioro de los términos de intercambio, mantuvieron su oferta exportable consiguiendo competitividad a través de la explotación laboral, lo que contrajo la demanda interna, a la vez que importaron bienes con valor agregado y tecnología obsoleta que no les permitió incrementar su productividad a los niveles de los países del «centro», perpetuando los desequilibrios internos y externos, y consolidando un modelo dual donde el desarrollo y el subdesarrollo son caras opuestas de la misma moneda (Gutierrez, 2007).

Esta teoría diferencia el concepto de «crecimiento» del de «desarrollo económico» aduciendo que el primero no es producto de la implementación de nuevas tecnologías por lo que no contribuye a salir de la estructura de dependencia, mientras que el segundo sí. También propuso mantener el «modelo ISI» pero con una política proteccionista moderada aplicada sobre actividades previamente priorizadas (Hunt, 1989).

2.4. Teoría neoclásica institucional

La escuela institucionalista fue fundada en Estados Unidos por Thorstein Veblen y John R. Commons, cuyos estudios se fijaron en el rol de las instituciones en el desarrollo, al que consideraron un proceso evolutivo que se apoya en comportamientos asociados a actividades útiles que crecen conforme se implementan los progresos tecnológicos, a los que llamaron «valores universales» que están alineados con la eficiencia y el beneficio económico, encontrando como resistencia a los «valores culturales» que se asocian a la ética, la moral y la opinión de la comunidad, revelándose el carácter dual de las personas quienes son finalmente las que promueven el cambio (Macagnan, 2013).

Esta escuela, a diferencia del pensamiento clásico, cree que los gustos y preferencias varían y que la racionalidad es limitada pues existe un proceso de aprendizaje circunscrito a la cultura, normas e instituciones, lo cual liga la conducta económica al derecho ya que las leyes regulan las transacciones, por lo que el desarrollo debe estudiarse contemplando además de la dimensión económica, la social y la política (Commons, 1931).

2.5. Teoría neomarxista de los sistemas mundiales

Immanuel Wallerstein, principal teórico del análisis sistema-mundo, reconoció que estudiar al Estado-nación de forma aislada sin considerar las condiciones globales es insuficiente, sugiriendo una visión holística que incluya la dinámica de los sistemas de comunicación mundial, los sistemas financieros internacionales, la transformación del conocimiento, la evolución del comercio e incluso los vínculos militares, para lo cual la Economía debía apoyarse en la Sociología, adaptándose a la nueva lógica del sistema capitalista que ignoraba las fronteras en búsqueda de ganancias dentro de un mundo cada vez más integrado al mercado global, generando diferentes estadios de desarrollo que permitía categorizar a los países en periféricos, semiperiféricos y del centro, siendo los últimos los mayores beneficiarios del reparto desigual de la riqueza (González, 2004).

2.6. Modelo neoliberal de apertura y globalización

En el contexto de la intensificación de la interconexión entre comunidades distantes y diversas que modificaron sus culturas y fortalecieron sus vínculos económicos,

sociales y políticos producto de los avances en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) durante los años setenta y ochenta, y la crisis de la deuda externa que se fraguó en Latinoamérica, la «Escuela de Chicago» gestó este modelo acusando al proteccionismo como causal de la crisis, priorizando el desmantelamiento del «Estado del Bienestar» a través de la aplicación de paquetes de reformas sugeridas por el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y el Departamento del Tesoro de Estados Unidos, a las que John Williamson llamó el «Consenso de Washington», que iniciaba con la firma de una carta de intención donde el gobierno se comprometía a contraer el gasto público, sobre todo el gasto social, a no-intervenir en el mercado monetario para tener un tipo de interés y un tipo de cambio regidos por la competencia, a eliminar barreras arancelarias y no-arancelarias al comercio internacional, a abrirse a los capitales extranjeros, a privatizar las empresas públicas, a respetar los derechos de propiedad, y en general, a desregular los mercados, a cambio de acceder a préstamos otorgados por los organismos multilaterales (Castañeda & Díaz-Bautista, 2017).

La implementación de estas políticas, llamadas inicialmente «de austeridad» y posteriormente «de ajuste estructural», derivó en el deterioro de la demanda y oferta agregada que redujo la eficiencia e incrementó la desigualdad y la pobreza, afectando negativamente al desarrollo de quienes las adoptaron (Casas, 2017).

2.7. *Teorías de desarrollo sostenible.*

Durante los años cuarenta aparecieron movimientos civiles y estudios académicos que advertían de la posible crisis ambiental consecuencia de los modelos de desarrollo que impulsaban la producción industrial y el consumo en masas sin contemplar la degradación de los ecosistemas y las restricciones que éstos imponen sobre la calidad de vida actual y futura.

A inicio de los setenta, las Naciones Unidas reconocieron al medio ambiente como una dimensión del desarrollo, situación que se complementó con la creación del «Club de Roma» (Gutierrez, 2007), motivando al debate que se cristalizó en diferentes comisiones y reportes, siendo de particular importancia el informe Brundtland de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo que cuestionó el modelo basado en el supuesto de una posibilidad ilimitada de crecimiento y elaboró la definición de «Desarrollo Sostenible», entendido como aquel que permite satisfacer las necesidades de la presente generación sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas (CMMAD, 1988), impulsando la difusión de nuevas teorías de desarrollo, entre las cuales destacan las siguientes:

2.7.1. *Teoría del decrecimiento*

En 1972, después de la publicación del informe del «Club de Roma» llamado *Los límites del crecimiento* cuya principal autora fue Donella Meadows; Herman Daly, influenciado por el pensamiento de John Stuart Mill, propuso la «Teoría del estado estacionario de equilibrio dinámico» donde el sistema, a través del accionar político consciente, se compone de un *stock* constante de capital y población que se mantienen por los recursos naturales, existiendo desequilibrios cuando se rebasa la restricción presu-

puestaria natural, limitada por las fuentes solar y mineral, sobreexplotando recursos de escasez absoluta para satisfacer necesidades relativas y triviales (Daly, 1991).

Georgescu-Roegen (1976) objetó la propuesta de Daly (*ob. cit*) señalando que el estancamiento anula las posibilidades de mejorar la calidad de vida de países pobres además que el crecimiento se mide por el incremento del producto real sin contemplar las contradicciones en la tasa de agotamiento de los recursos naturales logrando solo aletargar su depredación, cuando lo necesario es reconvertirlos (Naredo, 2011), y dado que el hombre es incapaz de crear y destruir materia o energía pudiendo sólo transformarla, y que por la ley de la entropía existe energía que se disipa en cada proceso, lo sustentable sería reducir la extracción indiscriminada para prolongar la existencia de la humanidad (Zaar, 2018).

Latouche (2009), reconociendo al sistema insostenible, propuso realizar un decrecimiento planificado que eliminara las asimetrías existentes que sobrevaloran los flujos monetarios a la vez que subvaloran los costos físicos y humanos, cuantificando los costos de extracción y omitiendo los de reposición de los recursos naturales, apoyados por un marco institucional sesgado hacia el capital que resulta en el detrimento social y ambiental (Naredo, 2010), lo cual tendría como propósito lograr que las personas vivan «dentro de los límites» en el sentido biosférico (Riechmann, 2004), y para ello resultaría prioritario consolidar una nueva «cultura política» (Morin, 2011).

2.7.2. Teoría del crecimiento a escala humana

Max-Neef, Elizalde y Hopenhayn (1986) propusieron la «Teoría de necesidades humanas fundamentales» compuesta de tres subsistemas que permiten una comprensión del desarrollo que supera la perspectiva económica, los cuales son:

- Necesidades: que son parte de la interioridad humana, y por ende inmutables, existiendo nueve de ellos de igual importancia: subsistencia, protección, afecto, entendimiento, creación, participación, ocio, identidad y libertad. La carencia de una necesidad por debajo de un umbral mínimo presistémico provoca pobreza.
- Satisfactores: que son el puente que una las necesidades con los bienes, y son afectados por la cultura y el contexto histórico.
- Bienes: que son materiales y por ende limitados a la biósfera. Su uso potencia los satisfactores atendiendo necesidades.

Entonces, mientras las necesidades y bienes son finitos, los satisfactores son ilimitados, y para alcanzar una sociedad sustentable hay que incrementar la conciencia de la población transformando la cultura hacia una visión ecológica, donde los artefactos estén al servicio de la vida, y no al revés (Elizalde, 2000).

2.7.3. El desarrollo humano sostenible del PNUD

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) formuló una propuesta multidimensional para abordar el concepto de desarrollo que contempla al sistema humano a partir de la dimensión económica y social, y al sistema natural desde la dimensión ambiental; pretendiendo que el crecimiento económico se logre simultá-

neamente con la erradicación de la pobreza, el fomento de la equidad, el incremento de las capacidades y libertades humanas, sin vulnerar el medio ambiente, para garantizar la extensión de la existencia de la humanidad.

Mientras que las teorías predecesoras se centraron en el fomento a la producción a partir de la productividad, y en el mejor de los casos consideraron también su distribución, el desarrollo humano sustentable adoptó el enfoque de Amartya Sen, quien propuso como medida las capacidades que tienen las personas para lograr funcionamientos valiosos que les den la libertad de escoger el nivel de vida que tienen motivos para valorar, de tal manera que existe una correlación positiva entre las capacidades, que se traducen en libertades, y el desarrollo humano (Iturralde, 2018).

Así, el núcleo del análisis se trasladó de las actividades económicas a las capacidades de las personas entendidas como el conjunto de funcionamientos básicos y especializados, físicos, legales e intelectuales que poseen para lograr su bienestar. Entonces, la cantidad de activos determinan el bienestar potencial en la medida en que incrementan las capacidades, lo que depende del estado del individuo, pues dos sujetos pueden tener los mismos recursos, pero su disfrute puede diferir según su condición (Urquijo, 2014).

En este sentido, el acceso a recursos monetarios es importante para el desarrollo, pero no es la única arista de interés, pues el propósito es crear un entorno de oportunidades alcanzables que mejoren el nivel vida de la población, para lo cual necesariamente debe incluirse la «dimensión social» que comprende elementos como: salud, educación, ocio y esparcimiento, dignidad, derechos políticos, participación comunitaria, entre otros (Sen, 2000).

Al colocar al ser humano como el fin último del desarrollo, surgió la necesidad de incorporar la dimensión ambiental al concepto, encontrándose los primeros debates sobre la importancia del patrimonio ecológico en la Conferencia de Estocolmo sobre el Medio Humano en 1972 promovida por el PNUD, que posteriormente continuó en la Conferencia de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo en 1992, entre otras importantes intervenciones y convenios que robustecieron el concepto de desarrollo sustentable que hoy es ampliamente aceptado por la comunidad científica.

El PNUD también formuló un nuevo instrumento que se ajusta de mejor manera a la visión del Desarrollo Humano Sustentable, denominado el «Índice de Desarrollo Humano» (IDH) que resulta de la media aritmética de tres dimensiones (ver tabla 1).

Tabla 1. Componentes y variables de medición del IDH

Componente	Variable de medición
Riqueza	PIB per cápita
Educación	Escolaridad media y esperada
	Tasa de alfabetización de adultos
	Tasa bruta de matriculación
Salud	Esperanza de vida al nacer

Fuente: PNUD, 2016

De acuerdo a la puntuación obtenida, el IDH categoriza a los países de la siguiente manera:

- Desarrollo muy alto: 0,80 o más puntos
- Desarrollo alto: entre 0,70 y 0,79 puntos
- Desarrollo medio: entre 0,55 y 0,69 puntos
- Desarrollo bajo: 0,54 puntos o menos

A partir de este enfoque, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible celebrada en Río de Janeiro en 2012, se plantearon diecisiete «Objetivos de Desarrollo Sustentable» (ODS) que direccionan el accionar de los países participantes hacia la erradicación de la pobreza, el cuidado del planeta y la creación de un entorno de paz y prosperidad, sustituyendo a los «Objetivos de Desarrollo del Milenio» (ODM), y coincidiendo con el Acuerdo de París, aprobado en la Conferencia sobre el Cambio Climático (PNUD, 2016).

3. Hacia una comprensión integradora de los paradigmas

Hasta el periodo de postguerra donde se constituyó la «Teoría del Desarrollo» como disciplina de la Economía, siendo una de sus precursoras la teoría de la modernización que estudió los pasos que permitieron desarrollarse a las potencias con el afán de que los países con menor desarrollo las imiten, se asumió al crecimiento como sinónimo de desarrollo, direccionando el debate hacia la forma de producir más, utilizando como indicador clave al PIB *per cápita*, que si bien es relevante, sufre de diversas deficiencias entre ellas: el ser un promedio que no presenta datos sobre la dispersión ocultando información sobre la distribución de la riqueza, además que su cálculo omite datos de la economía sumergida (ilegal e informal) y de actividades que poseen valor pero no son remunerados como el trabajo doméstico, el voluntariado, entre otras., a lo que se debe añadir que no refleja ni la calidad de los bienes ni las externalidades negativas que ocasiona su producción y consumo. Por ejemplo, el PIB de Brasil crecería si se deforesta la amazonía pero se reduciría la calidad de un sinnúmero de servicios ambientales que son determinantes del bienestar, embargando el progreso futuro y desmejorando las condiciones de desarrollo.

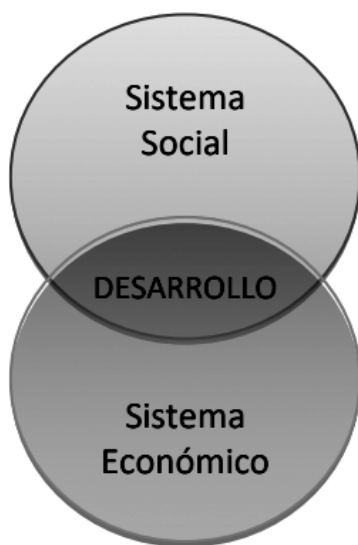
Con la teoría de la dependencia, que se nutrió de elementos de la teoría estructuralista, apareció la primera distinción clara entre crecimiento y desarrollo, señalando que la aplicación de tecnologías que ocasiona cambios en la estructura productiva deriva en desarrollo, de lo contrario si la economía se expande sin cambios estructurales sólo hay crecimiento, prevaleciendo la idea neoclásica *schumpeteriana* de analizar la problemática exclusivamente desde la dimensión económica (Jahan, Mahmud, & Papageorgiou, 2014).

Aunque los intentos de aumentar el bienestar, medido por el incremento del producto y el consumo en masas, desembocaron en problemas de creciente desigualdad y exclusión social que fueron señalados por los cepalinos dependentistas y estructuralistas, no fue hasta que se propagó la teoría institucional que se superó la perspectiva unidimensional económica agregando la dimensión social, pues se destacó la importancia de los comportamientos humanos para comprender el desarrollo,

requiriendo la contribución de otras ciencias. Las teorías de los sistemas mundiales y de la globalización, además de aceptar las dimensiones económica y social del desarrollo, ampliaron el alcance que se restringía al Estado-nación contemplando los efectos del contexto global y sus subsistemas.

A partir de ello, se concibe al desarrollo como la capacidad de los países para crear riqueza y promover el bienestar social en el marco de la globalización, reconociendo que la acumulación cuantitativa de capital y la medición del desarrollo con una única variable (el PIB) y una sola dimensión (la económica), eran insuficientes, por lo que debían añadirse los saltos cualitativos que el progreso provoca en la sociedad (Chirinos, Meriño, Martínez, & Pérez, 2018), no obstante aún no se incorporaba el sistema ambiental, como se observa en la figura 1.

Figura 1. Desarrollo económico y social



La exclusión del sistema ambiental implica el supuesto que el crecimiento puede ser ilimitado, representando a la curva de oferta con una pendiente positiva que crece infinitamente conforme aumentan los precios, restringiéndose básicamente por la cantidad y productividad de la mano de obra y el capital que provocan una frontera de posibilidades de producción que puede ampliarse con el crecimiento demográfico y los progresos tecnológicos, centrando la discusión en los mecanismos más efectivos para incrementar la productividad marginal de los factores así como la forma más eficiente para que la riqueza se distribuya equitativamente.

Esta lógica capitalista impulsó el consumismo e individualismo, instaurando modelos que pretenden el crecimiento exponencial ignorando la «ley de la entropía» (Rifkin, 2014), desmejorando el capital natural y permitiendo un nivel de vida presente a costas del bienestar de las futuras generaciones (Sempere & Tello, 2007), pues suponer al mercado como el mecanismo idóneo para determinar la producción

y distribución, es desconocer el funcionamiento de los sistemas sociales y naturales cuya interrelación desemboca en cambios que pueden tener magnitudes inesperadas en diferentes tiempos que, al deteriorar rápida y significativamente el entorno del ser humano, pone en riesgo la prolongación de su existencia (Bermejo, 2008), tal y como lo advierten diversos reportes, entre ellos, el Informe Planeta Vivo de 2016 que reveló que al 2012 los recursos naturales y servicios ambientales consumidos por los humanos demandó la biocapacidad de 1,6 planetas, por lo que su suministro se realizó extrayendo recursos y devolviendo residuos a una tasa superior a la de su regeneración, además que la población de animales vertebrados se contrajo en 58% entre 1970 y el año *ut supra* referenciado (WWF, 2016).

Superar el capitalismo depredador es imperante, y según Gorz (2008), ocurrirá de forma incivilizada a través de catástrofes o por medio de programas basados en nuevos modelos sostenibles, situación que para Martínez Alier (2008) ha motivado a iniciar un sutil proceso de decrecimiento, más que del PIB, del uso de recursos y emisiones, el cual debe intensificarse con el empleo de energías renovables, la construcción de un marco que robustezca conceptos verdes, y la transferencia de nuevos conocimientos que empoderen a la ciudadanía de estos procesos (Barcena, 2011).

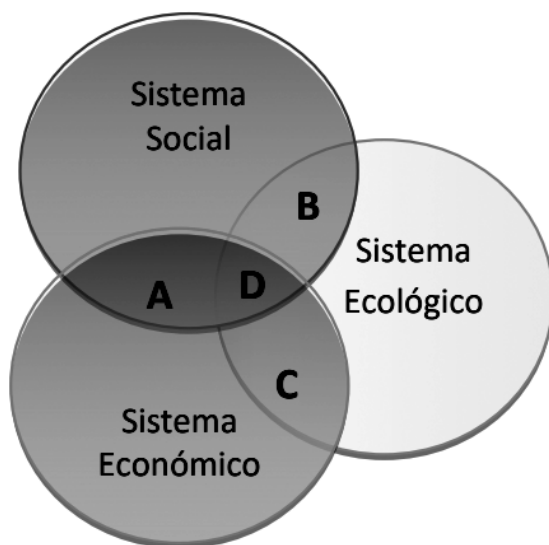
La propuesta con mayor aceptación es el «desarrollo humano sustentable» del PNUD que presenta dos avances fundamentales que marcan el concepto de desarrollo:

- El robustecimiento de la dimensión social utilizando el enfoque de capacidades de Sen en lugar de centrarse en la (re)distribución de la riqueza, modificando la perspectiva de equidad y justicia social. Tradicionalmente se asumía que dos agentes con iguales ingresos tienen el mismo bienestar lo cual es falso si, por ejemplo, uno de ellos padece ceguera. De igual manera ocurre si se mide por los activos, pues una mujer por cuestiones religiosas y/o culturales se le impide estudiar o sufragar, aunque tenga acceso a vestido, vivienda o joyas, por lo que teniendo satisfechas sus necesidades motrices y de salud, no lo están sus necesidades políticas, de vida comunitaria y de autorrealización, pues carece de igualdad de derechos impidiéndole desarrollarse apropiadamente.
- La incorporación explícita de la dimensión ambiental, reconociendo que los recursos no renovables son finitos y los renovables tienen un ciclo de producción y reproducción que no necesariamente se corresponde con demanda del mercado, derivando en su sobreexplotación para finalmente devolver a un sistema natural deteriorado los residuos de los procesos de producción y consumo; y aunque existe la hipótesis de la curva ambiental de Kuznets que indica que el daño ambiental crece conforme el país se desarrolla hasta llegar un punto en que la situación se torna en una relación inversa donde un mayor grado de desarrollo se traduce en menor volumen de emisiones, la evidencia empírica es bastante pobre, e incluso contradictoria, por lo que no se la puede asumir como tautológica (Suárez, 2011; Mendaza, 2015; Falconí, Burbano, & Cango, 2016).

De esta manera se acepta la interconexión orgánica y multidisciplinaria que reconoce la importancia actual y futura del bienestar que fue plasmada en

la Comisión de Brundtland en 1991 (Carro-Suárez, Sarmiento, & Rosano, 2017), generando un modelo que abarca por lo menos las tres dimensiones presentadas en la figura 2, donde el punto A simboliza las propuestas de desarrollo que pretenden crecimiento y bienestar social pero depredan los ecosistemas, el modelo de desarrollo B que procura el beneficio social y el cuidado ambiental pero no es sostenible por carecer de la perspectiva económica, el modelo C donde se cuida el ambiente pero los beneficios del progreso económico se concentran en pocas manos pues no propende a la equidad ni a la justicia social, y el punto D donde convergen las tres dimensiones, que es el desarrollo sustentable entendido como “el diseño de sistema humanos e industriales que aseguren que el uso que hace la humanidad de los recursos naturales no disminuyan la calidad de vida por el impacto en las condiciones sociales la salud humana y el medio ambiente” (Mihelcic & Zimmerman, 2012, p. 4).

Figura 2. Desarrollo humano sustentable



Fuente: Elaboración propia a partir de Salcedo, Reboloso y Barber (2010, p. 26)

Cada dimensión tiene metas cuya agregación resulta en un nivel de desarrollo humano sustentable, siendo el IDH un esfuerzo por medir el resultado global del modelo. No obstante existen diferentes variables de interés que se estudian con indicadores específicos para cada dimensión, como se ejemplifica en la tabla 2, creando un sistema interconectado donde la variación de un componente afecta a otros, como podría ser el caso de un incremento en los años de escolaridad (de la dimensión social) que deriva en el aumento de la producción (de la dimensión económica) y en mayor conciencia ambiental (de la dimensión ambiental), o el deterioro de la calidad del agua que impacta negativamente sobre la morbilidad infantil y sobre la productividad de un territorio.

Tabla 2. Ejemplo de variables e indicadores por dimensión de desarrollo

Dimensión	Variables	Indicadores
Económica	Crecimiento económico Desocupación Inflación Balanza de pagos	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de variación del PIB real per cápita. • Tasas de desocupación, subocupación y ocupación plena. • Índices de precios al consumidor y al productor. • Saldos en balanza de pagos y balanza comercial.
Social	Educación Salud Pobreza Desigualdad	<ul style="list-style-type: none"> • Años de escolaridad, tasa de analfabetismo. • Tasas de mortalidad y desnutrición. • Línea de la pobreza, brecha de la pobreza por consumo, pobreza por NBI. • Coeficiente de Gini, distribución de ingresos por deciles.
Ecológica	Calidad del aire Emisión a la atmósfera Calidad del agua Calidad del suelo Naturaleza Economía verde	<ul style="list-style-type: none"> • Concentración media anual de NO₂ y O₃. • Emisiones de gases de efecto invernadero, emisiones de partículas. • Cantidad de agua utilizada por día, nivel de agua subterránea, depuración de aguas residuales. • Pérdida de suelo por erosión. • Concentración de contaminantes en los tejidos de organismos vivos, diversidad de especies silvestres terrestres. • Intensidad energética de la economía, huella ecológica, consumo nacional de materiales.

Fuente: Elaboración propia a partir de SICES (2018); MAPAMA (2016) y BCE (2018)

Se destaca que las diferentes vertientes de pensamiento coinciden que el accionar de las empresas y consumidores es clave, pues sus interacciones afectan al nivel de desarrollo; motivo por el cual, en el marco de la sustentabilidad, se debe superar el comportamiento economicista incorporando la dimensión ambiental en los mode-

los de negocios y en los hábitos de consumo, lo que requiere del apoyo normativo e institucional del Estado (Moreno, 2017).

4. Reflexiones finales

El «desarrollo humano sostenible» abarca el enfoque de capacidades de Sen y la sostenibilidad descrita en el informe Brundtland cuya agregación e interacción proporcionan una visión integral del fenómeno a partir de tres dimensiones: económica, social y ambiental; constituyéndose en la tesis dominante en la actualidad que abarca la temática con una perspectiva multidisciplinaria que considera, además de la Economía, a otras ciencias como la Sociología, la Biología y la Política.

El concepto abstracto de desarrollo que rige hoy responde a una evolución del pensamiento que presenta los siguientes hitos:

- El desarrollo fue tratado como sinónimo de crecimiento económico y estudiado solamente desde la dimensión económica considerando al PIB como indicador clave. Posteriormente, Sen reveló que existen países productores de alimentos que sufren de hambrunas, y que, al incrementar su producción, ésta se exporta hacia países con mayor poder adquisitivo impidiendo superar la crisis alimentaria local, evidenciando que la producción sin distribución no necesariamente produce desarrollo.
- A la «dimensión económica», aun dominante, se le sumó la «dimensión social», contemplando tanto la producción como distribución de la riqueza y su impacto en el bienestar de la población que se medía a través de la utilidad, entendida como la satisfacción al consumir, y la distribución de la renta que debía regirse por mejoras de Pareto, es decir, utilizando políticas que incrementen la posición de agentes menos favorecidos sin reducir la del resto de agentes (Pindyck & Rubinfeld, 2018).
- Se consolidó la «dimensión social» cambiando el enfoque monetario por el de capacidades de Sen, que recogiendo los conceptos de equidad y justicia social, centró la atención en la generación de oportunidades y en la capacidad para aprovecharlas, requiriendo la creación y fortalecimiento de funcionamientos que les permitan a las personas lograr el nivel de vida que valoran.
- A las dimensiones «económica» y «social» se sumó la «dimensión ambiental», al añadir de manera explícita la relevancia del medio ambiente para el desarrollo, incorporando el derecho de las futuras generaciones a satisfacer sus necesidades, asegurando la conservación y extensión de la vida humana, y consolidando la perspectiva multidimensional que requiere del apoyo de ciencias sociales y naturales, superando definitivamente la visión economicista.

Este concepto de desarrollo centrado en las personas con una perspectiva intergeneracional, en lugar de las instituciones o el mercado, constituye un avance teórico significativo que incorporó el enfoque de Sen advirtiendo que la libertad para alcanzar el nivel de vida valorado por los agentes está en función de sus capacidades y de las oportunidades reales, siendo los objetos-valor el “conjunto de bienes materiales e inmateriales que se someten a un proceso de evaluación para priorizarlos en

términos de utilidad individual, esto es, placer, felicidad o satisfacción de deseos” (Arteaga & Solís, 2005, p. 39).

Al «rol de agencia», entendido como aquello que las personas son libres de hacer y alcanzar, así como las responsabilidades de sus acciones y omisiones que están sujetan a los valores, debe incorporarse el papel que juega la cohesión social pues puede multiplicar el esfuerzo individual además de dirigir su accionar a través de la institucionalidad del estado o del comportamiento comunal.

Entonces, el ejercicio de la libertad individual se enmarca en un entorno social dinámico e interconectado globalmente que provee información en forma de cultura y valores, afectando la conducta de los agentes, quienes bajo la lógica consumista del capitalismo imperante, pretenden maximizar beneficios y gastos suscritos a una ideología que premia el egoísmo y la eficiencia económica, impulsándolos a mantener una postura insostenible que embarga la calidad de vida futura a costa de un beneficio actual superfluo, a lo que Max-Neef *et al.* (1986) denominaron una «estúpida manera de vivir», ya que se desarrollan capacidades cuya incorrecta aplicación deteriora funcionamientos básicos, limitando sus libertades futuras y atentando contra su propia calidad de vida al punto que “gran parte del esfuerzo científico y tecnológico está directa o indirectamente dirigido hacia asegurar las posibilidades de destruir a toda la especie humana” (Max-Neef, Elizalde, & Hopenhayn, 1986, p. 145).

Aunque la «cultura ambiental» discursivamente es aceptada, fácticamente es poco aplicada haciendo necesario cultivar nuevos valores, y en otros casos retomar valores ancestrales, proveyendo de información que conciencie sobre la realidad social y ambiental latente, permitiendo reordenar los objetos-valor en una jerarquía que promueva la solidaridad y cuidado ambiental, siendo la educación el derecho y vehículo transcendental del proceso que requiere el acompañamiento de una nueva visión política, así como el esfuerzo de la academia para culminar la construcción del concepto de desarrollo que presenta vacíos teóricos e instrumentales, que aunque han sido mejorados, no logran sintetizar el complejo tema del desarrollo y su interacción entre dimensiones que contempla variables cuantitativas pero también cualitativas de gran subjetividad como podría ser el concepto y nivel de felicidad.

Calificar la convivencia equilibrada del hombre con la naturaleza como una utopía, como un sueño inalcanzable por el que vale la pena luchar, es menospreciar la capacidad adaptativa y la racionalidad de la humanidad sentenciándola a su extinción. Cuando la conciencia social y ambiental se cristalice y el camino que se debe recorrer se clarifique, nuestra especie sabrá, querrá y podrá convivir armónicamente con el medio ambiente, consolidándose una cultura ambiental que regirá sobre el accionar cotidiano, individual y social, y sobre todas las dimensiones y variables del desarrollo.

Referencias

- Aguilar, I. (2017). *Principios de desarrollo económico*. Tercera edición. Bogotá: EcoEdiciones.
- Ariel, F. (2015). Análisis del modelo de industrialización por sustitución de importaciones en América Latina y en Argentina. Una mirada hacia la realidad industrial actual de Argentina. *Geografía Digital*, 12(24), 1-17. <https://dx.doi.org/10.30972/geo.12242164>
- Arteaga, C., & Solís, S. (2005). *Necesidades sociales y desarrollo humano: un acercamiento metodológico*. Ciudad de México: Plaza y Valdés S.A.

- Barcena, I. (2011). ¿Decrecimiento? ¿Sí, gracias! 6 tesis a favor de decrecimiento sostenible. *Viento Sur*, 20(118), 46-54.
- BCE. (2018). Información Estadística Mensual N° 1998. Obtenido de Estadísticas del Banco Central del Ecuador: <https://goo.gl/GRLxZ5>
- Bermejo, R. (2008). *Un futuro sin petróleo. Colapsos y transformaciones socioeconómicas*. Madrid: Los Libros de Catarata.
- Carro-Suárez, J., Sarmiento, S., & Rosano, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad. *Revista Estudios Gerenciales*, 33(145), 352-365. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006>
- Casas, J. (2017). Implicaciones de los acuerdos del Fondo Monetario Internacional sobre la pobreza en Colombia. *Económicas CUC*, 38(1), 9-36. <http://dx.doi.org/10.17981/econ-cuc.38.1.01>
- Castañeda, V., & Díaz-Bautista, O. (2017). El Consenso de Washington: algunas implicaciones para América Latina. *Apuntes del CENES*, 36(63), 15-41. <https://doi.org/10.19053/01203053.v36.n63.2017.4425>
- Chirinos, Y., Meriño, V., Martínez, C., & Pérez, C. (2018). Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES. *Revista Espacios*, 39(7), 3-14.
- CMMAD. (1988). *Nuestro Futuro Común*. Madrid: Alianza Editorial.
- Commons, J. (1931). Institucional economics. *American Economic Review*, 21(4), 648-657. <https://doi.org/10.3917/cep.040.0287>
- Daly, H. (1991). *Steady-state economics*. Washington: Island Press.
- Elizalde, A. (2000). Desarrollo a Escala Humana: conceptos y experiencias. *Interacoes. Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, 1(1), 51-62.
- Falconí, F., Burbano, R., & Cango, P. (2016). *La discutible curva de Kuznet*. Obtenido de Biblioteca digital de Flacso Andes: goo.gl/JJc9fL
- Georgescu-Roegen, N. (1976). *Energy and economic myths. Institutional and analytical economic essays*. New York: Pergamon Press Inc.
- González, M. (2004). *Immanuel Wallerstein, el análisis de los sistemas mundiales y los desafíos a las ciencias sociales*. VI Jornada de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires: <https://goo.gl/uoX6WN>
- Gorz, A. (2008). La salida del capitalismo ya ha empezado. *Ecorev*, (28), s/p: <http://ecorev.org/spip.php?article640>
- Gutiérrez, E. (2007). De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable. Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario. *Trayectorias*, 9(25), 45-60.
- Hunt, D. (1989). *Economic Theories of Development. An Analysis of Competing Paradigms*. London: Harvester Wheatsheaf.
- Iturralde, C. A. (2018). La Educación Superior en las cárceles. Los primeros pasos de Ecuador. *Alteridad*, 13(1), 84-95. <https://doi.org/10.17163/alt.v13n1.2018.06>
- Jahan, S., Mahmud, A. S., & Papageorgiou, C. (2014). ¿Qué es la economía keynesiana? Obtenido de Finanzas y Desarrollo del FMI: goo.gl/fcR3Bp
- Latouche, S. (2009). *Pequeño tratado del decrecimiento sereno*. Barcelona: Icaria.
- Lewis, A. (1958). *Teoría del desarrollo económico*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Macagnan, C. (2013). Teoría institucional: Escrito teórico sobre los protagonistas de la escuela institucionalista de economía. *BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 10(2), 131-141. <https://doi.org/10.0.15.173/base.2013.102.03>
- MAPAMA. (2016). *Perfil ambiental de España 2016*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Calidad y Evaluación Ambiental: goo.gl/sBsHLL
- Martínez Alier, J. (2008). El ecologismo igualitarista enraizará sobre todo entre los desposeídos del mundo. *Revista Papeles: Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (104), 155-162.
- Martínez-Echevarría, M., & Crespo, R. (2011). Aristóteles y el pensamiento económico: una introducción. *Revista Empresa y Humanismo*, 14(2), 5-9.

- Max-Neef, M., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (1986). *Desarrollo a escala humana. Una opción para el futuro*. Santiago de Chile: CEPAUR.
- Mendaza, M. (2015). *La curva medioambiental de Kuznets: ¿Un modelo fiable sobre la degradación ambiental?* Trabajo Fin de Grado de la Universidad de La Rioja, Obtenido de goo.gl/eLJLRe
- Mihelcic, J., & Zimmerman, J. (2012). *Ingeniería ambiental. Fundamentos, sustentabilidad y diseño*. Ciudad de México: Alfaomega.
- Moreno, F. (2017). *Ambiente y desarrollo sustentable: miradas diversas*. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes.
- Morin, E. (2011). *La vía para el futuro de la humanidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Naredo, J. M. (2010). *Raíces económicas del deterioro ecológico y social. Más allá de los dogmas*. Madrid: Siglo XXI.
- Naredo, J. M. (2011). Reflexiones sobre la bandera del decrecimiento. *Viento Sur*, (118), 23-35.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2018). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Educación.
- PNUD. (2016). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: goo.gl/nzXxbu
- Polo, J. (2016). La teoría de la dependencia y la colonialidad del poder. Dos ángulos de una misma dominación. *Revista San Gregorio*, 11(1), 6-17.
- Rapoport, M., & Guiñazú, S. (2016). Raúl Prebisch: Historia, pensamiento y vigencia de la teoría de la transformación para el desarrollo de América Latina. *Tiempo y Economía*, 3(2), 55-77. <http://dx.doi.org/10.21789/24222704.1129>
- Riechmann, J. (2004). *Gente que no quiere viajar a Marte. Ensayos sobre ecología, ética y autolimitación*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Barcelona: Paidós.
- Salcedo, M., Reboloso, F., & Barber, C. (2010). El desarrollo sustentable. Modelo de conciliación entre el progreso económico, la justicia social y la preservación del medio ambiente. *Gestión y Estrategia*, (37), 17-31.
- Sempere, J., & Tello, E. (2007). *El final de la era del petróleo barato*. Barcelona: Icaria-CIP.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Buenos Aires: Planeta.
- SICES. (2018). *Estadística Social*. Obtenido de Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador: goo.gl/gTcfmZ
- Suárez, G. (2011). *Crecimiento económico vs degradación ambiental: ¿Existe una curva de Kuznets ambiental en América Latina? Periodo 1970-2008*. Quito: FLACSO-Ecuador.
- Urquijo, M. (2014). La teoría de las capacidades en Amartya Sen. *Revista Edetania*, (46), 63 - 80.
- Vergara, C., & Ortiz, D. (2016). Desarrollo sostenible: enfoques desde las ciencias económicas. *Apuntes Cenes*, 35(62), 15-52. <https://doi.org/10.19053/22565779.4240>
- WWF. (2016). *Planeta Vivo. Informe 2016. Resumen*. Obtenido de <https://goo.gl/Xr1fcm>
- Zaar, M. (2018). Del decrecimiento al post-capitalismo. *XV Coloquio Internacional de Geocrítica. Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista* (págs. 2-21). Barcelona: Universitat de Barcelona.



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental

The Sustainable Development Goals as frame for the action and social and environmental intervention

Dr. Daniel Rodrigo-Cano es investigador de la Universidad de Sevilla (España) (daniel.rodrigo@alu.uhu.es) (<https://orcid.org/0000-0003-2753-5470>)

Dra. María Josep Picó es docente e investigadora de la Universitat Jaume I (España) (mpico@uji.es) (<https://orcid.org/0000-0002-7086-2269>)

Dra. Glenda Dimuro es investigadora de la Universidad de Sevilla (Brasil) (glenda.dimuro@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0001-8655-7069>)

Resumen

El cambio climático se ha erigido como uno de los mayores riesgos para la vida de todas las especies en la tierra, especialmente para el ser humano quien, a su vez, es su principal causante. La presente investigación busca analizar el papel de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas para la acción y la intervención social y ambiental y el papel que la educomunicación ambiental tiene ante el reto del cambio climático, como uno de los fenómenos que, por su urgencia, está en la agenda ambiental, social, económica y política. Para ello se ha realizado una revisión bibliográfica actual de las principales investigaciones en el área. A lo largo de este trabajo se ha observado que el cambio climático y los ODS, definidos por entidades supranacionales, no están presentes en la educación ambiental y que el ámbito de la comunicación ambiental se centra, especialmente, en las catástrofes y situaciones extremas. En el actual entorno digital, donde la inmediatez de las redes sociales ha favorecido la difusión de informaciones falsas, es necesario la recuperación de enfoques críticos e ideológicos de la educación para los medios, para el desarrollo de la educación mediática y de la competencia digital con el fin de promover una ciudadanía con capacidad para construir nuevas narrativas a través de los medios digitales, para con ello facilitar nuevas formas de «ecociudadanías» capaces de provocar un cambio necesario y transformador en el sistema.

Abstract

Climate change has emerged as one of the most important risks for citizenships and especially for the human being, who is known as the main cause of this change. The aim of this research is to analyze the role of sustainable development objectives for the action and social and environmental intervention and the role that environmental educommunication has with the challenge of climate change, as one of the phenomena that, by its urgency, is on the environmental, social, economic and political agenda of organizations. Thus, a bibliographical review of the main investigations in the area was carried out in which it was observed that climate change and the objectives of sustainable development, defined by supranational entities, are not present in environmental education, and only special interest is paid to the catastrophes and extreme situations in environmental communication. In times of social networking and false information, the recovery of critical and ideological approaches to media education is necessary for the development of media education and digital competence to be able to create new narratives through digital media for new forms of ecocitizenship capable of causing a necessary change and transforming the system.

Palabras clave | keywords

Cambio climático, objetivos de desarrollo sostenible, redes sociales, educomunicación, ecociudadanía.
Climate change, sustainable development goals, digital ecosystem, social networks, educommunication, ecocitizenship.

Cómo citar: Rodrigo-Cano, D., Picó, M.J. y Dimuro, G. (2019). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 25-36. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.02>

1. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Las Naciones Unidas aprobaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en 2015, tras la década de la Educación para el Desarrollo Sostenible (2004-2015) impulsada por la Unesco y los Objetivos del Desarrollo de Milenio (2005-2015). Estos son los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible: 1) Pobreza, 2) Hambre cero; 3) Salud bienestar; 4) Educación; 5) Igualdad de género; 6) Agua; 7) Energía asequible y no contaminante; 8) Trabajo decente; 9) Industria, innovación e infraestructura; 10) Reducción de las desigualdades; 11) Ciudades y Comunidades Sostenibles; 12) Consumo responsable; 13) Acción por el clima (cambio climático); 14) Vida marina; 15) Ecosistemas terrestres; 16) Paz, justicia e instituciones sólidas; 17) Alianzas (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2016). Estos Objetivos de Desarrollo Sostenible permiten un marco referencial para la acción y la intervención social y ambiental, a pesar de una evidente falta de integración de variables sociales (Allen, Metternicht, & Wiedmann, 2016).

Figura 1. Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Organización de Naciones Unidas (2017)

Desde los ODS se plantean ciertas metas para el 2030, que pasan por poner fin a la pobreza y mejorar los accesos a la educación, al empleo y la información, mejorar la salud y la vivienda y la reducción de las desigualdades al avanzar hacia el consumo y la producción de una alimentación sostenible. De la misma forma, considera necesario asegurar la seguridad hídrica, una energía limpia universal, ecosistemas saludables y productivos y gobernanza para sociedad sostenibles (Griggs, 2013).

En definitiva, el «desarrollo sostenible» consiste en una práctica que incluye el impulso de movimientos sociales, la organización de las instituciones, la elaboración de la ciencia y la tecnología y la negociación de compromisos entre quienes se preocupan por el medio ambiente, la economía y los aspectos sociales (Robert, Parris, & Leiserowitz, 2005).

En este sentido, resulta imperativo que la «educación ambiental» transite hacia el desarrollo sostenible para alcanzar los ODS. Para ello, la educación ambiental y la comunicación ambiental deben estar alineadas con el fin de señalar la relevancia de la calidad de las campañas de sensibilización o la educación ambiental en la comunicación desarrolladas tanto por asociaciones como por instituciones. Se ha de evitar caer en tópicos e improvisaciones y fundamentar los mensajes y el diseño metodológico en la información científica (Picó, 2017a).

En la presente revisión se ha llevado a cabo una selección de trabajos publicados en las bases de datos Web of Science® y Scopus® de los últimos años, partiendo de los criterios de búsqueda sobre «Objetivos de Desarrollo Sostenible» [Sustainable Development Goals] y teniendo en cuenta que se tratan de las principales y más prestigiosas bases de datos científicas a escala internacional, lo que asegura la calidad de los trabajos indexados.

Para llevar a cabo el análisis de contenido propuesto en este estudio, y teniendo en cuenta las fases lógicas en este tipo de aproximaciones, se establece un procedimiento que se ajuste a los objetivos planteados. En la primera fase de búsqueda y revisión de literatura se seleccionó el término «Sustainable Development Goals» y «Objetivos de Desarrollo Sostenible» (con algoritmos *booleanos* entre comillas y con asteriscos) en el periodo comprendido 2011-2018, con la finalidad de acotar aquellos trabajos emergentes que hiciesen referencia específicamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Posteriormente, se refinaron los datos obtenidos en función del tipo de documento, seleccionando únicamente los artículos y excluyendo capítulos de libros, las revisiones o reseñas, las actas de congresos y los artículos en prensa, con el fin de reducir el número de documentos (tabla 1).

Tabla 1. Documentos emergentes por año por criterios de búsqueda en WoS® y Scopus®

Año	SDG*	ODS**
2011	31	
2012	27	
2013	44	
2014	47	
2015	88	
2016	154	2
2017	258	3
2018	359	8
TOTAL	1008	13

*SDG = Sustainable Development Goals; ** ODS= Objetivos de Desarrollo Sostenible

2. Educomunicación ambiental

Son necesarias herramientas que permitan una «alfabetización ambiental», así como una educomunicación capaz de desarrollar la capacidad crítica y el empoderamiento de la ecociudadanía, entendida ésta como aquella que sirve para “reforzar la libertad, la autonomía crítica y la participación de los ciudadanos en cuestiones políticas, sociales, económicas, ecológicas e interculturales a partir del buen uso de los medios y la tecnología comunicativa” (Gozálvez y Contreras-Pulido, 2014: 130). Hace falta una colaboración en la búsqueda de respuestas para la mitigación y la adaptación ante el cambio climático, por lo que resulta necesario la implicación en la participación de diferentes actores en la transformación (Sarmiento, 2013).

La educomunicación ambiental debe ser entendida como una capacitación para la acción y caracterizada por su intencionalidad, por la implicación de la sociedad, explicando los motivos y las razones así como los mecanismos y las causas desde la ciencia. Para ello es necesaria la búsqueda de soluciones, la participación democrática y la visión de un futuro utópico en los que la salud humana, los conflictos sociales o la equidad deben ser muy destacados y para ello se ha poner énfasis en la acción (Rodrigo-Cano & Machuca-De-La-Rosa, 2018).

Más allá de la educomunicación como reflexión dialógica y emancipatoria que propone Paulo Freire para la construcción colaborativa del conocimiento, encaminada al empoderamiento y al ejercicio de la ciudadanía, y por extensión de la ecociudadanía, es necesario un proceso que favorezca el desarrollo de competencias en la percepción e interpretación de los mensajes que hoy posibilitan las tecnologías digitales emergentes (*smartphones, tablets y phablets*) (Nagamini & Aguaded, 2018), y en el que la educomunicación se caracteriza por factor relacional dentro del ecosistema digital a través de la comunicación digital, las interacciones, las habilidades psicosociales de la ciudadanía en los entornos sociales, de ocio y lúdicos y de conciencia crítica (Marta-Lazo & Gabelas, 2016) que, en muchas ocasiones, se desarrollan a través de herramientas y medios digitales (Villalonga & Marta-Lazo, 2015).

Ante la evidencia de la existencia de un cambio climático en curso y en el que la única variable que puede explicarlo es la interferencia humana en la atmósfera (IPCC, 2013), los expertos reclaman “limitar el calentamiento a 1,5 °C requiere un cambio transformador sistémico” (IPCC, 2018). En esta línea se hace urgente que desde todas las disciplinas se busquen soluciones viables, realistas y que supongan un compromiso político con las personas ciudadanas.

Los impactos que los expertos ya identifican pasan por la disminución de los glaciares alterando el ciclo hidrológico, aumento de temperaturas alterando ecosistemas terrestres y acuáticos (extinción), aumento de las sequías y mayor riesgo de incendio, aumento del nivel del mar, estrés por calor, precipitaciones extremas, inundaciones, sequía, aumento de la aridez y escasez de agua, evolución negativa de los rendimientos de determinados cultivos, entre otros muchos efectos que coligen un llamado de atención.

Pero los mayores efectos del calentamiento global se van a producir sobre la especie humana. Sus consecuencias van a modificar los patrones de las enfermedades transmitidas por mosquitos y garrapatas o aumentar las enfermedades transmitidas

por el agua, debido a condiciones más cálidas y cambios en las precipitaciones y la escorrentía. Además, a partir de impactos sobre los sistemas sociales, también incidirá en aspectos como la seguridad alimentaria, la capacidad laboral, la salud mental, el desplazamiento de la población y otros efectos sobre los sistemas de atención de la salud (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente [España], 2014). En resumen, si la humanidad continua el actual ritmo de emisiones de efecto invernadero, las consecuencias del cambio climático pueden ser catastróficas para la humanidad y, especialmente, para las sociedades y los grupos humanos más vulnerables (Vervoort & Gupta, 2018).

Para hacer frente al cambio climático, tanto las organizaciones gubernamentales como las organizaciones sociales y ciudadanas plantean estrategias adaptativas de reducción de riesgos ante el cambio climático a través de un mejor acceso a la educación y la información, la nutrición, los servicios sanitarios, la energía, la vivienda segura y las estructuras de asentamiento y de apoyo social, así como un mejor acceso a los recursos locales y control de éstos. Asimismo resulta fundamental el acceso a la tecnología y foros de toma de decisiones, lo que conllevaría a una mayor capacidad de consensos y acuerdos sociales. De la misma forma es necesario atender a opciones tecnológicas, ecosistémicas, económicas y de servicios, a través de leyes y regulaciones con políticas y programas nacionales y gubernamentales, por supuesto desde una menor desigualdad de género a otras formas de marginación (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente [España], 2014).

En este proceso de transformación encontramos a los medios de comunicación que, como indica Meira (2017, p. 98), aún son:

[la] fuente principal de información sobre el cambio climático que tienen los ciudadanos, por lo que recae en ellos una considerable responsabilidad social, aunque hay que anotar también en su descargo sus dificultades estructurales, en un proceso irreversible de cambio hacia los formatos digitales y por la información que los usuarios generan y distribuyen en las redes sociales, además de las limitaciones fruto de los vaivenes políticos y mediáticos de cada momento.

Sin embargo, los expertos advierten que los medios de comunicación ponen el foco en la importancia de las consecuencias del cambio climático en:

[...] el hábitat, la fauna, la flora y los seres vivos, donde las noticias se circunscriben en el cambio de los ciclos naturales de los animales y la vegetación, la subida de las temperaturas y sus consecuencias para los ciclos naturales y la salud, las olas de acciones climatológicas adversas y la falta de lluvias y sus efectos, pero siempre desde un punto de vista pesimista, dado que sólo se relatan las negativas y devastadoras consecuencias que ello produce (Zaragoza, 2018, p.42).

Estas fórmulas de comunicación sobre el cambio climático tiene efectos directos en la acción, reacción y formación de la realidad social, pues la forma en que estos temas se tratan en los medios de comunicación puede tener consecuencias de alcance en la investigación científica sobre el clima, así como en las percepciones, la comprensión del problema y la implicación potencial de responsables políticos y ciudadanos (Boykoff & Smith, 2010). Dada la situación en la que se encuentran los

profesionales de la Comunicación, cuyo índice de desempleo en España registrado entre los periodistas en 2016 es un 74% superior al de 2008 (Asociación de la Prensa de Madrid, 2016), la post-verdad se posiciona con fuerza desde las redes sociales hacia la pseudociencia y oculta los contenidos científicos, como la negación del cambio climático, posicionando la tecnología en el eje naturaleza-sociedad como tabla de salvación.

Esta fragilidad en la información ambiental en general, y sobre el cambio climático en particular, se visibiliza en las relaciones de poder político-económico con los medios de comunicación (Reig & Labio, 2017; Cuevas & Mora, 2016). Por otro lado, “las buenas noticias no son noticias” (Picó, 2017b), mientras los medios de comunicación se centran en los riesgos y las catástrofes ambientales (Jiménez & Martín-Sosa, 2018; Fernández-Reyes, 2018).

Con todo, hay una proliferación de noticias falseadas (*fake news*), «ecopostureos» (*greenwashing*) y comunicación infoxicada por algoritmos y *bigdata*, apoyados por medios de comunicación de masas y sus anunciantes, que pretenden vender productos «verdes» como medio de lavado de cara, cuando su finalidad real no es comprometerse con el entorno (ni ambiental, ni social ni cultural) (Delmas & Burbano, 2011), se trata de hacer percibir a los consumidores que los productos son ecológicamente amables (Megías-Delgado, Baldallo-González, & Maraver-López, 2018).

3. Nuevas narrativas para la educomunicación ambiental

En este contexto aparecen nuevas narrativas para promover un cambio social hacia un nuevo paradigma (Teso, 2016). En palabras de Naomi Klein (2015): el cambio climático es la narrativa más poderosa contra el sistema económico y político actual. Aunque el cambio climático ha sido desplazado del debate social precisamente por consideraciones económicas y políticas (citado por León & Bourk, 2018).

Las nuevas formas de comunicación han irrumpido con el uso de Internet y en estos momentos se caracterizan por la descentralización en la emisión de mensajes, la relación entre iguales que mantienen los interlocutores y, a la vez, ser sujetos de la comunicación que emiten y reciben (*emirecs*) (Aparici & García-Marín, 2018). Esto ocurre en un ecosistema digital, caracterizado por la relación entre la actividad comunicacional, los contenidos y los sujetos de la comunicación (Alonso, 2005) que establecen lógicas, procesos y dinámicas comunicativas que permiten un flujo comunicativo a través de los medios digitales a través de un relato transmediático (Carrera *et al.*, 2013).

Este ecosistema digital y, de forma más genérica, la divulgación científica, requieren la creación de nuevos contenidos relativos al cambio climático para la emisión de forma periódica y el desarrollo de nuevos formatos de contenido divulgativo, apoyados por contenidos de ficción, con la intención de incidir en cambios de actitudes, estilos de vida y comportamientos (Teso Alonso *et al.*, 2018).

Además, han aparecido narrativas transmedia a través de las redes sociales (Ojeda-Barceló, Gutiérrez-Pérez, & Perales-Palacios, 2011), un buen ejemplo es el movimiento educomunicador que surgió en el año 2014 con la idea de lanzar la Educación Ambiental. En las redes sociales y consiste fundamentalmente en un

encuentro mensual a través de Twitter, siguiendo el hashtag #EA26, donde se debaten temáticas de relevancia para la EA. Es un punto de encuentro abierto de intercambio, de colaboración y enriquecimiento (empoderamiento) referente del sector en la red (Gutiérrez Bastida, 2018; Toboso, De-Casas-Moreno, & Rodrigo-Cano, 2018; Benayas *et al.*, 2017).

El vídeo digital, con Youtube como modelo, se ha convertido en una herramienta fundamental para la comunicación científica y el cambio climático (León & Bourk, 2018). Los videojuegos constituyen también una nueva forma de acción social que permite a los jóvenes aprender a proteger el planeta, aprendiendo tópicos y motivando a la acción frente al cambio climático (Ouariachi, Olvera, & Gutiérrez, 2017). Ante el silencio mediático sobre el cambio climático (Mancinas, 2012) es necesario un periodismo ambiental y sostenible capaz de dotar de una cobertura periodística veraz al respecto de esta temática (Fernández-Reyes, 2004; Fernández-Reyes, Piñuel-Raigada, & Vicente-Mariño, 2015) en donde los medios de comunicación desempeñen un destacado papel en la interpretación de acontecimientos, ejerciendo a la vez como testigos y como actores. A partir de esta función de construcción de la realidad social, seguimos la «teoría de la amplificación del riesgo», la cual vincula la experiencia social del riesgo al volumen de cobertura en la prensa (Fernández-Reyes, 2018).

4. Ecociudadanía

El panorama actual nos sitúa ante sectores de la educación y la comunicación que imponen discursos hegemónicos e instrumentales. Un sistema educativo tradicional, estructurado sobre ideologías mercantilistas y neoliberales e instituciones educativas politizadas (Badillo & Martínez-Roa, 2014). Además, el tratamiento curricular del cambio climático en los planes formativos está siendo invisibilizado y contaminado con prejuicios y estereotipos (Serantes, 2017).

Desde el sector de la Educación Ambiental se empieza a reclamar un currículo de emergencia climática (Meira-Carteá *et al.*, 2018; Resclima, 2018), el desarrollo de habilidades digitales y tecnológicas capaces de establecer vínculos entre la sociedad y la tecnología que permitan participar en procesos participativos en los que las personas incorporemos criterios de sostenibilidad, feminismos y justicia global en las decisiones que se tomen (Machuca & Rodrigo-Cano, 2018), con el fin de conseguir una cultura del cuidado del clima (Heras, 2016) que, irremediablemente, pase por establecer líneas de trabajo con población excluida como mujeres, niñas (Limón & Solís, 2014).

La educación ambiental reclama una «ecociudadanía» (Sauvé & Asselin, 2017) que se caracterice por: un proyecto educativo que invite a clarificar la visión del mundo, a tener una mirada crítica hacia realidades socioecológicas, a redefinir la economía y a desarrollar un poder-hacer para reconstruir los lazos entre sociedad y naturaleza, y que además incluya la justicia social (Murga-Menoyo, 2018) y desde el feminismo (Herrero, 2014).

Un excelente ejemplo de ecociudadanía y educomunicación ambiental es el denominado «Confint», campaña pedagógica que atrae la dimensión de la política ambiental hacia la educación. Es un proceso constructivo que moviliza y compromete a los y las jóvenes y a la comunidad educativa en el cual las personas se reúnen

en distintos niveles organizativos y deliberan sobre la crisis ambiental entendida de manera amplia (ecológica, social, cultural, económica, política...), asumen responsabilidades, plantean y ejecutan acciones transformadoras hacia sociedades sostenibles y eligen representantes que llevan a las «Confint» de sucesivos niveles como son el regional, nacional o internacional.

La «Confint» es un proceso: 1) pedagógico, que profundiza en conceptos y valores sobre eco-ciudadanía, medio ambiente, democracia y participación; 2) educativo ambiental, que busca el compromiso y la responsabilidad de las chicas y chicos frente a la crisis ambiental que sufre nuestro planeta; 3) interactivo entre jóvenes de diferentes edades y de distintas regiones, países o continentes que aprenden y actúan unidos y que tienen un fin común: cuidar el planeta; que aproxima la dimensión de la política ambiental hacia la educación formal (Gutiérrez Bastida, 2014).

5. Discusión y conclusiones

A lo largo de este recorrido de literatura científica respecto a la emergente educomunicación ambiental frente al cambio climático, queda en evidencia la inexorable convergencia entre educación y comunicación, entendiendo esta como el aprendizaje de los recursos que en estos momentos ofrecen los medios de información y comunicación desde las tecnologías. Además se debe recuperar conceptos de la educación ambiental, como la generación de actitudes y aptitudes, para lograr equilibrios entre el ser humano y el entorno, participar en la integración de la propia educomunicación y las soluciones políticas, sociales, económicas, ambientales y éticas con la intención de prevenirlas, minimizarlas o normalizarlas y, ante el cambio climático, la mitigación y adaptación, y partir de la ciencia y la investigación capaces de gestionar problemáticas del entorno y para el ser humano (Meira *et al.*, 2018).

Además, en la actualidad, la educomunicación ambiental no desarrolla muchos de estos los objetivos de desarrollo sostenible, dejando patente la dimensión ambiental sobre la vertiente social y, por supuesto, dejando de lado la dimensión económica. Sin embargo, como se ha visto en esta investigación, los Objetivos de Desarrollo Sostenible constituyen un marco ético y por el bien común (Fernández-Reyes & Águlla-Coghlan, 2017).

Sin embargo, es cierto, que la educación ambiental y la comunicación ambiental han estado más ocupadas en una crisis económica que prácticamente dismanteló el sector, castigado con despidos, cierres y pérdidas de bagajes y conocimientos (Benayas *et al.*, 2017; Meira, Barba, & Castiñeiras, 2017).

El diseño de los mensajes, de las campañas de sensibilización, de la educación ambiental, así como para la comunicación ambiental, se debe fundamentar en la investigación científica basada en los conjuntos de datos, bibliografías y repositorios de investigación, así como del conjunto de especialistas, comunidades de práctica y aprendizaje y los principales acontecimientos científicos (Peña-López & Padró-Solanet, 2017). Son los medios de comunicación los que deben ser canales adecuados para el conocimiento de la situación, dejando de lado el sesgo informativo por el que solo informan de catástrofes y malas noticias (Zaragoza, 2018).

En todo caso, la educomunicación ambiental debe asumir un perfil fundamentado en la adquisición de conocimientos básicos y del aprendizaje de informaciones pertinentes. Esto permitirá la mejora de fenómenos y problemáticas ambientales para la toma de decisiones adecuadas, la búsqueda de resolución de problemas reales, el desarrollo de las capacidades intelectuales, que posibilitarán la formulación y la operación de soluciones con la intención de promover desarrollos para una visión crítica capaz de poner el énfasis en los procesos de percepción y fomentar el desarrollo de competencias educativas de los sujetos para la educación y la formación de individuos para potenciar cambios de actitudes, valores, prácticas y comportamientos (Rodrigo-Cano & Machuca-De-La-Rosa, 2018).

Además, es necesario la recuperación de enfoques críticos e ideológicos de la educación para los medios, para el desarrollo de la educación mediática y de la competencia digital (Aparici & Tyner, 2012). Ante el avance del paradigma digital y el uso de la tecnología móvil, en crecimiento exponencial, se requieren nuevos roles, nuevos formatos y nuevas narrativas que proponen los nuevos medios digitales tanto de la comunicación como de la educación ambiental ante esta realidad comunicativa diversa y caracterizada por los *emirecs*.

Referencias

- Allen, C., Metternicht, G., & Wiedmann, T. (2016). National pathways to the Sustainable Development Goals (SDGs): A comparative review of scenario modelling tools. *Environmental Science & Policy*, 66, 199-207. <http://dx.doi.org/10.1016/j.envsci.2016.09.008>
- Alonso, J. (2005). Propuesta metodológica para el estudio de las formas de comunicación en internet. En López García, G. (Ed.). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. (pp. 89-107). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- Aparici, R., & García-Marín, D. (2018). Prosumers and emirecs: Analysis of two confronted theories. [Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas]. *Comunicar*, 55, 71-79. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>
- Aparici, R. & Tyner, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar*, 38, 51- 58. DOI:10.3916/C38-2011-02-05.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2016). *Informe Anual de la Profesión Periodística* (2016). Recuperado de <https://goo.gl/iwPtRD>.
- Badillo, M.E., & Martínez-Roa, O.G. (2014). Educomunicación y medio ambiente: en la búsqueda y construcción de fisuras. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 5(1), 255-270
- Benayas, J., Marcén, C., Alba, D., & Gutiérrez, J.M. (2017). *Educación para la sostenibilidad en España. Reflexiones y propuestas*. Madrid: Fundación Alternativas y Red Española para el Desarrollo.
- Boykoff, M., & Smith, J. (2010). Media representations of climate change. En Constance Levertracy-Tracy (Ed.), *Routledge Handbook of Climate Change and Society* (pp. 210-218). Routledge.
- Carrera-Alvarez, P., Limón-Serrano, N., Herrero-Curiel, E., & Sainz de Baranda, C. (2013). Transmedialidad y ecosistema digital. *Historia y Comunicación Social*, 18, 535-545.
- Cuevas, R., & Mora, A. (2016). *Latifundio mediático y resistencias sociales en América Latina*. San José, Costa Rica: Editorial Universitaria Estatal a Distancia.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. (2011). The drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Fernández Reyes, R. (2004). Periodismo ambiental y periodismo sostenible. *Ámbitos*, 12, 311-317.

- Fernández-Reyes, R. (2018). Trump, eventos extremos y cumbres internacionales en la cobertura mediática del cambio climático. En R. Fernández-Reyes & D. Rodrigo-Cano (Eds). *La comunicación de la mitigación y la adaptación al cambio climático* (pp. 13-47). Madrid: Ediciones Egregius.
- Fernández-Reyes, R., & Águila-Coghlan, J.C. (2017). Un periodismo en transición ante el V informe del IPCC, El acuerdo de París y Los objetivos de desarrollo sostenible. *Ámbitos*, 37. Recuperado de <https://goo.gl/Sj4Zyg>
- Fernández-Reyes, R., Piñuel-Raigada, J.L., & Vicente-Mariño, M. (2015). La cobertura periodística del cambio climático y del calentamiento global en El País, El Mundo y La Vanguardia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 122-140. DOI: 10.4185/RLCS-2015-1038
- Griggs, D. (2013). Sustainable development goals for people and planet. *Nature*, 495, 305-307.
- Gozálvez, V., & Contreras, P. (2014). Empowering Media Citizenship through Educommunication. [Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación]. *Comunicar*, 42, 129-136. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-12>
- Gutiérrez Bastida, J.M. (2014). La Confint y Esenred: Crisoles de aprendizaje hacia la Eco-ciudadanía. *Boletín del CENEAM*, número de noviembre. Recuperado de <https://goo.gl/SM471e>
- Gutiérrez Bastida, J.M. (2018). *Educatio ambientalis. Invitación a la educación ecosocial en el Antropoceno*. Madrid: Editorial Bubok.
- Heras, F. (2016). *La educación en tiempos de cambio climático: facilitar el aprendizaje para construir una escuela de cuidado del clima*. Recuperado de <https://goo.gl/3cUjsQ>.
- Herrero, Y. (2014). Economía ecológica y economía feminista: un diálogo necesario. En Carrasco Bengoa, Cristina (Ed.), *Con voz propia. La economía feminista como apuesta teórica y política* (pp. 219-237). Madrid: La oveja roja.
- IPCC (2014). *Climate change 2013: the physical science basis*. Recuperado de <https://goo.gl/LV1eG4>
- IPCC (2018). *Summary for Policymakers*. In: *Global warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty*. Recuperado de <https://goo.gl/nJJnH7>
- Jiménez, I., & Martín-Sosa, S. (2018). El estudio del cambio climático en la prensa a través de sus efectos: una propuesta metodológica. En D. Rodrigo-Cano, P.de-Casas-Moreno, & P. Toboso-Alonso (Eds) *Los medios de comunicación como difusores del cambio climático* (pp. 107-122). Sevilla: Egregius.
- Klein, N. (2015). *Esto lo cambia todo. El capitalismo contra el clima*. Barcelona: Paidós.
- León, B., & Bourk, M. (2018). *Communicating science and technology through online video*. New York: Routledge.
- Limón, D. & Solís, C. (2014). *Educación Ambiental y enfoque de género: claves para la integración*, *Rev. Investigación en la escuela*, 33, 2014, 37-50.
- Machuca, I. & Rodrigo-Cano, D. (2018). La educomunicación ambiental hacia la transición energética desde la perspectiva de género. Estado del arte. En R. Fernández-Reyes & D. Rodrigo-Cano (Eds). *La comunicación de la mitigación y la adaptación al cambio climático* (Pp. 49-58). Madrid: Ediciones Egregius.
- Mancinas, R. (2012). El silencio mediático. Reflexión en torno a las razones de los medios de comunicación para no hablar del cambio climático. En R. Fernández-Reyes & R. Mancinas (Ed). *Medios de comunicación y cambio climático. Actas de las Jornadas Internacionales* (pp. 233-248). Sevilla: Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Marta-Lazo, C. y Gabelas, J. A. (2016). *Comunicación digital: Un modelo basado en el Factor R-elacional*. UOC: Madrid.
- Megías-Delgado, M., Baldallo-González, C., & Maraver-López, P. (2018). Validez de la publicidad como recurso en la Educación Ambiental. *Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, 9(2), 203-215. <https://www.doi.org/10.14198/MED-COM2018.9.2.11>

- Meira, P. (2017). Retos para informar sobre el cambio climático a la sociedad. En Mónica Arto Blanco & Pablo Meira (Eds) *RESCLIMA: Aproximación ás claves sociais e educativas do cambio climático* (pp.97-101). Ferrol: Aldine Editorial.
- Meira, P., Barba, M., & Castiñeiras, J.J. (2017). Crisis económica y profesionalización en el campo de la educación ambiental: comparativa 2007-2013 en Galicia. *Educação e Pesquisa*, 43(4), 1127-1146. <https://dx.doi.org/10.1590/s1517-9702201703155092>
- Meira, P., González-Gaudiano, E., & Gutiérrez-Pérez, J. (2018). Climate crisis and the demand for more empiric research in social sciences: emerging topics and challenges in environmental psychology / Crisis climática y demanda de más investigación empírica en Ciencias Sociales: tópicos emergentes y retos en Psicología Ambiental, *Psycology*, 9(3), 259-271, DOI: 10.1080/21711976.2018.1493775
- Meira-Carteia, P. A., Gutiérrez-Pérez, J., Arto-Blanco, M., & Escosz-Roldán, A. (2018). Influence of academic education vs. common culture on the climate literacy of university students / Formación académica frente a cultura común en la alfabetización climática de estudiantes universitarios, *Psycology*, 9(3), 301-340. DOI: 10.1080/21711976.2018.1483569
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente [España] (2014). *Basado en materiales contenidos en el Quinto Informe de Evaluación del IPCC, Grupo de Trabajo II. Cambio Climático: Impactos, Adaptación y Vulnerabilidad*. Fundación Biodiversidad, Oficina Española de Cambio Climático, Agencia Estatal de Meteorología, Centro Nacional de Educación Ambiental. Recuperado de <https://goo.gl/btY3qi>.
- Murga-Menoyo, M. Á. (2018). La Formación de la Ciudadanía en el Marco de la Agenda 2030 y la Justicia Ambiental. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social (RIEJS)*, 7(1), 37-52. <https://doi.org/10.15366/riejs2018.7.1.002>
- Nagamini, E., & Aguaded, I. (2018). La Educomunicación en el contexto de las nuevas dinámicas discursivas mediáticas [Editorial]. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 9(2), 119-121. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.2.27>
- Ojeda-Barceló, F., Gutiérrez-Pérez, J., & Perales-Palacios, F.J. (2011). TIC y Sostenibilidad: Obstáculos y posibilidades para los educadores ambientales. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 15, 1, 263-313.
- Ouariachi, T., Olvera, M.D., & Gutiérrez, J. (2017). Analysis of online change games: exploring opportunities. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 19(3), 104-114. <https://doi.org/10.24320/redie.2017.19.3.1298>
- Peña-López, I. & Padró-Solanet, A. (2017). Educación ambiental en un món de xarxes. En Diputació de Barcelona (Eds) *Educació ambiental. D'on venim? Cap a on anem?* (pp. 231-257). Barcelona: Col.lecció Estudis.
- Picó Garcés, M.J. (2017a). Els mitjans de comunicació, aliats de l'educació ambiental. En Diputació de Barcelona (Eds) *Educació ambiental. D'on venim? Cap a on anem?* (pp. 219-230). Barcelona: Col.lecció Estudis.
- Picó Garcés, M.J. (2017b). *Periodismo ambiental. De la lucha ecologista al entorno digital*. UOC. Barcelona.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2016). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado de <https://goo.gl/Rw4aiK>
- Reig, R., & Labio, A. (2017). *El laberinto mundial de la información*. Barcelona: Anthropos/Siglo XXI.
- Resclima (2018). A educación para o cambio climático no sistema educativo. Recuperado de: <https://goo.gl/NHLD2B>
- Robert, Kates W., Parris, Thomas M., & Leiserowitz, Anthony A. (2005). What is Sustainable Development? Goals, Indicators, Values, and Practice. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 47(3), 8-21. <http://dx.doi.org/10.1080/00139157.2005.10524444>
- Rodrigo-Cano, D., & Machuca-De-La-Rosa, I. (2018). La educomunicación ambiental, herramienta necesaria ante el cambio climático frente al greenwashing. En D. Rodrigo-Cano, P. de-Casas-Moreno, & P. Toboso-Alonso (Eds), *Los medios de comunicación como difusores del cambio climático* (pp. 47-66). Sevilla: Egregius.

- Sarmiento, P. (2013). Bioética ambiental y eco pedagogía: una tarea pendiente. *Acta bioethica*, 19(1), 29-38.
- Sauvé, L. & Asselin, H. (2017). Educar para la ecociudadanía: contra la instrumentalización de la escuela como antesala del «mercado del trabajo». *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, 29(1), 217-244. <http://dx.doi.org/10.14201/teored291217244>
- Serantes, A. (2017). El cambio climático en los libros de texto. Cómo el sistema educativo contribuye a la construcción del saber sobre el cambio climático. En Mónica Arto Blanco & Pablo Meira (Eds) RESCLIMA: Aproximación ás claves sociais e educativas do cambio climático (Pp.81-92). Ferrol, España: Aldine Editorial.
- Severiche-Sierra, C., Gómez-Bustamante, E., & Jaimes-Morales, J. (2016). La educación ambiental como base cultural y estrategia para el desarrollo sostenible. *Telos*, 18(2), 266-281.
- Teso Alonso, G. (2016). *Comunicación y representaciones del Cambio Climático: el discurso televisivo y el imaginario de los jóvenes españoles*. Tesis Doctoral, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de <https://goo.gl/JMZjYp>
- Teso Alonso, G., Fernández- Reyes, R., Gaitán, J.A, Lozano-Ascencio, C., & Piñuel, J.L. (2018). *Comunicación para la sostenibilidad: el cambio climático en los medios*. Madrid: Fundación Alternativas.
- Toboso, P., De-Casas-Moreno, P., & Rodrigo-Cano, D. (2018). #EA26. Análisis de la iniciativa de educación ambiental. En D. Rodrigo-Cano, P. de-Casas-Moreno, & P. Toboso-Alonso (Eds) *Los medios de comunicación como difusores del cambio climático* (pp. 145-162). Zaragoza: Egregius.
- Vervoort, Joost M. & Gupta, Aarti (2018). Anticipating climate futures in a 1.5°C era: The link between foresight and governance. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 31, 104-111.
- Villalonga, C., & Marta-Lazo, C. (2015). Modelo de integración educomunicativa de apps móviles para la enseñanza y el aprendizaje. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 46, 137-153. <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2015.i46.09>
- Zaragoza, M. F. (2018). El conocimiento del cambio climático a través de los mass media como herramienta de proyección. En D. Rodrigo-Cano, P. de-Casas-Moreno, & P. Toboso-Alonso (Eds), *Los medios de comunicación como difusores del cambio climático* (pp. 29-46). Sevilla: Egregius.

Uso de las TIC y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Ecuador

Use of ICT and its relationship with the Objectives of Sustainable Development in Ecuador

Juan M. Ibujés Villacís es profesor e investigador de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica Nacional (Ecuador) (juan.ibujes@epn.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0001-8439-3048>)

Dr. Antonio A. Franco Crespo es profesor e investigador de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica Nacional (Ecuador) (antonio.franco@epn.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0001-8040-1805>)

Resumen

En 2015, en la Organización de las Naciones Unidas se aprobaron los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El objetivo de esta investigación es conocer el estado actual y perspectivas de la Sociedad de la Información (SI) en relación con el logro de las metas de los ODS, mediante el análisis de la información histórica y pronósticos de los indicadores SI, y actuaciones de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en Ecuador. La metodología de investigación tiene un enfoque cuantitativo, no experimental y longitudinal. Se utilizaron fuentes de información secundarias como reportes nacionales y extranjeros, que convertidos en series de tiempo permitieron analizar pronósticos y determinar la tendencia futura de esos indicadores. Como resultados se encontró que el comportamiento de indicadores de uso de las TIC e indicadores de I+D+i están relacionados en forma directa o indirecta con el cumplimiento de las metas de los ODS. Se concluye que, por un lado, la tendencia de cinco indicadores de la SI sintonizan con el logro de las metas de los ODS, mientras que otros tres indicadores requieren un fuerte impulso para cambiar la tendencia y lograr su meta asociada; y, por otro lado, la necesidad de que los diferentes actores de la sociedad ecuatoriana se comprometan a trabajar a partir de las potencialidades del uso de las TIC y actuaciones en I+D+i con el fin de lograr los ODS.

Abstract

In the United Nations in 2015, the 17 Sustainable Development Goals (SDGs) were approved. The objective of this research is to know the current status and perspectives of the Information Society (IS) in relation to the achievement of the goals of the SDGs, through the analysis of historical information and projections of IS indicators, and actions of research, development and innovation (R&D+i) in Ecuador. The research methodology has a quantitative, non-experimental and longitudinal approach. Secondary information sources were used as national and foreign reports, which once converted into time series allowed to analyze projections and determine the future trend of those indicators. As results, it was found that the behavior of indicators of ICT use and R&D+i indicators are directly or indirectly related to the fulfillment of the goals of the fourth, fifth, eighth and ninth SDGs. On the one hand, it was concluded that the trend of five SI indicators is in relation with the achievement of the SDG goals, while three other indicators require a strong impulse to change the trend and achieve its associated goal; on the other hand, the need for the different actors of Ecuadorian society to commit to work based on the potential of the use of ICT and R&D+i activities in order to achieve the SDGs.

Palabras clave | keywords

Ecuador, desarrollo e innovación, género, objetivos de desarrollo sostenible, pronóstico, tecnologías de la información y la comunicación.

Ecuador, development and innovation, gender, sustainable development objectives, projections, information and communication technologies.

Cómo citar: Ibujés Villacís, J.M., y Franco Crespo, A.A. (2019). Uso de las TIC y relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Ecuador. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 37-53. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.03>

1. Introducción y estado de la cuestión

Vivimos en una sociedad marcada por el intercambio de flujos de información y una acelerada utilización del conocimiento como plataforma para el desarrollo de casi todas las actividades del ser humano en un mundo globalizado. Esta nueva forma de hacer las cosas ha requerido cada vez más del aporte de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), lo que ha llevado a autores como Area *et al.* (2012) a sugerir un nuevo modelo de participación colectiva denominada «Sociedad de la Información» (SI), la que ha permitido una profunda interconexión entre seres humanos y máquinas, con importantes efectos en los campos político, social y económico en el ámbito mundial.

La contribución del uso generalizado de las TIC ha trascendido en la generación de algunos impactos sociales como mejorar la calidad de la educación, asegurar vidas saludables, fortalecer el crecimiento económico y/o generar empleos de calidad. Sin embargo, en la perspectiva de un mundo sostenible surge la necesidad de utilizar estas tecnologías en resolver problemas como la pobreza, exclusión, desarrollo económico y social, cambio climático, entre otros, asociándolos con el uso racional de los recursos que nos provee la naturaleza (Ziemba, 2017).

La preocupación por erradicar la pobreza llevó a los representantes de los países de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a proponer, a inicios del presente siglo, ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) que sirvieron como marco de referencia para el desarrollo mundial hasta 2015, según se resume en el reporte de la Organización de las Naciones Unidas (2015). En este informe se reconocen los importantes esfuerzos mundiales, regionales, nacionales y locales que se han ejecutado en los países miembros para eliminar la desigualdad de los seres humanos, salvar millones de vidas y mejorar las condiciones para muchos más.

Reconociéndose en el ámbito mundial que el trabajo por mitigar la pobreza y lograr un progreso económico sostenible debe ser un esfuerzo mundial, en la Cumbre Río+20 en Río de Janeiro, Brasil, los representantes de la ONU renovaron el compromiso político en pro del desarrollo sostenible y de la promoción de un marco institucional para impulsar un futuro económico, social y ambientalmente sostenible para nuestro planeta y para las generaciones presentes y futuras (Organización de las Naciones Unidas, 2012).

Años más tarde la ONU, reconociendo que el trabajo por reducir la pobreza y cerrar las brechas de desigualdad entre países pobres y ricos debía continuar, propuso nuevas estrategias. Así en septiembre de 2015, representantes de 193 países aprobaron una resolución en este foro mundial que incluía 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas para 2030 (United Nations, 2015). Estos objetivos –que se muestran en la tabla 1– son parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Organización de las Naciones Unidas, 2016), y comprenden aspectos que van desde la preservación del medioambiente hasta la gobernabilidad.

El apartado 15 de la Agenda 2030 expresa que la expansión de las TIC y la interconexión global tienen un gran potencial para superar la brecha digital entre pobres y ricos, y desarrollar sociedades del conocimiento e innovación científica y tecnológica (United Nations, 2015). Punto de vista que es compartido por la Unión

Internacional de Telecomunicaciones (ITU) y la Global e-Sustainability Initiative (GeSI), cuando coinciden en que las TIC y sus soluciones digitales asociadas podrían contribuir de manera directa a cubrir más de la mitad de las 169 metas recogidas en los ODS, ya que es posible contribuir a un futuro sostenible a través de una transformación responsable basada en la colaboración de compañías y organizaciones de TIC alrededor del mundo (GeSI, 2016; ITU, 2018).

Tabla 1. Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODS	Descripción
1	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
2	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promover la agricultura sostenible.
3	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
4	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
5	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
6	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible, y el saneamiento para todos.
7	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
8	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
9	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
10	Reducir la desigualdad en y entre los países.
11	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
13	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15	Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica.
16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Fuente: Organización de las Naciones Unidas (2016).

De acuerdo con Pintér *et al.* (2017), la observación, medición y evaluación son partes integrales de la gestión estratégica y la gobernanza para reconocer, comprender y abordar los problemas relacionados con la sostenibilidad. Por lo tanto, este estudio hace hincapié en la contribución de las TIC y actuaciones de Investigación,

Desarrollo e innovación (I+D+i), y su relación con el logro de las metas de cuatro ODS (4, 5, 8 y 9) que se ilustran en la tabla 2. Para ello, se toman en cuenta los indicadores de la SI y las actuaciones realizadas por los diferentes actores públicos y privados de la sociedad ecuatoriana desde el 2008 a 2018. A continuación se analiza en forma resumida la relación entre las TIC y los ODS involucrados en esta investigación.

Según el portal de la ITU (2018) al referirse al ODS 4, las TIC están impulsando una revolución en la formación en línea que ha convertido a estas tecnologías en una de las industrias de crecimiento más rápidas del mundo. Los dispositivos móviles permiten a los estudiantes acceder a los recursos de aprendizaje en cualquier lugar y momento, mientras que los profesores utilizan terminales inalámbricos para formación y tutoría interactiva. En el informe desarrollado por Naciones Unidas (2016) y para Tawil *et al.* (2016), este objetivo se encuentra desglosado en siete metas y tres medios de implementación; y para Salvia *et al.* (2019), este objetivo es el tercero en importancia que abordan los expertos de América Latina y el Caribe (ALC), debido a su relación con los principales problemas y desafíos locales de cada país de la región.

Con respecto al ODS 5, según la ITU (2018) en internet hay hasta 250 millones de mujeres menos que hombres, razón por la cual las TIC pueden ofrecer grandes oportunidades para eliminar la brecha de género, permitiendo a todos tener acceso a los mismos recursos y oportunidades en línea. El impacto esperado sería lograr una amplia participación de las mujeres en su comunidad, en el gobierno y en el ámbito global, a través del empoderamiento económico y la creación de oportunidades laborales y empresariales.

Se ha considerado también el ODS 8 porque, según la ITU (2018), las habilidades en el manejo de las TIC se han convertido en un requisito previo para casi todos los puestos de trabajo; por lo tanto, se debe priorizar el desarrollo de capacidades de uso de estas tecnologías en las estrategias de empleo juvenil y de emprendimiento de todos los países. No es simplemente que la mayoría de puestos de trabajo y negocios ahora necesitan habilidades de las TIC, sino que estas tecnologías están transformando la manera de hacer negocios en todas partes y creando nuevas oportunidades laborales.

En lo que respecta al ODS 9, para la ITU (2018), la infraestructura digital es esencial dado su potencial en la industria y la innovación en sus diferentes formas. Un factor habilitante para hacer innovación es la inversión en investigación y desarrollo (I+D), ya que tiene consecuencias económicas en los habitantes de los países. En este sentido, en el marco mundial se ha demostrado que hay una correlación positiva muy elevada entre esa inversión y el ingreso por habitante (CEPAL, 2016), y según la OECD (2016) a través de la I+D es posible desarrollar productos y tecnologías acordes con la sostenibilidad, y crear cadenas de valor que más allá de su valor social y ambiental, también contribuyen a aumentar la eficiencia y los beneficios.

Este estudio se analiza un conjunto de indicadores sobre uso de las TIC y actuaciones de I+D+i, relacionándolos con las metas que corresponden a los ODS 4, 5, 8 y 9. Para ello se examina el comportamiento histórico de esos indicadores, se hacen pronósticos para los próximos cuatro años y se establecen tendencias para evidenciar el probable cumplimiento de las metas establecidas en los cuatro ODS escogidos. Los resultados serán un punto de referencia a fin de que los actores involucrados en el cumplimiento de los objetivos puedan planificar actuaciones que vayan

en dirección del logro de las metas de la sostenibilidad, por lo tanto, justifica el desarrollo de esta investigación y su contribución a la teoría (Whetten, 1989).

Tabla 2. Metas de los ODS analizadas para Ecuador

Objetivo	Meta	Descripción de la meta
ODS 4	4.a	Construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños y las personas con discapacidad y las diferencias de género, y que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, no violentos, inclusivos y eficaces para todos.
ODS 5	5.b	Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres.
ODS 8	8.2	Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra.
	8.3	Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.
ODS 9	9.5	Aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular los países en desarrollo, entre otras cosas fomentando la innovación y aumentando considerablemente, de aquí a 2030, el número de personas que trabajan en investigación y desarrollo por millón de habitantes y los gastos de los sectores público y privado en investigación y desarrollo.
	9.b	Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas.
	9.c	Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a internet en los países menos adelantados, de aquí a 2020.

Fuente: Organización de las Naciones Unidas (2016).

2. Material y métodos

Este estudio exploratorio y descriptivo utiliza una metodología cuantitativa para analizar la probabilidad de cumplimiento de las metas de los ODS a partir de los indicadores de la SI y las actuaciones realizadas en el ámbito de la I+D+i en instituciones públicas y privadas de Ecuador. En la tabla 3 se muestran los indicadores que están relacionados con las metas de los cuatro ODS considerados,

cuya información se obtuvo de fuentes como el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (MINTEL), y Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, Foro Económico Mundial (FEM, *World Economic Forum*, WEF, por sus siglas en inglés), Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU), entre otras.

Tabla 3. Indicadores de TIC e I+D+i analizados para el caso ecuatoriano

Objetivo	Meta	Indicador
ODS 4	4.a	<ul style="list-style-type: none"> Número de infocentros nacionales.
ODS 5	5.b	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de personas que utilizan computador. Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado. Porcentaje de personas que usan internet.
ODS 8	8.2 8.3	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de personas que usan internet para educación y aprendizaje. Porcentaje de personas que usan internet para actividades laborales.
ODS 9	9.5	<ul style="list-style-type: none"> Inversión real y pronóstico de actividades de ciencia, tecnología e innovación (ACTI) con respecto al producto interno bruto (PIB). Número de investigadores por cada mil integrantes de la población económicamente activa (PEA).
	9.b	<ul style="list-style-type: none"> Normativas legales que dispone el Estado para fomentar la I+D+i en el sector público y privado.
	9.c	Networked Readiness Index (NRI) y sus pilares <ol style="list-style-type: none"> Entorno político regulatorio. Entorno de innovación y negocios. Infraestructura y contenido digital. Recursos. Destrezas y habilidades. Uso individual. Uso empresarial. Uso gubernamental. Impacto económico. Impacto social.

El procedimiento de este estudio se dividió en dos etapas. En la primera etapa se obtuvieron datos estadísticos de los indicadores de la SI ecuatoriana, correspondientes al período entre 2008 y 2017, con ellos se realizaron pronósticos para estimar el valor futuro de los indicadores de la SI en Ecuador proyectados a 2021. En una segunda etapa, se trabajó con datos de indicadores de I+D+i desde 2009 hasta 2014, que son los últimos publicados por las instituciones públicas ecuatorianas involucradas, con los que también se realizaron pronósticos para estimar su comportamiento en los próximos cuatro años.

La definición de pronóstico utilizada es aquella que propone que es un proceso de estimación de un evento futuro mediante la proyección de datos del pasado; es decir, la combinación sistemática de datos que permite hacer una estimación de even-

tos futuros (Guerrero, 2003; Lind, Marchal & Wathen, 2012). El modelo de pronóstico se lo hizo mediante análisis de indicadores en series de tiempo con datos registrados anualmente. Se pronosticó el comportamiento al descomponer la información histórica en elementos de referencia como tendencia y estacionalidad.

La técnica más utilizada fue la de suavizado exponencial doble, ya que después de hacer un primer análisis de los datos pronosticados, las series de datos tenían tendencia pero no estacionalidad (Guerrero, 2003; Webster, 2001). El suavizado exponencial doble requiere el cálculo de los datos del pronóstico a través de las ecuaciones 1 y 2.

$$S_i = \alpha x_i + (1-\alpha)(S_{i-1} + T_{i-1}) \quad \text{Ec. 1}$$

$$T_i = \beta(S_i - S_{i-1}) + (1-\beta)T_{i-1} \quad \text{Ec. 2}$$

$$F_{i+1} = S_i + T_i \quad \text{Ec. 3}$$

Donde

S_i = promedio suavizado exponencialmente de la serie en el período i ,

T_i = promedio suavizado exponencialmente de la tendencia en el período i ,

α = parámetro de suavizamiento para el promedio, con un valor entre 0 y 1.

β = parámetro de suavizamiento para la tendencia, con un valor entre 0 y 1.

F_{i+1} = pronóstico para el período $i+1$.

Adicionalmente, como resultado del pronóstico se determinó una medida de error que evidencia la bondad del método de ajuste para obtener el pronóstico. Esta medida fue la raíz del error cuadrático medio (*Root Mean Squared Error*, RMSE, por sus siglas en inglés). Según Chai y Draxler (2014), el RMSE es la medida más popular del error, también conocida como «función de pérdida cuadrática». Sobre la misma medida de error Lakshmivarahan *et al.* (2017) y Shcherbakov *et al.* (2013) definen al RMSE como el promedio entre los valores absolutos de los errores del pronóstico, y se utiliza como un criterio de selección para el mejor ajuste de modelos de series de tiempo. Su forma de cálculo se lo hace a partir de la ecuación 4.

$$RMSE = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (R_i - F_i)^2} \quad \text{Ec. 4}$$

Nota: Donde R_i corresponde a los datos reales del período i , F_i representa los datos pronosticados para el período i , y n representa el número de períodos que tienen tanto un valor real como otro pronosticado.

El análisis cuantitativo de los indicadores se lo efectuó aplicando *forecasting* de series de tiempo a los datos históricos obtenidos de las fuentes secundarias. Se utilizó el *software* Risk Simulator 2016® para realizar los pronósticos (Software-Shop, 2017). Este *software* permitió automatizar los cálculos descritos en las ecuaciones 1, 2, 3 y 4, y aplica el mejor método de pronóstico que se ajuste a la serie de datos con el menor RMSE. Como resultado al final del ajuste, el *software* proporciona una tabla y un gráfico donde se muestran los datos reales, proyecciones y tendencia a cuatro años siguientes. Estas tendencias, de acuerdo con Lind *et al.* (2012), pueden ser tendencia secular, variación cíclica, variación estacional o variación irregular.

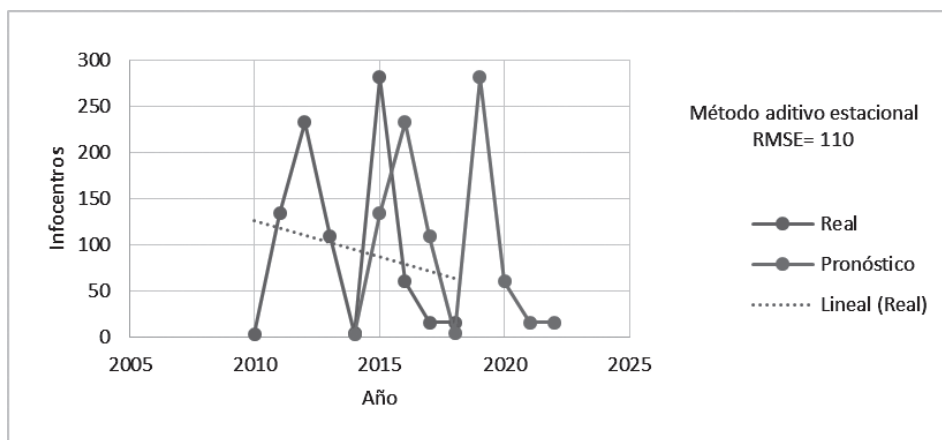
3. Análisis y resultados

Para comparar el uso de las TIC y actuaciones de I+D+i con las metas de los ODS 4, 5, 8 y 9, se analizan los pronósticos de los indicadores considerando los últimos datos estadísticos disponibles, y de esa manera determinar si la tendencia de esos indicadores va en dirección del cumplimiento de aquellas metas.

3.1. Pronóstico y tendencia de los indicadores relacionados con el ODS 4

Con el fin de analizar el avance del cumplimiento de la meta 4.a. se considera la cantidad de infocentros implementados por el MINTEL en el territorio ecuatoriano. Los infocentros son lugares de acceso público de la población a internet y servicios digitales de información que fundamentalmente operan en comunidades rurales a escala nacional. A finales de 2018 suman en total 857, ubicados en las 23 provincias del Ecuador (MINTEL, 2018b). En la figura 1 se ilustra la cantidad de infocentros instalados desde 2010 hasta octubre de 2018. Junto a esa curva se muestra también el pronóstico de implementación hasta el año 2022, suponiendo que se mantengan las mismas políticas gubernamentales del período histórico analizado.

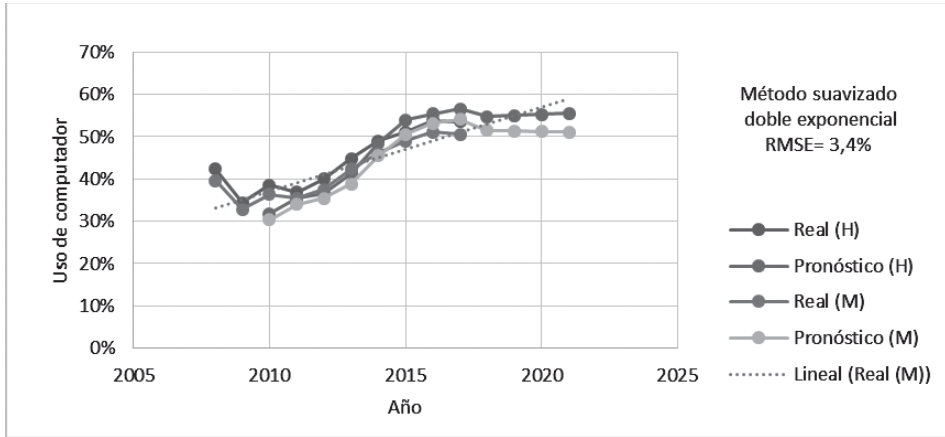
Figura 1. Comportamiento de la implementación de infocentros



3.2. Pronóstico y tendencia de los indicadores relacionados con el ODS 5

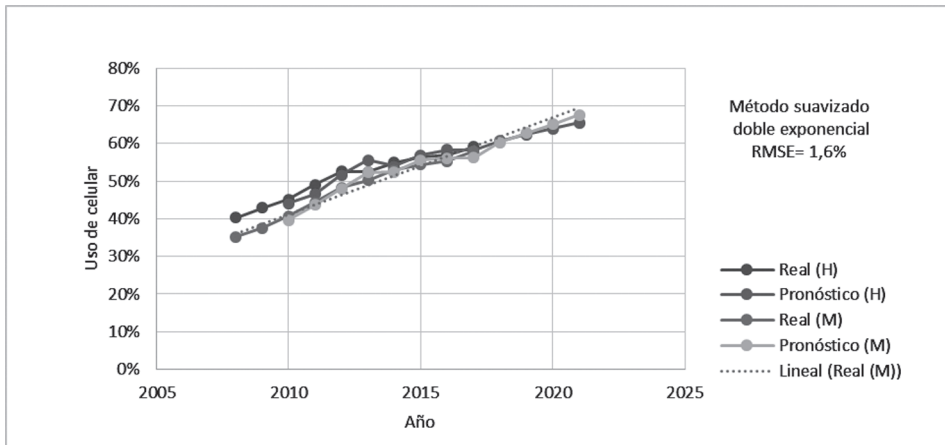
Para analizar el cumplimiento de la meta 5.b. se tomaron como referencia los porcentajes de hombres y mujeres con más de cinco años de edad que utilizan computadora, teléfono celular y acceden a internet. Con los datos obtenidos de INEC (2013, 2017b) se han elaborado las figuras 2, 3 y 4, que exponen las curvas de los valores históricos de estos indicadores por género, su tendencia y pronóstico hasta el año 2021.

Figura 2. Porcentajes reales y pronóstico del uso de computador por género



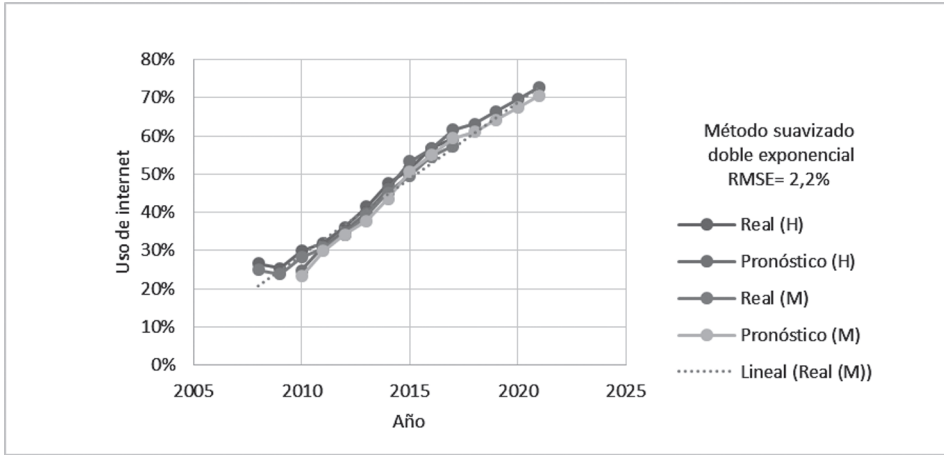
En la figura 2 se observa que el comportamiento del uso de computador en hombres (H) y mujeres (M) en los últimos años ha sido casi similar, y a finales de 2017 estuvo alrededor del 55%, con una tendencia a incrementarse hasta 2021. En la figura 3 se indica el pronóstico y tendencia creciente del uso del teléfono celular de acuerdo al género hasta el 2021.

Figura 3. Porcentajes reales y pronóstico de uso de teléfono celular por género



Respecto al uso de internet por género, la figura 4 indica que existe un comportamiento bastante parecido. El indicador está alrededor del 60% tanto en hombres como en mujeres. Además, se pronostica que su uso irá en aumento hasta 2021.

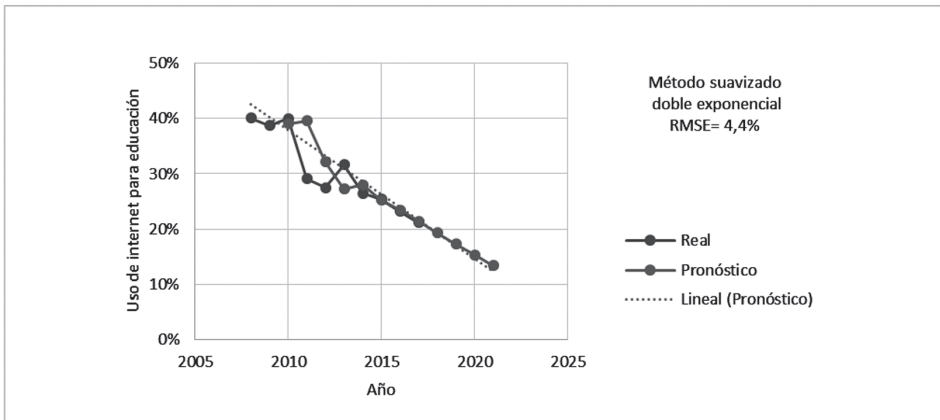
Figura 4. Porcentajes reales y pronóstico de uso de internet por género



3.3. Pronóstico y tendencia de los indicadores relacionados con el ODS 8

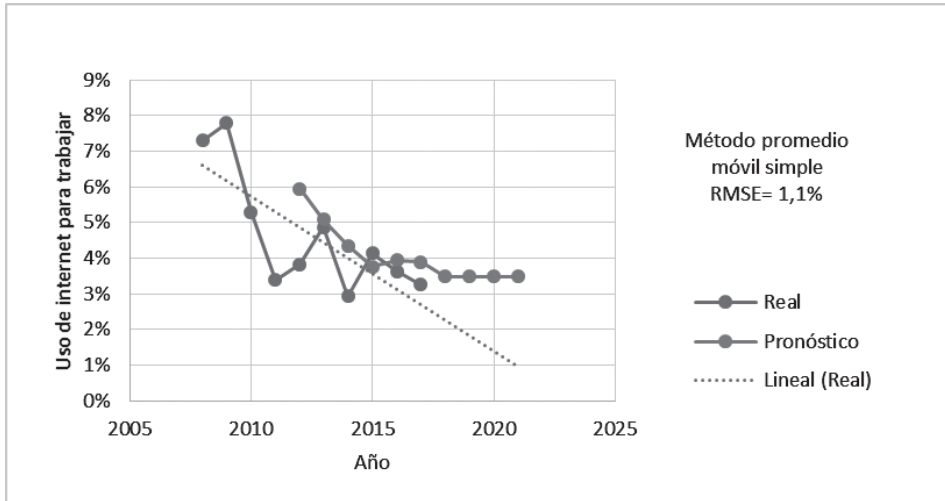
Para conocer el avance del cumplimiento de las metas 8.2 y 8.3 se utilizaron los datos publicados por el INEC (2013, 2017b). Con respecto a la meta 8.2 y de acuerdo con la figura 5, desde 2010 en adelante el uso de internet para fines educativos y de aprendizaje ha ido disminuyendo desde el 40% hasta alcanzar 21% en 2017. Además, existe una tendencia decreciente si se proyecta el indicador hasta 2021.

Figura 5. Porcentajes reales y pronóstico de uso de internet para la educación y el aprendizaje



Sobre la meta 8.3, y observando los resultados de la figura 6, se evidencia que desde 2009 ha ido disminuyendo el uso de internet para actividades laborales, desde el 8% hasta llegar al 3% en 2017. Además, según el pronóstico realizado, la tendencia es a ir disminuyendo paulatinamente.

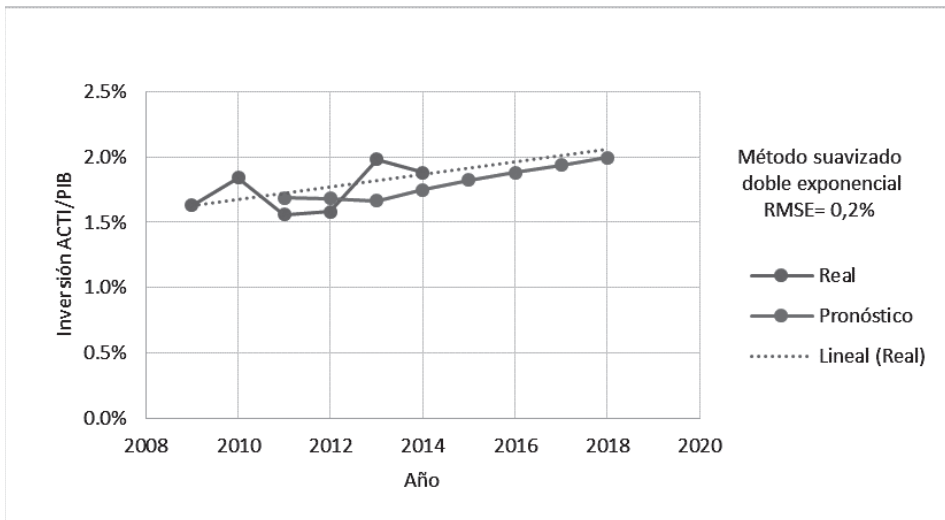
Figura 6. Porcentajes reales y pronóstico de uso de internet para actividades laborales



3.4. Pronóstico y tendencia de los indicadores relacionados con el ODS 9

Para conocer el probable cumplimiento de la meta 9.5 se toma en cuenta el indicador económico que mide las inversiones en Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI) con respecto al Producto Interno Bruto (PIB) en instituciones como universidades, instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

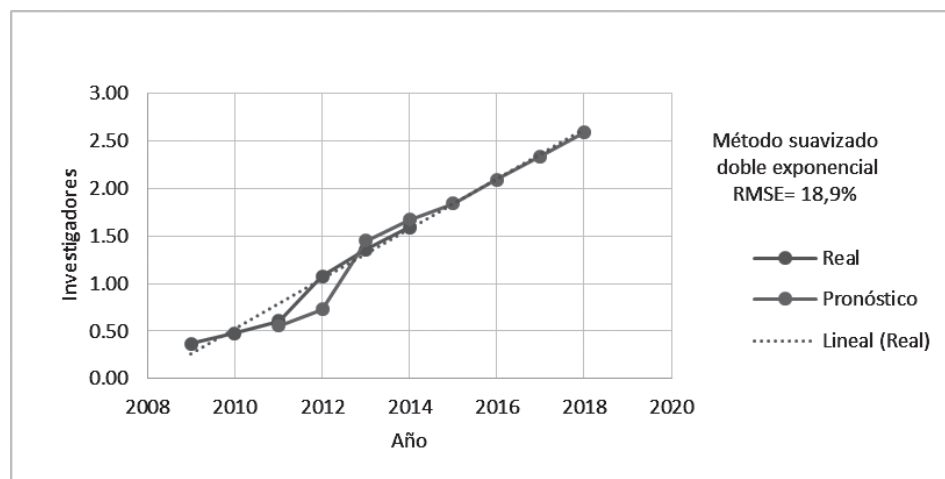
Figura 7. Inversión real y pronóstico de ACTI con respecto al PIB en Ecuador



Como se observa en la figura 7, desde 2009 hasta 2014 en que se tienen los últimos datos oficiales, el porcentaje de ACTI con respecto al PBI representó un incremento del 1,63% al 1,88% (SENESCYT-INEC, 2015); además, la inversión en estas actividades ha ido ascendiendo y se pronostica que este indicador mantenga una tendencia creciente.

Para pronosticar el futuro de la meta 9.5 se utiliza como indicador el número de investigadores por cada 1000 integrantes de la Población Económicamente Activa (PEA) –ver figura 8–. Como se observa, este indicador ha ido creciendo hasta el último año en que se tienen datos oficiales obtenidos de SENESCYT-INEC (2015). Además, se pronostica que el número de investigadores (investigadores con cuarto nivel de formación académica y becarios de doctorado) crecerá en 2018 hasta llegar a un estimado de 2,5 investigadores por cada mil integrantes de la PEA.

Figura 8. Número de investigadores por cada mil integrantes de la PEA



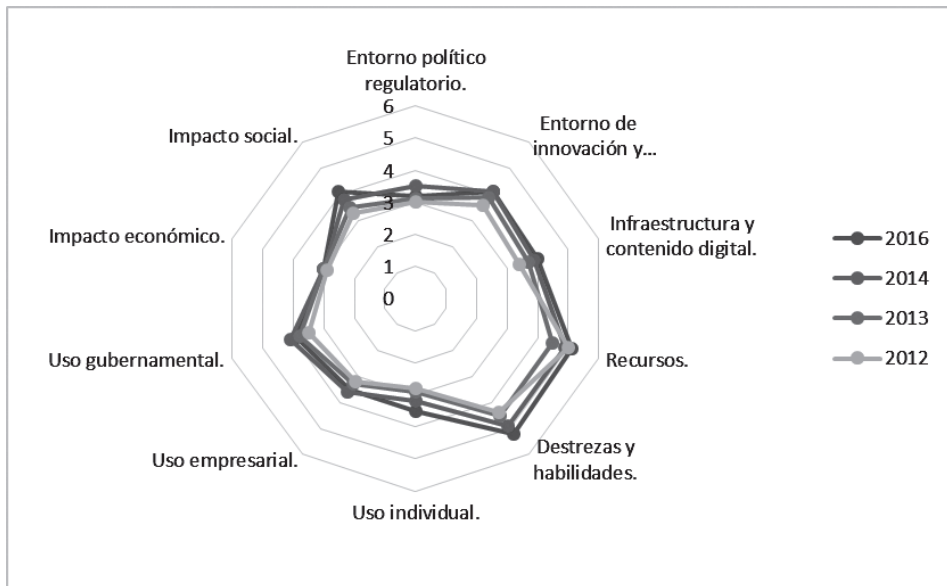
Para pronosticar el estado de la meta 9.b, se puede decir que existen esfuerzos en Ecuador que se han cristalizado en política pública como el «Código Ingenios» (Asamblea Nacional del Ecuador, 2016), en el que se promueve el desarrollo de la Sociedad de la Información y del Conocimiento como principio fundamental para el incremento de la productividad en los factores de producción y actividades laborales. Otra normativa legal promulgada es la «Política Industrial del Ecuador», emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO, 2016), en la que se detallan las directrices políticas para facilitar el cumplimiento del rol de la industria desde la perspectiva de contribuir de manera creciente al impulso de la innovación y el emprendimiento.

Con el fin de conocer el estado de cumplimiento de la meta 9.c se recurre al indicador *Networked Readiness Index* (NRI), que mide el grado de preparación de una nación para participar en los beneficios de los desarrollos de las TIC (Baller, Dutta, & Lanvin, 2016). Este indicador es construido anualmente por el Foro Económico Mundial, a partir del análisis de 139 economías del mundo y un conjunto de 53

variables agrupadas en cuatro subíndices y diez pilares, relacionados con el marco político, infraestructura, uso de TIC e impacto asociado a las TIC (Baller *et al.*, 2016).

En la figura 9 se observa el comportamiento de cada pilar del NRI según la tabla 3, cuya escala va del 0 al 7 (valor máximo). Se han considerado los últimos cuatro reportes (Baller *et al.*, 2016; Bilbao-Osorio, Dutta, & Lanvin, 2013, 2014; Dutta & Bilbao-Osorio, 2012). En el reporte de 2015 no está presente información de Ecuador, ya que según Dutta, Geiger, & Lavin (2015) no estaba disponible la información en el momento de la edición del reporte, razón por la que no se pudo hacer el cálculo de pronóstico a 2020 de cada uno de los diez pilares de este indicador.

Figura 9. Comportamiento de pilares del indicador NRI para Ecuador



Como se observa en la figura 9, son las destrezas, habilidades y recursos los que aportan al crecimiento del indicador; mientras que se rezagan los pilares referentes a infraestructura y contenido digital, y uso individual e impacto económico. La evolución del NRI para Ecuador en los últimos años ha sido la siguiente: en el 2008 ocupaba el puesto 116 de 134 países (Dutta & Mia, 2009), para el 2016 se ubicó en el puesto 82 de 139 países (Baller, Dutta, & Lanvin, 2016); es decir, subió 35 puestos. Adicionalmente, para ese mismo año, se halló en noveno lugar por encima del promedio de la región de América Latina y el Caribe (ALC).

4. Discusión y conclusiones

Pronosticar los indicadores de uso de las TIC y actuaciones de I+D+i y comparar con las metas de los ODS 4, 5, 8 y 9 ha permitido conocer la situación actual y visualizar la tendencia de la SI. Examinando la política pública que fomenta el uso de las TIC

en los infocentros, se observa una fluctuación estacional desde 2010 en adelante, con una tendencia decreciente, situación que podría explicar en parte la razón del lento avance del proceso de alfabetización digital en Ecuador. Según el INEC (2017b) el analfabetismo digital es del 10,5%, y baja aproximadamente 1% cada año, es decir, si no se mejoran las políticas de acceso de la población a las TIC, el cumplimiento parcial del objetivo 4 requerirá importantes esfuerzos públicos y privados para cumplirlo antes de 2030.

Con respecto al uso de las TIC por género, se concluye que existe un crecimiento sostenido del uso del teléfono celular, computador e internet en hombres y mujeres mayores a cinco años de edad. Además, se observa que poco a poco se va eliminando la brecha digital de género en cuanto al uso de las TIC analizadas. De continuar con esta tendencia creciente, se podría ir fortaleciendo la generación de iguales oportunidades educativas y laborales, y fomentar el empoderamiento de las mujeres en diferentes actividades económicas.

Analizando el uso de internet, se evidencia que crecerá más que el uso del computador y teléfono celular. Esta situación garantizaría que los servicios que ofrece la red como comunicación, búsqueda de información y oportunidades de educación y trabajo seguirían incrementándose hasta 2021. Para ello el Gobierno deberá impulsar políticas que vayan eliminando las barreras de género para el acceso a las TIC, ya que según Oña *et al.* (2016), el uso de estas tecnologías ha generado una profunda brecha en los aspectos educativo, social, cultural y productivo a nivel local, regional y mundial.

A lo largo de este estudio se ha evidenciado que la producción de información estadística de género en Ecuador todavía es muy poca, por lo que el Gobierno, motivado por trabajar sobre los indicadores de la Agenda 2030, se encuentra ejecutando el Plan del Desarrollo Estadístico para los ODS (INEC, 2017a, 2018). Esta falta de información estadística concuerda con lo manifestado en la Conferencia Mundial de Datos de la ONU, en la que se ha ratificado que solo un 13% de los países del mundo tienen una partida presupuestaria específica para estadísticas de género, aserción que coincide por lo expuesto en esa misma conferencia por Courey (2018), quien ha expresado que las mujeres generalmente no son parte de las estadísticas oficiales, y, más crítico aún, que cuando están presentes son caricaturizadas por números que las representan como personas más dependientes y menos productivas de lo que son.

Otra conclusión preocupante es que el uso de internet para educación, aprendizaje y actividades laborales ha ido disminuyendo desde 2009, y se pronostica una tendencia decreciente para el 2021. Lamentablemente estos resultados se reflejan en la posición del país en el *ranking* del índice de capital humano, pues según el World Economic Forum (2017), Ecuador se encuentra en el puesto 76 de 130 países, y si bien está sobre la media mundial, se encuentra apenas por delante de algunos países de la región ALC. Consecuentemente, el cumplimiento de las metas 8.2 y 8.3 serían difíciles de cumplir.

Con relación a innovación, se pronostica una inversión cerca del 2% del PIB en ACTI para el año 2018 y existe una pequeña tendencia al crecimiento. Según el *ranking Global Innovation Index 2018*, Ecuador apenas alcanza un puntaje de 26,8 sobre 100 en innovación, lo que le ubica en el 97º lugar de entre 126 economías en el mundo, cinco puestos más abajo que en el año 2017 (Dutta, Lanvin, & Wunsch-Vincent, 2018). Esta

desafortunada posición se evidencia también en la región ALC, donde ocupa el 14° puesto de 18 economías tabuladas, siendo ésta una de las razones por las cuales se hace necesario y urgente trabajar en propuestas para mejorar los procesos de innovación en los diferentes sectores de la economía.

Al finalizar la segunda década, la sociedad ecuatoriana deberá trabajar con perseverancia en el planteamiento de políticas y planes estructurales que amplíen la infraestructura de las TIC y fortalezcan su uso para desarrollar habilidades digitales en todos los ciudadanos, tal como lo han propuesto autores como Moreno-Navarro *et al.* (2014) y documentado el MINTEL (2018a) en su *Libro Blanco*. Además, será importante incursionar en líneas de investigación relacionadas con el resto de ODS donde se consideren temas como la gobernabilidad, la influencia y los intereses de los actores políticos y económicos, que según O'Neil (2017), son necesarios considerarlos para entender la complejidad del logro de los objetivos que conducen al desarrollo sostenible.

Referencias

- Area, M., Gutiérrez, A., & Vidal, F. (2012). *Alfabetización digital y competencias informacionales*. Barcelona: Ariel. <http://doi.org/10.1109/mspec.2003.1159744>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2016). Código orgánico de la economía social de los conocimientos, creatividad e innovación. *Registro Oficial del Ecuador*, 113. Recuperado a partir de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec075es.pdf>
- Baller, S., Dutta, S., & Lanvin, B. (2016). *The Global Information Technology Report 2016. Innovating in the Digital Economy*. Recuperado a partir de http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf
- Bilbao-Osorio, B., Dutta, S., & Lanvin, B. (2013). *The Global Information Technology Report 2013. Growth and Jobs in a Hyperconnected World*. Recuperado a partir de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2013.pdf
- Bilbao-Osorio, B., Dutta, S., & Lanvin, B. (2014). *The Global Information Technology Report 2014. Rewards and Risks of Big Data*. World Economic Forum. Recuperado a partir de <http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2014/>
- CEPAL. (2016). Ciencia, tecnología e innovación en la economía digital. La situación de América Latina y el Caribe. *Segunda Reunión de la Conferencia de Ciencia, Innovación y TIC de la CEPAL*, 96. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Chai, T., & Draxler, R. (2014). Root mean square error (RMSE) or mean absolute error (MAE)? -Arguments against avoiding RMSE in the literature. *Geoscientific Model Development*, 7(3), 1247-1250. <http://doi.org/10.5194/gmd-7-1247-2014>
- Courey, E. (2018). Big data: "Sin igualdad de datos no puede haber igualdad de género". Recuperado 23 de octubre de 2018, a partir de https://elpais.com/elpais/2018/10/22/planeta_futuro/1540204547_680495.html
- Dutta, S., & Bilbao-Osorio, B. (2012). *The Global Information Technology Report 2012 Living in a Hyperconnected World*. World Economic Forum. Recuperado a partir de http://www3.weforum.org/docs/Global_IT_Report_2012.pdf
- Dutta, S., Geiger, T., & Lanvin, B. (2015). *The global information technology report: ICTs for Inclusive Growth*. World Economic Forum. Recuperado a partir de http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_IT_Report_2015.pdf
- Dutta, S., Lanvin, B., & Wunsch-Vincent, S. (2018). *Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation*. Recuperado a partir de http://www.amazon.com/Global-Innovation-01-02-Express-Exec/dp/184112219X/ref=sr_1_40?s=books&ie=UTF8&qid=1375204263&s-r=1-40&keywords=%22participative+design+%22

- Dutta, S., & Mia, I. (2009). *The Global Information Technology Report 2008 – 2009. Mobility in a Networked World*. World Economic Forum. Recuperado a partir de <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/document/2014-12/Global Information Technology Report 2008-2009 - Mobility in a Networked World.pdf>
- GeSI. (2016). *Enabling the Global Goals*. Recuperado a partir de <http://digitalaccessindex-sdg.gesi.org/>
- Guerrero, V. (2003). *Análisis estadístico de series de tiempo económicas* (2.a ed.). México D.F.: International Thomson Editores.
- INEC. (2013). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013*. Quito. Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf
- INEC. (2017a). *Plan de Desarrollo Estadístico para el reporte de los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Tomo I (1.a ed.)* (Vol. 1). Quito. Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/PLAN_DESARROLLO_ESTAD_para_el_reporte_TOMO_1.pdf
- INEC. (2017b). *Tecnologías de la información y la comunicación. ENEMDU-TIC 2017*. Quito. Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics_2017_270718.pdf
- INEC. (2018). *Plan de desarrollo estadístico para el reporte de los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible* (1.a ed., Vol. 2). Quito. Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Plan_Desarr_Estad_repot_indic_ODS-Tomo_II.pdf
- ITU. (2018). *ICTs for a Sustainable World #ICT4SDG*. Recuperado 14 de octubre de 2018, a partir de <https://www.itu.int/en/sustainable-world/Pages/default.aspx>
- Lakshmivarahan, S., Lewis, J. M., & Jabrzemski, R. (2017). *Forecast Error Correction using Dynamic Data Assimilation*. (Springer, Ed.) (1.a ed.). Oklahoma. <http://doi.org/10.1007/978-3-319-39997-3>
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. México: (McGraw-Hill, Ed.) (15.a ed.).
- MINTEL. (2018a). *Libro blanco de la Sociedad de la Información y del Conocimiento*. Quito. Recuperado a partir de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2018/07/Libro-Blanco-de-la-Sociedad-del-Información-y-del-Conocimiento.pdf>
- MINTEL. (2018b). *Observatorio TIC*. Recuperado 18 de octubre de 2018, a partir de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>
- MIPRO. (2016). *Política Industrial del Ecuador 2016 - 2025* (Vol. 1). Quito. Recuperado a partir de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/politicaIndustrialweb-16-dic-16-baja.pdf>
- Moreno-Navarro, J., Albuja, J., Alonso, J., Ibujés, J., Casas, C., & Urquiza, J. (2014). On the role of R & D in e-government in Ecuador. *Proceedings of the 2 International Conference on eDemocracy & eGovernment (ICEDEG)*, 21-28. <http://doi.org/10.1109/ICEDEG.2014.6819939>
- O'Neil, J. (2017). 'People, Planet, Profits' and Perception Politics: A Necessary Fourth (and Fifth) Bottom Line? Critiquing the Current Triple Bottom Line in the Australian Context. En *The Goals of Sustainable Development* (pp. 19-42). Callaghan: Springer. http://doi.org/10.1007/978-981-10-5047-3_2
- OECD. (2016). *Development Co-operation Report 2016. The Sustainable Development Goals as Business Opportunities*. Paris: OECD. <http://doi.org/10.1787/dcr-2016-en>
- Oña, X., Ibujés, J., & Pantoja, O. (2016). Digital divide associated with adoption of Information and Communication Technologies (ICTs) in Small and Medium Business (SMBs). En *9th annual International Conference of Education, Research and Innovation* (pp. 4768-4774). Seville, Spain. <http://doi.org/10.21125/iceri.2016.2124>
- Organización de las Naciones Unidas. (2012). *Río+20. Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sustentable*. Río de Janeiro. Recuperado a partir de https://rio20.un.org/sites/rio20.un.org/files/a-conf.216-l-1_spanish.pdf.pdf

- Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Objetivos del Desarrollo del Milenio*. New York. Recuperado a partir de http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg-report-2015_spanish.pdf
- Organización de las Naciones Unidas. (2016). *Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Recuperado a partir de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40155>
- Pintér, L., Kok, M., & Almassy, D. (2017). Measuring Progress in Achieving the Sustainable Development Goals. En N. Kanie & F. Biermann (Eds.), *Governing through Goals: Sustainable Development Goals as Governance Innovation* (1.a ed., pp. 99-132). Cambridge: MIT.
- Salvia, A., Filho, W., Brandli, L., & Griebeler, J. (2019). Assessing research trends related to sustainable development Goals: Local and global issues. *Journal of Cleaner Production*, 208, 841-849. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.242>
- SENESCYT-INEC. (2015). *Principales indicadores de actividades de ciencia, tecnología e innovación*. Quito. Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Ciencia_Tecnologia/Presentacion_de_principales_resultados_ACTI.pdf
- Shcherbakov, M., Brebels, A., Shcherbakova, Nataliya Tyukov, A., Janovsky, T., Kamaev, V., & Brebels, A. (2013). A Survey of Forecast Error Measures. *World Applied Sciences*, 24(4), 171-176. <http://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.24.itmies.80032>
- Software-Shop. (2017). Software Shop - Risk Simulator. Recuperado 18 de octubre de 2018, a partir de <https://www.software-shop.com/producto/risk-simulator>
- Tawil, S., Sachs-Israel, M., Le Thu, H., & Eck, M. (2016). *Desglosar el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4: Educación 2030*. Recuperado a partir de <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002463/246300s.pdf%0Ahttp://unesdoc.unesco.org/images/0024/002463/246300S.pdf%0Ahttp://unesdoc.unesco.org/images/0024/002463/246300s.pdf>
- United Nations. (2015). Transforming our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development. *General Assembly 70 session, 16301*(October), 1-35. <http://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Webster, A. (2001). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. Bogotá: (McGRAW-HILL, Ed.) (3.a ed.).
- Whetten, D. (1989). What Constitutes Theoretical Contribution? *The Academy of Management Review*, 14(4), 490-495.
- World Economic Forum. (2017). *The Global Human Capital Report 2017 Preparing people for the future of work*. Recuperado a partir de http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Human_Capital_Report_2017.pdf
- Ziamba, E. (2017). The Contribution of ICT Adoption to the Sustainable Information Society. *Journal of Computer Information Systems*, 00(00), 1-11. <http://doi.org/10.1080/08874417.2017.1312635>

El papel de la participación en la transición socio-ecológica de la ciudad

The role of citizen participation in the socio-ecological transition of the city

Dra. Marta Donadei es investigadora del Grupo ADICI (HUM-810) y Asistente Honoraria del Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio de la ETSA Sevilla (España) (donadei.marta@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0003-1620-1459>)

Resumen

Pese a la creciente sensibilización a los efectos del cambio climático, sus cada vez más acusadas consecuencias demuestran el peligro que supone el seguir con el imperativo unilateral del crecimiento económico, caracterizado por una «intoxicación consumista» que nos ha llevado a esta situación de carestía crónica global de recursos. En este contexto, el nuevo enfoque no puede reducirse a mero arreglo cosmético de un paradigma en crisis, sino que requiere también un cambio de paradigma para avanzar hacia la sostenibilidad ambiental y la equidad social. Para ello se quiere incidir en el hecho de que la involucración activa de la población resulta elemento clave para activar un cambio en la forma que la sociedad occidental tiene de entender la naturaleza y para construir alternativas reales al actual modelo de ocupación del territorio, que estén basadas en el paradigma ecológico. Así, el planteamiento de este artículo encuentra sus bases teóricas en la Producción y Gestión Social del Hábitat (en adelante PGSH), entendiendo por Transformación Social del Hábitat el conjunto de procesos tendientes a la transformación del hábitat existente en los cuales la iniciativa ciudadana tiene un papel activo en la toma de decisiones. A través de esta revisión se concluye que la participación no sólo puede ayudar a la transformación de las condiciones materiales de la transición ecológica de la ciudad, sino que, a partir de un trabajo profundo que requiere grandes esfuerzos por parte de todos los grupos de actores involucrados, permite generar un proceso en el que ciudadanos, políticos y técnicos maduren colectivamente.

Abstract

Despite the growing sensitivity about the effects of climate change, its marked consequences show the risk of continuing with the unilateral imperative of economic growth, characterized by a «consumer intoxication» that has driven this society to the current situation of global chronic lack of resources. In this context, the new approach cannot be reduced to a mere cosmetic repair of a paradigm in crisis but it needs a change of paradigm to advance towards environmental sustainability and social equity. Therefore, it is important to focus on the fact that a population that is actively involved is a key element in order to activate a change in the way occidental society has to understand nature, and to build real alternatives to the current model of territory occupation based on the ecological paradigm. The approach of this article has its theoretical bases on the Social Production and Management of Habitat (henceforth PGSH), understanding by Social Transformation of Habitat those processes that tend to transform the existing habitat in which citizen initiative has an active role in the decision making. Thus, it is concluded that participation cannot only help transforming the material conditions of the ecological transition of the city, but, from a profound work that requires great efforts by all stakeholder groups involved, it allows to generate a process in which citizens, politicians and technicians grow up and mature collectively.

Palabras clave | keywords

Participación social, investigación social, urbanismo, transición socio-ecológica, iap.
Social participation, social research, urban planning, socio-ecological transition, par.

Cómo citar: Donadei, M. (2019). El papel de la participación en la transición socio-ecológica de la ciudad. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 55-70. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.04>

1. Introducción

Si se asume la definición de la arquitectura como “conjunto de las modificaciones y alteraciones introducidas sobre la superficie de la Tierra de acuerdo con las necesidades humanas, exceptuando únicamente el riguroso desierto” (Morris 1981 en Benevolo, 1979, p. 15), el concepto de arquitectura nos sitúa en el campo de tensiones entre naturaleza y cultura, y encuentra sus raíces en las necesidades humanas. Así, la arquitectura como tal, y por consiguiente el urbanismo, no pueden ser considerados solo «cosas de arquitectos» sino que entran en una dimensión más grande: la del Hábitat Social.

Pelli (2010; 2007) define el Hábitat Social como el sistema de situaciones físicas, sociales, económicas, jurídicas, políticas, ambientales y simbólicas entre las que, aplicando los conceptos de la «teoría de la complejidad» de Morin (1994), se encuentran relaciones recursivas y complementarias (De Manuel Jerez, 2010). En este sentido “cualquier acto de producción, eliminación o conservación de una parte o componente del hábitat modifica el equilibrio, el funcionamiento y la calidad de todo el conjunto y afecta los de otros componentes, existentes o futuros” (Pelli, 2010, p.41).

Pero el Hábitat Social es sólo un subsistema del ecosistema planetario con el que interactúa y al que transforma: «las reglas del juego económico/financiero dominante» (Naredo, 2000), caracterizado por una obsesión por el crecimiento y que está basado en la progresiva explotación y uso masivo de los recursos naturales, que han provocado un cada vez mayor deterioro territorial y demuestran que ya hemos desbordado ampliamente los límites de regeneración del planeta (Emmott, 2013; Meadows, Randers, & Meadows, 2006).

En este contexto, las acusadas desigualdades sociales y la cada día más alarmante crisis ecológica muestran el fracaso del modelo occidental y ponen en crisis el mismo postulado del crecimiento, demostrando que es necesario activar una deconstrucción del pensamiento económico imperante, replanteando el lugar de la economía para verla como simple medio de vida y no como fin último (Castiblanco, 2008; Common & Stagl, 2008; Georgescu-Roegen, 1971; Naredo, 2011) y revisando en profundidad los actuales modelos urbanos y territoriales, para avanzar hacia la equidad social y la recuperación de los equilibrios naturales y territoriales, por medio de la reducción ecuaníme del despilfarro, de la sobreproducción y del sobreconsumo, garantizando a la vez el aumento del bienestar social (Caravaca Llamas, 2012; Latouche, 2009; Marcellesi, 2010; Taibo, 2009).

Cualquier pauta social y cultural, desde las cuestiones privadas de cada ser hasta la organización político-económica de una sociedad, tiene una repercusión, directa o indirecta, en el medio ambiente. Por lo tanto, es esencial trabajar con la dimensión cultural de la sostenibilidad porque es la cultura la que nos hace actuar en el territorio de una forma u otra, contribuyendo a construir un modelo basado en el deterioro de los recursos o fomentando patrones de vida sostenible bajo un enfoque eointegrador.

En este sentido, la participación se convierte en elemento clave para poder activar la transición socio-ecológica de nuestras ciudades y territorios (García Montes, 2018): si no se replantean las formas de consumo en nuestro día a día, como ciudadanos, profesionales, empresas, sociedades, etc., las nuevas facilidades y soluciones tecnológicas –a menudo vistas como la solución a cualquier tipo de problema– nos

llevarán, por el contrario, a derroches cada vez más insensatos («paradoja de Jevons», «efecto rebote»). Así, “necesitamos un sistema ético en el cual el mundo natural tenga valor no sólo en cuanto útil para el bienestar humano, sino por sí mismo”, porque formamos parte de él (Lovelock, 2006, p. 214).

Todo ello supone, por una parte, la generación de políticas más acordes con el buen gobierno del territorio, y por otra la necesidad de plantear nuevas formas de planificar mucho más flexibles y dinámicas para que puedan adaptarse al ritmo de las transformaciones intensas y rápidas que se dan en el uso del suelo, y que están inducidas por factores socio-económicos. Pero al mismo tiempo es necesario fomentar estrategias orientadas al cambio en el pensamiento y en los hábitos de vida y consumo de la sociedad, para sustituir los actuales valores individualistas y cumulativos, pero considerando al mismo tiempo que las personas son agentes activos de ese cambio.

Cualquier intento de imposición de proyectos basados en nuevos esquemas desarrollados exógenamente genera sentimientos y actitudes de rechazo por parte de la población (Díaz Rodríguez & Rodríguez Darías, 2012) y estará destinado al fracaso. Por el contrario, son numerosas las iniciativas sociales que reclaman un protagonismo en la toma de decisiones sobre el hábitat, en particular frente al urbanismo convencional planificado y regulado (arriba-abajo). En los últimos años han proliferado movimientos que reivindican su derecho a participar «desde abajo» en la transformación urbana, para una mejora del entorno próximo que afecta al desarrollo de la vida cotidiana y que se desarrolla a partir de la auto-organización entre ciudadanos junto a colectivos profesionales (Freire, 2009; González-Arriero, 2017).

Frente a esta dicotomía entre los modelos planificados del urbanismo tradicional y las crecientes iniciativas ciudadanas que reclaman su protagonismo y autonomía en la toma de decisiones, se quiere demostrar la necesidad de:

[...] construir herramientas de conocimiento y estrategias de acción que permitan comprender y actuar ante problemáticas típicamente complejas, [...] que escapen a la fragmentación del conocimiento en disciplinas estancas. Y herramientas que inserten el conocimiento técnico en procesos transformadores que recuperen la POLIS, los espacios de participación de los ciudadanos en la toma de decisiones (Cambil Medina et al., 2006, p. 1).

2. Respuestas locales a fenómenos globales: hacia un nuevo urbanismo

Las sociedades occidentales han afrontado transformaciones radicales a lo largo del último siglo de historia, caracterizadas por una constante y cada vez más celeridad innovadora tecnológica. Dicha innovación ha dado paso a una profunda globalización que sigue generando grandes impactos induciendo cambios progresivos (tanto positivos como negativos, y de orden material y simbólico) en su estructura política, económica, cultural y territorial. En particular, el actual paradigma tecnológico ha generado una segmentación y descentralización de la producción cada vez más grandes, para poder aprovechar las diferentes potencialidades ofrecidas por los distintos territorios. De esa forma se ha desarrollado una competencia cada vez mayor entre empresas, sectores y territorios siguiendo procesos de diferente tipo que han ido conformando y articulando las sociedades en un sistema global.

Se redefinen las relaciones de poder y se prioriza la dimensión económica para mejorar la competitividad, siguiendo un modelo de desarrollo basado en la «quimera del crecimiento» (Folch, 2011). El mismo concepto de bienestar se ha visto reducido únicamente a su sentido material, dejando al margen su significado más auténtico relacionado con la calidad de vida o el «buen vivir» (Acosta, 2013; Hessel & Morin, 2012).

De esa forma las lógicas del mercado global han ido afectando a los procesos territoriales, generando desequilibrios sociales y medioambientales a diferentes escalas: los territorios ocupan un rol económico y una posición en el mercado global, de manera que la producción y los capitales tienden a localizarse en algunas áreas y salir de otras, generando de esta forma una fuerte dependencia respecto al transporte (Fernández Durán & González Reyes, 2014).

Pero esta polarización social y económica no se produce solo entre territorios, sino que también se ve reflejada dentro del ámbito urbano, entre las zonas ricas y los barrios centrales y las zonas desfavorecidas y marginales, físicamente desconectadas o aisladas, convirtiendo las ciudades en «ámbitos disputados». De la misma forma esta desigualdad se evidencia a escala global entre los países ricos, donde se acumula la riqueza, y el resto del mundo, que sufre cada vez más una precarización de sus condiciones de vida (del Moral Ituarte, 2014; Naredo, 2004).

El fuerte impacto ambiental, la segregación social a diferentes escalas y la ineficiencia económica derivada de los altos costes energéticos están entre las principales consecuencias negativas de las dinámicas de la economía global, así como de los consecuentes fenómenos de polarización de los territorios y su fragmentación por la creciente expansión urbana que sigue un modelo de ciudad difusa, dispersa y desordenada, que separa piezas y funciones urbanas (Fariña Tojo & Manuel Naredo, 2010). Es en las ciudades, y sobre todo en las grandes áreas metropolitanas, donde se generan los espacios de consumo y de creación de insostenibilidad más impactantes del planeta y en donde las decisiones reales sobre lo que ocurre en su entorno escapan cada vez más a la capacidad de control de los ciudadanos (Sassen, 1991; Verdaguer Viana-Cárdenas, 2002b).

Pero al mismo tiempo las ciudades tienen un papel crucial para invertir esta tendencia. Para ello todo proceso de transformación urbana y territorial tiene que ser planificado. El planeamiento como disciplina técnica del urbanismo es un logro fundamental por ser un instrumento legal que, con sus herramientas, metodologías y formación específica, ofrece las bases para una ordenación y gestión sostenibles del territorio. Sin embargo, necesita una reformulación para recuperar su vocación de herramienta a servicio de los ciudadanos. En este sentido resulta preciso invertir los procesos de decisión de «arriba-abajo» para crear formas de intervención de «abajo-arriba» que rescaten al ciudadano de la condición de consumidor/usuario y le devuelvan su papel de protagonista en la construcción cultural y colectiva de la ciudad (cfr. Verdaguer Viana-Cárdenas, 2002a, p. 17).

2.1. Respuestas a las lógicas de crecimiento de las ciudades territorializadoras

La nueva ciudad territorializadora desborda, superando el clásico límite rural-urbano. La ciudad ya no es sinónimo de compacidad, de mezcla de usos y diversidad

(Monclús, 1998), sino que traspasa sus límites, difuminándose con el campo, desestructurando los sistemas de su entorno y ocupando áreas cada vez más extensas (López Trigal & Relea Fernández, 2001). La extrema dispersión actual de usos constituye uno de los principales factores de deterioro del medio ambiente y de fragmentación del territorio. Paulatinamente, el espacio físico continuo va perdiendo importancia ante el espacio abstracto discontinuo de las grandes redes globales, soportadas por unas articulaciones cada vez más densas y espesas, superpuestas. Los nodos (las grandes ciudades) tienen en este modelo una importancia fundamental debido a su papel económico en las escalas del mercado global.

El modelo de las sociedades urbano-industriales actuales se basa en un modelo de «ciclo abierto», constituido por núcleos centralizados de consumo/producción. En este modelo materiales y energía se absorben de forma cada vez más intensa, superando las capacidades de regeneración de recursos por parte de los ecosistemas y las capacidades naturales de asimilación de los residuos producidos por la actividad humana (Requejo Liberal, 2011). Pero el elemento esencial sobre el cual se basa todo este modelo es la enorme cantidad de “recorridos horizontales de los recursos de agua, alimentos, electricidad y combustibles, capaces de explotar otros ecosistemas lejanos y provocar importantes desequilibrios territoriales a escala planetaria” (Higueras, 2013, p. 70).

Frente a este modelo de «sistema abierto», que ya en diferentes ocasiones ha demostrado su insostenibilidad e inviabilidad a medio plazo, diferentes autores proponen otro tipo de modelo mediante el cual cada población pueda procurar, ordenar y obtener de su territorio la base fundamental de su sustento en ciclos semi-abiertos (v. gr. Requejo Liberal, 2011). Se trata de apostar por un modelo de desarrollo de tipo prevalentemente endógeno, basado en una diversificación productiva y donde las conexiones en red permitan el intercambio necesario para que los sistemas sean capaces de completar la propia autosuficiencia. “En la medida que se tenga más autosuficiencia en las múltiples capas de la gestión de nuestro hábitat, se tendrá más capacidad de decisión sobre qué tipo de espacio habitable y de ritmo vital queremos desarrollar” (Guallart, 2012, p. 21).

Para ello hay que buscar una optimización, dentro del propio territorio, de las posibilidades de obtención de satisfactores que atiendan a las verdaderas necesidades humanas (Max Neef et al., 1994) recurriendo al exterior para aquellos bienes y servicios que no sean suficientes o no se puedan obtener con medios propios; además, se necesita volver a recuperar el antiguo equilibrio entre territorio y hombre, desarrollando la capacidad de integrar las actividades humanas en las lógicas y procesos ecosistémicos (Requejo Liberal, 2011).

Por último, es necesario responder a las crecientes demandas de innovación democrática, otorgando a la ciudadanía un papel protagonista en la toma de decisiones, superando las formas tradicionales de democracia representativa (De Manuel Jerez, 2010; Requejo Liberal, 2011; Romero, 2011). Dicho de otra forma, se trata de dotar a nuestros territorios de una mayor resiliencia para lograr el equilibrio dinámico en los momentos de crisis (Ojeda Rivera & Villa Díaz, 2008), apoyándose sobre todo en la capacidad de respuesta y en la implicación de las comunidades (en

la escala del territorio) y de las unidades vecinales (en la escala urbana) para la transformación ecológica del territorio y de la ciudad.

En este sentido resulta imprescindible dejar a un lado la concepción del territorio como mero soporte físico de la actividad humana: el territorio es recurso valioso y no renovable, y a la vez conjunto complejo de historia, cultura, memoria colectiva, identidad; es espacio de tensión, en donde existe una contraposición de muchos intereses diversificados, y por eso necesita una mirada que sea global, compleja, holística y, sobre todo, compartida, para recuperar las diferentes perspectivas que nos ayuden a comprender esa complejidad.

Así, hay que complejizar no sólo los procesos y modos de planificación y gestión¹, sino también la construcción misma del conocimiento sobre el hábitat. Nuestro actual sistema de conocimiento científico está de hecho fundamentalmente basado en el paradigma de la simplicidad que, con sus principios de separación, reducción y abstracción, por una parte ha posibilitado desarrollos extraordinarios en distintos campos del saber, aunque por otra ha aislado el saber entre campos de conocimiento, dejando en zonas de sombra todas las cuestiones transversales a los límites disciplinarios, siendo así difícilmente encuadrables (López Medina, 2012; Morin, 1994).

Por el contrario, todas las situaciones en que nos enfrentamos en el hábitat poseen componentes complejos, inabordables desde un solo punto de vista”, así que requieren que “el flujo de saberes sea abierto y sujeto a una permanente incertidumbre que deje espacio a la introducción de nuevas relaciones complejas (Lucca, 2017, pp. 17-18).

Por ello es preciso reformular nuestro paradigma del pensamiento refundando el mismo desde el paradigma de la complejidad: si la disciplina es unidad parcelaria del conocimiento, la transdisciplina es constructo complementario de la misma (Lucca, 2009), que permite diluir las barreras disciplinares, asumir la incertidumbre y la imposibilidad de un conocimiento completo y, sobre todo, reconstruir el vínculo entre sujeto y objeto (Morin, 1994). Es necesario reintegrar al sujeto en la producción del conocimiento (Ibañez, 1992), que constituye en sí misma un hecho sociocultural que no puede ser considerado sólo como patrimonio exclusivo de la esfera técnico-institucional: el conocimiento experto tiene una doble vertiente, incluyendo tanto el experto sectorial (especialista) como el experto vivencial (el afectado directo de la situación a estudiar).

Por todo ello es preciso que la responsabilidad de tomar las principales decisiones que afectan a la organización territorial recaiga en el conjunto de la sociedad, a partir de la creación de espacios de participación y concertación donde sea posible alcanzar la construcción de dicho conocimiento experto, en su doble vertiente. En ese sentido y como se verá más adelante, muchos autores definen el proceso participativo como una construcción cíclica del conocimiento, durante la cual se suceden momentos de apertura y de cierre (síntesis o sistematización) que van marcando su «respiración» a lo largo del tiempo, según un esquema en espiral.

1 No sólo con el cambio de escala en la planificación y gestión del territorio, sino también con la necesidad de superar las políticas sectoriales y fragmentarias, a menudo incoherentes entre sí, y que reflejan una vez más los límites de una forma de conocimiento de tipo disciplinario.

Así, se quiere aquí destacar la importancia del factor social, sobre todo al individuar a los ciudadanos como la solución para construir creativa y colectivamente nuevas y enriquecedoras formas de vida, más conectadas a lo comunitario, y al aceptar los límites biológicos del planeta: lo transicional pasa por lo social, es decir, por comunidades activas que generan ideas e intercambian información, para construir en el territorio proyectos comunes alternativos hacia la sostenibilidad.

Y esto se hace todavía más evidente en las cuestiones ambientales y territoriales de carácter complejo (Villasante, 2006): en contextos de incertidumbre y pluralidad de perspectivas legítimas de los distintos actores sociales, económicos e institucionales implicados, los actores locales “pueden imaginar soluciones y reformular problemas de manera que los expertos acreditados oficialmente, con la mejor voluntad posible, no encuentran ortodoxas dentro de su propio paradigma profesional” (Del Moral Ituarte & Pedregal Mateos, 2002, p. 128).

2.2. *De usuarios a ciudadanos de la Polis*

Aunque existan cada vez más experiencias participativas que demuestran que la participación ciudadana es vista hoy en día como una exigencia democrática, se observa en general, entre los diferentes actores urbanos involucrados, una falta de cultura participativa madura que afecta al alcance efectivo de la participación, ya sea esto por una falta de acierto metodológico o por una baja coherencia política del planteamiento (Red CIMAS, 2015). Pero tras este hecho existen también otras motivaciones relacionadas más bien con la dimensión cultural que ejerce de motor en la forma de actuar de nuestras sociedades, influyendo en ella y justificándola. Martín Recio (1998) y Alberich (2008) identifican tres «enfermedades sociales» –la dependencia interpersonal, la compartimentación permanente y la delegación permanente– que provocan una falta de participación generalizada en sociedades individualistas como son las sociedades actuales del mundo occidentalizado.

Por el contrario, es necesario que el ciudadano recupere su papel de protagonista de la vida pública, de ciudadano de la πόλις². Si es verdad que “para cambiar el rumbo del mundo, es preciso cambiar los mecanismos de gestión” (De Manuel Jerez, 2006, p. 89), la solución no se encuentra ni en la mano invisible que regula los mercados, ni en los técnicos y los políticos profesionales que por sí solos no tienen capacidad de formular políticas transformadoras, entre otras cosas porque:

[...] lo que está en juego es un modelo de civilización, una forma de entender la vida que afecta a los comportamientos cotidianos, y esta tarea no es posible acometerla sin poner en marcha procesos que nos impliquen a todos. Tenemos que cambiar de valores para cambiar de políticas (ibid.).

2 Más allá de las fuertes limitaciones existentes en la antigua Grecia democrática sobre qué categorías entraban en la definición de ciudadano de hecho y de derecho, todo ciudadano considerado como tal tenía derecho y deber de participar directamente a la vida de la ciudad, pudiendo ser designado para ocupar cargos públicos de diferente naturaleza; y aquellos que renunciaban a ocuparse de los asuntos públicos para dedicarse sólo a sus intereses particulares eran denominados ἰδιώτης (idiotas) o inútiles.

No se trata, sin embargo, de anular el papel de profesionales y especialistas en el proceso de aprendizaje y análisis sobre la realidad (Donadei, 2017; Red CIMAS, 2015), ni de plantearse una sociedad que funcione sin representantes y sólo por participación directa (Alberich et al., 2009), sino de profundizar en la democracia pasando de un modelo de tipo representativo, actualmente en crisis, a nuevas fórmulas complejas que permitan generar espacios en donde las decisiones se tomen conjuntamente entre administraciones, técnicos y ciudadanos de forma equitativa (Encina & Rosa, 2004) y en el respeto a los principios ecológicos.

2.3. La participación desde el paradigma de la PGSH

En la Producción y Gestión Social del Hábitat (PGSH) se identifican tres grupos de actores con relaciones dialógicas y recursivas entre sí, generalmente conflictivas por tener intereses enfrentados y distinto poder en la toma de decisiones:

1. Los responsables políticos de la administración pública, en todos sus niveles, a quienes corresponde aprobar programas de hábitat y tomar decisiones sobre diferentes ámbitos (económicos, sociales, culturales, etc.), velando siempre por el interés general.
2. Los técnicos y los científicos, al servicio público o privado, encargados de asesorar y gestionar los programas de hábitat.
3. Los ciudadanos, que presentan su gran diversificación de necesidades en materia de hábitat.

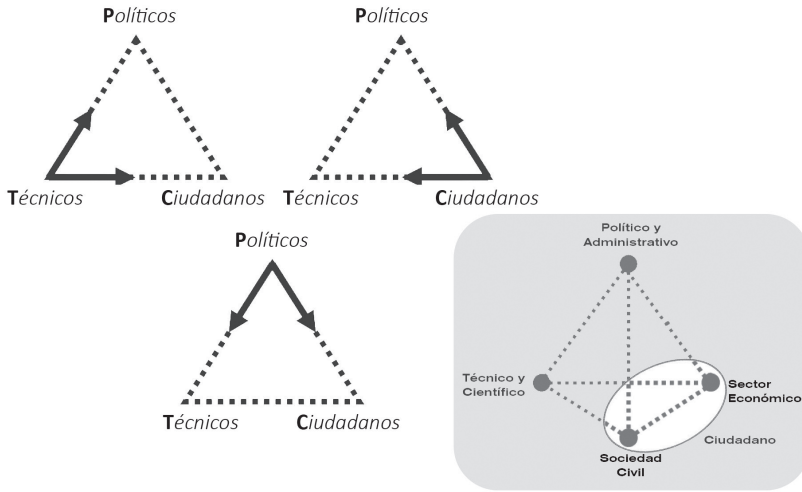
Por otro lado, a menudo resulta adecuado introducir uno o más grupos de actores desglosando los grupos anteriores. Así, el triángulo original se puede desvirtuar al desglosar, por ejemplo, la categoría de ciudadanos en dos nuevos actores: el sector económico, constituido por aquellas empresas vinculadas al Hábitat (promotoras, constructoras, empresas suministradoras, etc.) y otras organizaciones y entidades que constituyen la sociedad civil (Figura 1).

La construcción de la ciudad ha estado siempre marcada por una variable relación entre estos grandes grupos de actores: si por una parte el arquitecto habitualmente ha trabajado para el «príncipe» y para el «mercader», por otra el pueblo ha construido el resto de la ciudad por sí mismo (De Manuel Jerez, 2006; Sassen, 2011; Verdaguer Viana-Cárdenas, 2002b).

Así, la participación se entiende como la redistribución equitativa del poder de decisión en todos los procesos que tienden a la transformación social del hábitat social (Encina & Rosa, 2004), para que los sectores destinatarios de los procesos de transformación no se queden atrapados en su tradicional papel pasivo de receptores del cambio (Pelli, 2007). De este modo la responsabilidad de tomar las principales decisiones que afectan a la organización del hábitat recae en el conjunto de la sociedad a partir de la creación de espacios de participación y concertación donde políticos, técnicos y ciudadanos están llamados a compartir esa voluntad de iniciar un largo proceso de concertación, co-creación y cooperación, mediante un proceso de aprendizaje colectivo que llegue a construir el “triángulo equilátero de la gestión social del hábitat” (De Manuel Jerez, 2010, p. 18).

La construcción equilátera del triángulo puede partir desde la iniciativa de cualquiera de estos tres grupos de actores para empezar construyendo un primer lado (la base): puede ser técnico-vecinal, político-vecinal o técnico-política (Figura 1). Una vez construida esta base, se trabajará para involucrar al vértice que falta: cuantos más actores se involucren en la formulación del problema, mayor será la incidencia social real.

Figura 1. Activación de cambios desde las tres categorías de actores y posible desglose de los actores socio-económicos



Fuente: Elaboración propia a partir de Manuel Jerez (2010) y Donadei (2017)

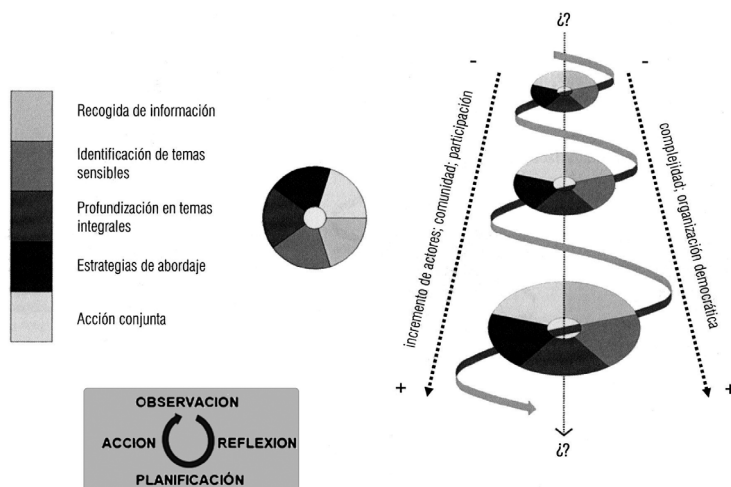
En este contexto se defiende el uso de la Investigación-Acción Participativa (IAP) como base metodológica para poder acompañar a los distintos grupos de actores involucrados en el aliento de procesos de participación que permitan la construcción colectiva del conocimiento y el diseño participado de estrategias complejas de intervención integral que conviertan los barrios, ciudades y territorios en piezas clave movilizadoras de la transición ecológica a diferentes escalas. La IAP, entendida como proceso de investigación social y a la vez de intervención social –y con cierta dosis de compromiso social (desde las posturas más militantes a otras de implicación afectiva– (Alberich, 2008; Montañes Serrano & Martín Gutierrez, 2017; Villasante & Montañes, 2002), trata de unir el tiempo del estudio con el tiempo de la acción para la consecución de los resultados en términos de transformación de una situación colectiva, estimulando la participación de la ciudadanía en todas las fases de la investigación-acción. De la misma forma, trata de rescatar la validez de los saberes y habilidades populares fruto de la interacción con los otros, con el medioambiente y con la propia cultura de pertenencia y con la esfera institucional.

De esta forma la IAP propicia el diálogo como mecanismo con el que crear procesos donde los sujetos afectados aporten, tras la reflexión, soluciones a sus pro-

blemas (Álvarez & Álvarez, 2007). Así, se entiende la participación ciudadana como un proceso de naturaleza cíclica e incremental, una «espiral espacio-temporal» de intercambio y construcción colectiva del conocimiento que empieza con la toma de conciencia de la necesidad de afrontar un problema de hábitat por parte de una comunidad. En ella cada ciclo va ganando en complejidad organizativa y en número de actores (Rosa, Saavedra y Hernández 2008; Rosa & Encina, 2005) para llegar progresivamente a definir e implementar estrategias de acción y que viene alentada (y no conducida o dirigida) por expertos metodológicos (Encina & Ávila, 2010).

Se construye conocimiento en y para la acción transformadora, en una estrecha colaboración entre la gente y los técnicos que les prestan apoyo, pasando por sucesivos grados de reflexividad en la elaboración de la estrategia de necesidades, o en la toma progresiva de decisiones (Figura 2).

Figura 2. Desarrollo espiral de las metodologías participativas



Fuente: Rosa, Saavedra y Hernández (2008)

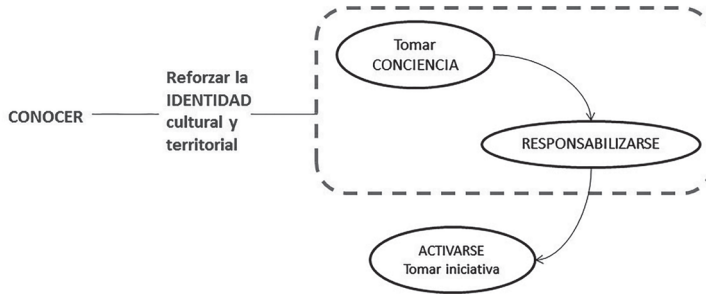
Son tres las condiciones previas indispensables para la activación de procesos de participación realmente eficaces: el querer, el poder y el saber participar (Encina & Ávila, 2010; Montañés Serrano, 2008):

[un] querer que concierne las motivaciones, un poder relativo a los cauces y un saber referido a las habilidades. Pero [...] a la luz del paradigma de la complejidad, no entendidas como premisas independientes y apriorísticas sino como elementos vinculados en una misma estrategia: un querer más motivado a partir de la existencia de cauces y habilidades; unos cauces más demandados a partir de la motivación y las capacidades; y un saber más alentado a partir de la apertura de cauces y el impulso de las motivaciones (López Medina, 2012, p. 166).

Así, el «querer participar» se relaciona con el sentimiento de pertenencia que da las motivaciones para involucrarse en el proceso: para ello es necesaria la aplicación de

estrategias de identificación social que surjan desde la cultura popular y que trabajen con las identificaciones y afectividades de los grupos sociales implicados (Figura 3).

Figura 3. De usuario a ciudadano

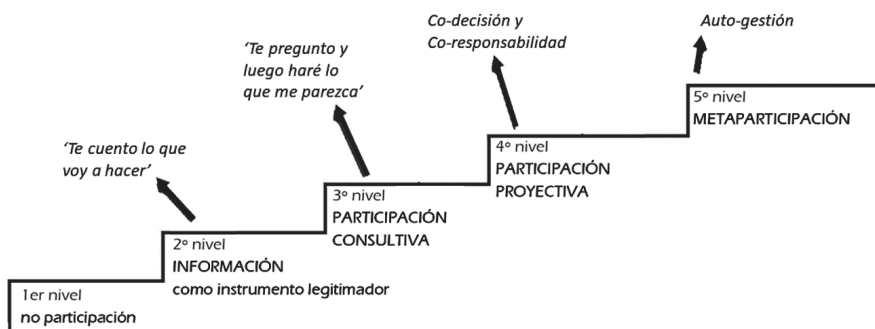


Fuente: Donadei (2017)

El «saber participar» está relacionado con la toma de conciencia del significado de «participar», es decir, que cada ciudadano y colectivo involucrado interiorice el hecho de que al propio interés personal se antepone el interés colectivo (y en el respeto de los intereses ambientales). Para activar esta transición de sujetos individuales a sujetos colectivos es necesario trabajar metodológicamente para provocar no sólo cambios organizacionales, sino también intercambios a nivel simbólico y en la gramática cultural, así como cambios en el sistema de reglas que estructuran las relaciones e interacciones sociales (Rosa & Encina, 2004).

Por último, el «poder participar» se refiere a la necesidad de que existan las circunstancias idóneas para que la participación sea posible. Para ello se requiere la adecuación de espacios y tiempos que permitan a los diferentes actores sociales involucrarse a la hora de tomar parte en el proceso. Eso implica superar las actuales y enrevesadas formas y estructuras administrativas, dando cabida a nuevas y renovadas formas de urbanismo basadas en metodologías más dinámicas y flexibles; pero además, se precisa una voluntad política real para ceder poder al ciudadano.

Figura 4. La escalera de la participación



Fuente: Elaboración propia a partir de López Medina (2012) y RED CIMAS (2015)

Por otro lado, hay que considerar que se trata de una apertura a la implicación de otros actores en un proceso al que a priori no tienen acceso (Arnanz Monreal, 2018; López Medina, 2012). Por lo tanto, es necesario aclarar también cuál es el grado de apertura e implicación oportuno para considerar que un proceso participativo sea realmente eficaz. Son muchos los autores³ que han propuesto la imagen de una pirámide o escalera para señalar los diferentes gradientes de participación: en todos ellos lo que resulta evidente es que el nivel más bajo está ocupado por modelos de gestión no participativos hasta llegar a los modelos más emancipadores, en donde la ciudadanía asume un papel activo en la toma de decisiones, junto a técnicos y políticos.

Todos estos modelos se pueden resumir en un esquema de cinco peldaños (Figura 4). En el nivel más bajo estaría la gestión directa sin participación, en donde las decisiones se toman en las instancias de poder que suponen un cargo político o rol técnico. En el segundo nivel se encontrarían las fórmulas que prevén la simple información como instrumento legitimador: “sin embargo, esto no puede considerarse participación sino un requisito previo [...] para que pueda haber participación” en cuanto “la información favorece la toma de conciencia crítica, la creación de opinión y la transparencia” (Red CIMAS, 2015, p. 44). Un tercer nivel está caracterizado por la consulta de opinión, muy característico de muchos de los procesos de redacción de documentos urbanísticos de diferente naturaleza y cuyo único objetivo es a menudo darle un cierto aire participativo al proceso, sobre todo por el hecho de que en la mayoría de los casos los resultados se convierten en meras ratificaciones de las propuestas por medio de matizaciones pero sin modificaciones sustanciales, o se recogen en algún documento complementario que no tiene carácter vinculante y cuya aplicación solo depende del voluntarismo político.

Los últimos dos niveles tienen que ver con la implicación real de la ciudadanía en la toma de decisiones, ejerciendo de este modo, una vez que ha sido informada, consultada y escuchada, el derecho a ser sujeto activo de los procesos de transformación del hábitat. Si en el cuarto nivel se asume como principio la co-decisión y la co-responsabilidad, y en él la ciudadanía comparte la gestión de los procesos de transformación junto a políticos y técnicos, es el último nivel el que supone realmente un salto cualitativo enorme en el entendimiento de la participación, necesitando un alto grado de madurez por parte tanto de la ciudadanía como del resto de grupos de actores involucrados.

A este nivel corresponden la auto-organización y la auto-gestión, con las cuales la ciudadanía organizada se hace cargo de la gestión de alguna parcela de la vida pública (López Medina, 2012; Red CIMAS, 2015). En este sentido la participación adquiere un grado mayor de complejidad en cuanto desplaza:

[...] el acento de los procesos institucionalizados a los procesos de la vida cotidiana de la población como fuente de mecanismos de autogestión a los que alimentar y fortalecer desde lo público. [...] En este sentido, el hábitat se construye de forma cotidiana (López Medina, 2012, p. 168).

3 La primera autora que introdujo la figura metafórica de la escalera fue Sherry Arnstein, trabajadora social estadounidense.

3. Discusión y conclusiones

La crisis ecológica en acto demuestra que es necesario replantearse el modelo, pasando por una revolución cultural que deberá desembocar en una refundación de lo político (Latouche, 2009). Si un primer paso para avanzar hacia la «coevolución»⁴ entre los sistemas humanos y ecológicos es la convergencia entre teoría y práctica en la integración de principios de sostenibilidad ambiental en las políticas y los instrumentos legales del urbanismo y de la ordenación y gestión del territorio, el segundo paso sería que los principios ecológicos no se conviertan en un nuevo dogma que sustituya la capacidad de decisión colectiva de una comunidad (Lucca, 2015; Verdaguer Viana-Cárdenas, 2002b), sino que esos principios sean asimilados por su grado de madurez.

En este sentido, los ciudadanos resultan ser los sujetos activos de este cambio en cuanto son ellos los que definen la territorialidad a través de sus prácticas cotidianas (Bonora, 2006). En contraposición a la actitud dominante de una teórica participación, que a menudo se concreta en eventos y acciones puntuales (e impulsadas por las diferentes administraciones), es necesario apostar por una apropiación real, por parte de los ciudadanos, del nuevo metabolismo territorial y urbano, reforzado al mismo tiempo con un mayor grado de implicación y responsabilidad por parte de las comunidades en las cuestiones ambientales que afectan a su entorno y a sus paisajes fundantes.

Así, el gran reto a largo plazo es que la participación ciudadana se convierta en un hábito, un laboratorio de experimentación constante en el cual adaptar lenguajes, instrumentos y métodos propios de las diferentes disciplinas para generar estrategias complejas y colectivas de intervención sobre el hábitat, orientadas hacia la transición ecológica. Entendida de esta manera, la participación no sólo puede ayudar a la transformación de las condiciones materiales de un determinado ámbito, sino que, a partir de un trabajo profundo que requiere grandes esfuerzos por parte de todos los grupos de actores involucrados, permite generar un proceso en el que ciudadanos, políticos y técnicos maduren colectivamente. Acompañándola en este camino, la ciudadanía activa será capaz de tomar las riendas de su lugar de vida.

4 Por coevolución se entiende el proceso de interacción recíproca en el tiempo entre los sistemas socio-culturales y los sistemas biofísicos, que mantienen una estrecha interacción condicionándose mutuamente por mecanismos de retroalimentación y adaptación (Norgaard, 1984). Si bien a lo largo de la historia las sociedades se han beneficiado de este tipo de procesos, el modelo económico dominante ha roto este equilibrio presionando al sistema ecológico más allá de su potencial de coevolución.

Referencias

- Acosta, A. (2013). El buen vivir. *Sumak Kawsay, una oportunidad para imaginar otros mundos*. America Latina: Icaria-Antrazyt.
- Alberich, T. (2008). IAP, redes y mapas sociales: desde la investigación a la intervención social. *Portularia: Revista de Trabajo Social*, VII(1), 131–151. (<http://bit.ly/2snoyHT>) (2018-11-14).
- Alberich, T., et al. (2009). *Metodologías participativas. Manual*. Madrid: CIMAS. (<http://bit.ly/2RpwR4J>) (2018-12-03).
- Álvarez, C., & Álvarez, A. (2007). La Investigación Acción Participativa como instrumento para la resolución de problemas sociales. *Anuario*, 30, 227-252. (<http://bit.ly/2AJyBf3>) (2019-01-03).
- Arnanz Monreal, L. (2018). Metodologías de la democracia participativa en el ámbito de las políticas públicas locales: hacia un sistema de gestión participativo. En E. Santos (Ed.), *Metodologías participativas y democracias transformadoras* (pp. 31-38). Madrid: CIMAS.
- Bayon, D., Flipo, F., & Schneider, F. (2011). *Decrecimiento: 10 preguntas para comprenderlo y debatirlo*. Intercención Cultural.
- Benevolo, L. (1979). *Introducción a la arquitectura*. Madrid: Blume.
- Bonora, P. (2006). Percorsi della socialità e della partecipazione negli spazi deterritorializzati dell'urbano. *Inchiesta*, 152, 3–5.
- Cambil Medina, E., et al. (2006). Líneas de investigación en ADICI: Diseño de procesos de Producción Social del Hábitat. En *II Jornada de Investigación en Arquitectura y Urbanismo*. Escuela De Arquitectura Del Vallès, Sant Cugat Del Vallès. (<http://bit.ly/2SQGPZF>) (2018-11-14).
- Caravaca Llamas, C. (2012). Más decrecimiento y menos Prozac. El decrecimiento como alternativa económica y social a la crisis actual. *La Razón Histórica*, 18, 81–101. (<https://www.revistalarazonhistorica.com/18-7/>)
- Castiblanco, C. (2008). La Economía Ecológica: Una Disciplina En Busca De Autor. *Gestión y Ambiente*, 10(3), 07-22. (<http://bit.ly/2Mabmz0>) (2018-11-14).
- Common, M., & Stagl, S. (2008). *Introducción a la economía ecológica*. Barcelona: Reverté.
- De Manuel Jerez, E. (2006). Participar para recuperar la polis. En *Educación de Adultos y Participación* (pp. 89–102). Sevilla: Unilco.
- De Manuel Jerez, E. (2010). Construyendo triángulos para la gestión social del hábitat. *Hábitat y Sociedad*, 1, 13–37. <http://dx.doi.org/10.12795/HabitatySociedad.2010.i1.02>.
- Del Moral Ituarte, L. (2014). Crisis del capitalismo global. Desarrollo y medio ambiente. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 59(1), 77–103. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.36>
- Del Moral Ituarte, L., & Pedregal Mateos, B. (2002). Nuevos planteamientos científicos y participación ciudadana en la resolución de conflictos ambientales. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 41, 121–134. (<http://bit.ly/2TMNTGR>) (2018-12-03).
- Díaz Rodríguez, P., & Rodríguez Darias, A.J. (2012). Fundamentos del paradigma ecológico en las ciencias sociales. *Pasos*, 10(1), 167–172. <http://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.016>
- Donadei, M. (2017). *Conservación de la naturaleza y bienestar humano: el papel de la participación ciudadana en la transición socio-ecológica de la aglomeración urbana de Sevilla* (Tesis Doctoral). ETSA Sevilla, España.
- Emmott, S. (2013). *Diez mil millones*. Barcelona: Anagrama.
- Encina, J., & Ávila, M.Á. (2010). El ilusionismo social: más allá de la última frontera metodológica. En J. Encina, M.Á. Ávila, & B. Lourenço, (Ed.), *Las culturas populares* (pp. 73–104). Sevilla: Atrapasueños.
- Encina, J., & Rosa, M. (2004). Democracias participativas desde la praxis social. En J. Encina, M. Rosa, M.Á. Ávila, & M. Fernández (Eds.), *Democracias participativas e intervención social comunitaria desde Andalucía* (pp. 13–46). Sevilla: ACSUR-Andalucía, Atrapasueños Editorial, UPO, Consejería de Asuntos Sociales-Junta de Andalucía.
- Fariña Tojo, J., & Manuel Naredo, J. (2010). *Libro blanco de la sostenibilidad en el planeamiento urbanístico español*. España: Ministerio de Vivienda. (<http://bit.ly/2D7qt9D>) (2018-10-26).

- Fernández Durán, R., & González Reyes, L. (2014). *En la espiral de la energía. Volumen 2: Colapso del capitalismo global y civilizatorio*. Madrid: Libros en acción.
- Folch, R. (2011). *La quimera del crecimiento. La sostenibilidad en la era postindustrial*. Barcelona: RBA Libros.
- Freire, J. (2009). Urbanismo emergente: ciudad, tecnología e innovación social [Emerging urban planning: city, technology and social innovation*]. En *Paisajes Domésticos / Domestic Landscapes*, Vol. 4 (pp. 18–27). Madrid: SEPES.
- García Montes, N. (2018). Desarrollo urbano, crisis ecológica e importancia epistemológica de la percepción ciudadana. En E. Santos (Ed.), *Metodologías participativas y democracias transformadoras* (pp. 31-38). Madrid: CIMAS.
- Georgescu-Roegen, N. (1971). *The Entropy Law and the Economic Process*. Cambridge: Harvard University Press.
- González-Arriero, C. (2017) *Urbanismo en transición. Producción y gestión social del Espacio Público* (Tesis Doctoral). ETSA Sevilla, España.
- Guallart, V. (2012). *La ciudad autosuficiente*. Barcelona: RBA Libros.
- Hessel, S., & Morin, E. (2012). *El camino de la esperanza: una llamada a la movilización cívica*. Barcelona: Destino-Paidós.
- Higueras, E. (2013). *Urbanismo bioclimático*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ibañez, J. (1992). *Más allá de la sociología. Teoría y práctica del grupo de discusión*. Madrid: Siglo XXI editores.
- Latouche, S. (2009). *Pequeño tratado del decrecimiento sereno*. Barcelona: Icaria.
- López Medina, J.M. (2012). *El diseño participativo en programas de rehabilitación de viviendas* (Tesis Doctoral). ETSA Sevilla, España.
- López Trigal, L., & Relea Fernández, C.E. (2001). Ciudades y periferias sostenibles. Una revisión de conceptos y enfoques aplicados a España y Castilla y León. *Polígonos*, 11–12, 113–136. <http://dx.doi.org/10.18002/pol.v0i11-12.523>
- Lovelock, J. (2006). *La venganza de la tierra: la teoría Gaia y el futuro de la humanidad*. Barcelona: Planeta.
- Lucca, E. (2009). *Interdisciplina. Cuadernos del Ambiente nº 1. Resistencia: Cospel*.
- Lucca, E. (2016). *La gestión de los territorios. La cosecha escondida o la percepción ambiental de los espacios*. Buenos Aires: Diseño editorial.
- Lucca, E. (2017). Estrategias y metodologías de formación de equipos interdisciplinarios para trabajar en hábitat. *Hábitat y sociedad*, 10, 15-34. <http://dx.doi.org/10.12795/HabitatySociedad.2017.i10.02>
- Marcellesi, F. (2010). Cooperación internacional y sostenibilidad. *El Ecologista*, 65, 30–31.
- Martín Recio, S. (1998). *Reflexiones y acciones para propiciar la participación comunitaria*. En *I Conferencia de Política Municipal*. Madrid: IU Secretaría Federal de Política Federal de Entes Locales.
- Max Neef, M., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (1994). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Montevideo: Icaria/Nordan-Comunidad.
- Meadows, D., Randers, J., & Meadows, D. (2006). *Los límites del crecimiento: 30 años después*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Monclús, F.J. (1998). Suburbanización y periurbanización. Ciudades anglosajonas y ciudades latinas. En F.J. Monclús (Ed.), *La ciudad dispersa. Suburbanización y nuevas periferias* (pp. 5–15). Barcelona: CCCB
- Montañés Serrano, M. (2008). *El cuadro semiótico y las posiciones complejas de la participación*. Madrid: Cuadernos CIMAS. (<http://bit.ly/2RK2qpr>) (2019-01-06).
- Montañés Serrano, M., & Martín Gutiérrez, P. (2017). De la IAP a las Metodologías Sociopráxicas. *Habitat y Sociedad*, 10, 35-52. <http://dx.doi.org/10.12795/HabitatySociedad.2017.i10.03>
- Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Madrid: Gedisa.
- Naredo, J.M. (2000). Ciudades y crisis de civilización. *Boletín CF+S*, 15. (<http://bit.ly/2RKLyPh>) (2018-12-03).

- Naredo, J.M. (2004). Diagnóstico sobre la sostenibilidad: la especie humana como patología terrestre. *Archipiélago*, 62, 13–24.
- Naredo, J.M. (2011). Fundamentos de la Economía Ecológica. En F. Aguilera Klink & V. Alcántara (Eds.), *De la Economía Ambiental a la Economía Ecológica* (pp. 231–252). Madrid: CIP-Eco-social.
- Norgaard, R.B. (1984). Coevolutionary development potential. *Land Economics*, 60(2), 160–173.
- Ojeda Rivera, J.F., & Villa Díaz, Á. (2008). La ciudad es cultura fronteriza en un mundo cambiante. En *Ciudades, culturas y fronteras en un mundo en cambio. IX Coloquio de Geografía Urbana* (pp. 284–301). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Pelli, V. (2007). *Habitar, participar, pertenecer: acceder a la vivienda: incluirse en la sociedad*. Buenos Aires: Nobuko.
- Pelli, V. (2010). La gestión de la producción social del hábitat. *Hábitat y Sociedad*, 1, 39–54. Retrieved from http://www.habitatsociedad.us.es/images/stories/N01/n01a02_la_gestion_del_la_produccion_social_del_habitat.pdf
- Red CIMAS. (2015). *Metodologías participativas. Sociopraxis para la creatividad social*. Madrid: Dextra Editorial.
- Requejo Liberal, J. (2011). Territorio y energía: Orden mecánico versus orden orgánico. *Hábitat y Sociedad*, 2, 33–47. <http://dx.doi.org/10.12795/HabitatySociedad.2011.i2.03>
- Romero, J. (2011). ¿Territorios inteligentes, sostenibles e inclusivos? Enseñanzas de la experiencia española. *Hábitat y Sociedad*, 2, 13–32. <http://dx.doi.org/10.12795/HabitatySociedad.2011.i2.02>
- Rosa, M., & Encina, J. (2004). Las culturas populares. *Cuchara y Paso Atrás*, (9), 9–20.
- Rosa, M., & Encina, J. (2005). Haciendo metodología al andar. En J. Encina, M. Á. Ávila, M. Fernández, & M. Rosa (Eds.), *Praxis participativas desde el medio rural* (pp. 89–116). Madrid: IEPALA/CIMAS.
- Rosa, M., Saavedra, L., & Hernández, G. (2008). Fundamentos teóricos y metodológicos de la participación ciudadana. Conferencia en el Máster en Gestión Social del Hábitat (1ª Edición). US, Sevilla, España.
- Sassen, S. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo*. New Jersey: Princetown University Press.
- Sassen, S. (2011). Open Source Urbanism. *The New City Reader: A Newspaper of Public Space*, 15. Retrieved from (<http://bit.ly/2D7amc5>) (2018-10-30).
- Taibo, C. (2009). *En defensa del decrecimiento. Sobre capitalismo, crisis y barbarie*. Madrid: Catarata.
- Verdaguer Viana-Cárdenas, C. (2002a). Ecologismo urbano y urbanismo ecológico: convergencia necesaria. *El Ecologista*, 34, 16–18.
- Verdaguer Viana-Cárdenas, C. (2002b). El paisaje construido: una perspectiva ecológica. En Ó. Bermejo García, J.J. Laforet (Eds.), *Ecología, una perspectiva actual* (pp. 155–182). Telde: Real Sociedad Económica de Amigos del País de Gran Canaria.
- Villasante, T.R. (2006). *Desbordes creativos: estilos y estrategias para la transformación social*. Madrid: La Catarata.
- Villasante, T.R., & Montañés, M. (2002). Algunos cambios de enfoque en las ciencias sociales. En J. Martí Olivé, M. Montañés, & T. Villasante (Eds.), *La investigación social participativa* (pp. 13–28). Barcelona: El viejo topo.



De cero a dinero: La basura como fuente principal para un negocio inclusivo de reciclaje en Cuenca (Ecuador)

From zero to cash: Waste as a main source for an inclusive recycling business in Cuenca (Ecuador)

Edisson Santiago Cajamarca Cajamarca es investigador de la Universidad de Cuenca (Ecuador) (santiago.cajamarca@ucuenca.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0002-7196-8911>)

William Ramiro Bueno Sagbaicela es investigador de la Universidad de Cuenca (Ecuador) (william.bueno@ucuenca.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0002-9115-6232>)

José Santiago Jimbo Días es profesor e investigador de la Universidad de Cuenca (Ecuador) (santiago.jimbo@ucuenca.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0002-2823-4285>)

Resumen

El presente trabajo se enmarca en la relación existente entre el ingreso y la actividad del reciclaje bajo el contexto de Negocio Inclusivo (NI). Esta población de recicladores definida como pobre y vulnerable por la Base de la Pirámide Económica (BDP) en función de sus ingresos anuales, es el centro de la cadena de valor de reciclaje. Se plantea determinar si la figura de asociación de los recicladores influye directamente en su nivel de ingreso y evaluar las condiciones en las que se realiza la actividad del reciclaje para analizar la oportunidad de generar rentabilidad como NI para estos grupos vulnerables. La metodología empleada, con carácter cuantitativo-inductivo de corte transversal, se centrará en el estudio de 150 recicladores, 27 centros privados (intermediarios) y dos centros corporativos de reciclaje. En los resultados destaca el diseño de la cadena de valor de reciclaje para la ciudad de Cuenca (Ecuador), la débil correlación entre estar asociado y el nivel de ingreso del reciclador, así como el elevado margen bruto comercial de un intermediario. La conclusión principal demuestra que el reciclaje tiene bondades económicas atractivas para crear un NI y los intermediarios son los principales beneficiarios dentro de esta actividad. Los recicladores se ven limitados por sus condiciones de trabajo y la figura de asociación no se considera como una solución imperante para mejorar su nivel de ingreso.

Abstract

In an inclusive business (NI) context, this manuscript addresses the relationship between income and recycling. Within recycling, recycle workers are considered poor and vulnerable based on the economic pyramid (BDP) due to their annual income. Moreover, they depict the core of a value chain which includes various participants. On one hand, this research determines if the recyclers' association membership directly influences their income level. On the other hand, it sets out to evaluate recycling working conditions to reveal an opportunity to generate profitability as an inclusive business. The methodology applied in this research is a cross-sectional study that follows an inductive approach to analyze quantitative information focused on 150 recycle workers, 27 private centers (intermediaries) and 2 recycling corporative centers. The highlights of the results are the value chain design from the city of Cuenca (Ecuador), the high commercial gross margins from intermediaries and the ensuing weak correlation between recycler's association membership and income level. Hence, the overriding conclusions show that recycling has promising economic advantages conducive to create an inclusive business, considering that intermediaries are the main beneficiaries. Furthermore, recycle workers are limited because of their working conditions, and lastly the recycling association membership does not bring clear advantages regarding income level improvement.

Palabras clave | keywords

Ingreso, recicladores, cadena de valor, negocio inclusivo, residuos sólidos, Cuenca.
Income, recycle workers, value chain, inclusive business, solid waste, Cuenca.

Cómo citar: Cajamarca Cajamarca, E.S., Bueno Sagbaicela, W.R., y Jimbo Días, J.S. (2019). De cero a dinero: La basura como fuente principal para un negocio inclusivo de reciclaje en Cuenca (Ecuador). *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 71-87. <https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.05>

1. Introducción y estado de la cuestión

La presente investigación parte de la necesidad de integrar a la población de recicladores en la dinámica económica global a través del desarrollo de modelos de Negocio Inclusivo (NI), que son iniciativas empresariales que incorporan al segmento de la «Base de la Pirámide» (BDP) en su cadena de valor, contribuyendo a la reducción de la pobreza, generar mayor acceso a oportunidades y facilitar que estas comunidades sean generadoras de ingresos y ejerzan el derecho a la libertad económica (Ishikawa Lariú & Strandberg, 2009), de tal forma que favorezca el alcance de ciertos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) tales como: fin a la pobreza, igualdad de género, reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles; y en específico el objetivo 12 que hace referencia a la producción y consumo responsable en el cual radica la importancia de reciclar y reducir los desechos, de acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2016).

1.1. Generación de basura y el reciclaje

Los países desarrollados y en vías de desarrollo enfrentan un crecimiento poblacional y progreso industrial que se asocia a la producción de grandes cantidades de residuos sólidos (Akhtar *et al.*, 2017; Oyekale, 2017; Yang *et al.*, 2018) debido a que la sociedad de hoy explota diferentes materiales (Vázquez *et al.*, 2016). Nuestras prácticas de consumo elevan las tasas de generación de residuos sólidos (Vieira & Matheus, 2018) puesto que, según Ribeiro y Kruglianskas (2015), continúa predominando el modelo económico lineal de extraer, manufacturar, usar y descartar (citados por Wadhy *et al.*, 2017).

Benton-Short y Short (2013) señalan que la generación de basura, junto con los problemas de recolección, disposición y los riesgos ambientales, continúan siendo un desafío para muchas ciudades (citados por Jiménez, 2015), más aún la gestión para los municipios que resulta una gran dificultad (Abdoli, Rezaei, & Hasanian, 2016; Meylan *et al.*, 2018; Botello *et al.*, 2018). Esta gestión de los municipios continúa en desarrollo con pequeños proyectos piloto incluyendo al sector informal del reciclaje (Ferronato *et al.*, 2018), considerando a otros trabajos públicos más importantes (Ross & Rogoff, 2012). Significa entonces que es crucial el aumento de determinación de las autoridades locales para resolver dichos inconvenientes (Ferreira, Bila, & Ritter, 2017).

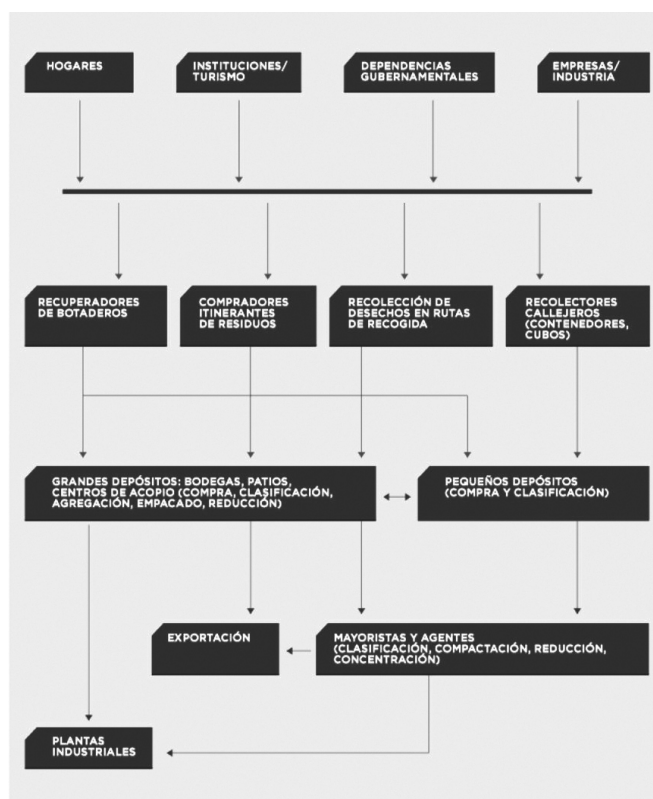
A escala mundial, en 2010 se generaron un total de entre 7 a 10 millones de toneladas de residuos sólidos (Wilson & Velis, 2015). Según el *Global Waste Management Outlook* (GWMO), se producen cerca de dos billones de toneladas de Residuos Sólidos Municipales (RSM) por año (citado por Byamba & Ishikawa, 2017; Sorkun, 2018). Basta señalar que Kawai y Tasaki (2016) afirman que en las grandes metrópolis se pronostica una generación de 2.2 billones de toneladas para 2025 (citados por Gu *et al.*, 2018). Los países desarrollados pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) son catalogados como los países con mayor cantidad de residuos generados a nivel global, como el caso de Estados Unidos, México y gran parte de la Unión Europea, entre otros, que generan un 62% de residuos, seguidos de Asia Oriental y el Pacífico con el 21%. Por su parte, América

Latina y El Caribe (ALC) generan un 12% y el restante 5%, África Subsahariana (Borrás, 2018).

Hoornweg y Bhada-Tata (2012) mencionan que el Banco Mundial proyecta una generación de 220 millones de toneladas de residuos sólidos urbanos para 2025 en ALC (citados por Hernández *et al.*, 2016). Asimismo, en ALC se espera un incremento del 66% en la generación de residuos (TN/día) en menos de diez años (Padilla & Trujillo, 2018). En efecto, en ALC se producen alrededor de 0,63 kg/hab/día de residuos sólidos domiciliarios y 0,93 kg/hab/día respecto a los residuos sólidos urbanos (Sanmartín, Zhigüe, & Alaña, 2017).

En base con lo mencionado, es primordial conocer el flujo de la cadena de valor del reciclaje, que la Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo (IRR, 2013) planteó: “inicia en el momento que los residuos son generados y finaliza con la venta de los materiales transformados a la industria nacional o su exportación a terceros países” (p.12). En la figura 1 se refleja el modelo simplificado de la cadena de valor propuesta que puede variar de acuerdo a la realidad de cada país dentro de ALC.

Figura 1. Cadena de Valor de Reciclaje para América Latina y El Caribe

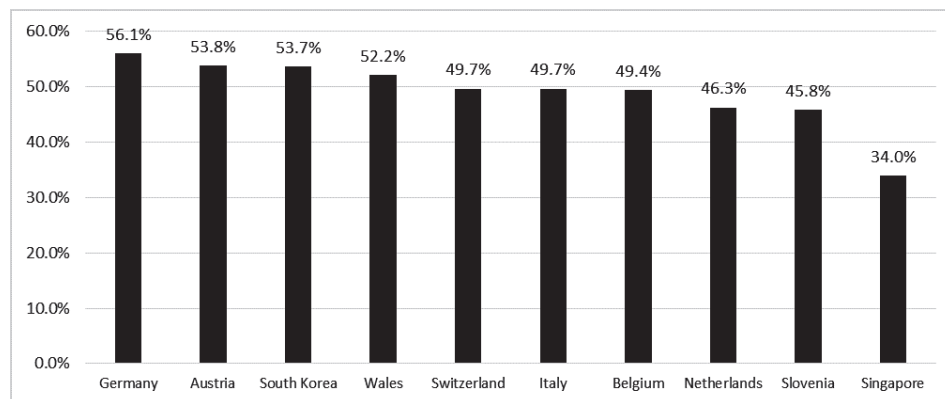


Fuente: Iniciativa Regional de Reciclaje Inclusivo (IRR, 2013, p. 12).

Según la IRR (2013) esta «cadena de valor» del sector se compone por distintos actores que se agrupan de acuerdo a su forma de trabajo respecto a los residuos sólidos: los generadores son aquellos productores de los distintos residuos y desechos sólidos; la recolección es brindada por el servicio de recuperación de residuos sólidos urbanos y segregación de recicladores de base. El material recuperado se traslada a centros de acopio o intermediarios que acumulan y comercializan para que finalmente el material esté a disposición de plantas industriales o que se exporte en el caso de no existir mercado local (IRR, 2013).

Resulta oportuno definir el reciclaje y Castells (2012) lo describe como una operación que permite recuperar, transformar y elaborar un material a partir de residuos, además señala que “el reciclaje y los residuos, responden a diversas actividades que pueden llevarse a cabo sobre los diferentes flujos de residuos para aprovecharse, desde el mismo uso hasta otra aplicación” (citado por Álvarez, 2013, p. 11), reduciendo costos en el manejo de rellenos sanitarios, impactos por contaminación y problemas de salud (Sullivan Sealey & Smith, 2014). Según Gray (2017), del *World Economic Forum* (WEF), Alemania es líder a nivel mundial con el 56,1% respecto a la tasa de reciclaje de RSM, tal y como se observa en la figura 2; Austria con un 53,8%, Corea del Sur con 53,7%, Gales con el 52,2% y el resto de países se ubican por debajo del 50%.

Figura 2. Top 10 Tasa de Reciclaje de Residuos Sólidos Municipales 2017



Fuente: World Economic Forum (WEF).

1.2. Clasificación de residuos en Ecuador

En Ecuador, según Bravo y Bravo (2012), el reciclaje inició con la implantación de una fábrica de papel por el año 1970, requiriendo material reciclado como principal materia prima para elaborar sus productos (citados por Silva *et al.*, 2015). En 2017, el país recicló únicamente entre un 15 y 25% del total de un millón de toneladas que podrían haberse recuperado (Alarcón, 2017).

En esa misma línea, a escala nacional, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2017) el 47,47% de las familias ecuatorianas clasificó los residuos, un porcentaje superior a 2015 y 2016 con un 39,40% y 41,46% respecti-

vamente. El plástico es el principal residuo más reciclado actualmente (32,98%) superando a los residuos orgánicos e inorgánicos como papel, cartón y vidrio (INEC, 2017)

De acuerdo con la IRR (2017b) en 2014 se generaron 4'100.000 toneladas de residuos sólidos de los cuales 1'025.000 son residuos potencialmente reciclables y tan sólo el 24% de ese potencial fue recuperado y reciclado. El 51% de las 245.000 toneladas recicladas fueron recuperadas por recicladores de base en las principales ciudades del país. En 2017, la cantidad de hogares cuencanos que clasificaron los residuos fueron alrededor del 53,37%, ubicándose por encima de Guayaquil, Quito, Machala y Ambato (INEC, 2017).

1.3. Cuenca, una ciudad con potencial

Partiendo de que los recicladores de base son personas con bajos recursos que “recolectan y clasifican residuos en las calles, vertederos a cielo abierto u otros puntos en la cadena de los RSM buscando materiales con potencial valor de reventa (...) tienden a pertenecer a los sectores más pobres y vulnerables de la sociedad” (The Economist Intelligence Unit, 2017, p. 7), no obstante se empleará la denominación de recicladores primarios (RP) propuesta por la Empresa Pública Municipal de Aseo de Cuenca (EMAC-EP, 2018). Es importante señalar que la condición de vulnerabilidad de esta población debe ser abordada desde una base de prioridades bien reconocidas para el bienestar humano que incluyen la seguridad alimentaria, los ingresos, agua y saneamiento, salud, educación, energía, igualdad de género, equidad social y puestos de trabajo (Velenturf & Jopson, 2019).

Estas personas se enmarcan en el concepto de la «Base de la Pirámide» (BDP) desarrollada por Prahalad y Hart (2002) que dividen en niveles de acuerdo al ingreso anual per cápita basado en la Paridad de Poder Adquisitivo (PPA), usando el gráfico de una pirámide para representar los rangos de ingresos. En el nivel 4 –denominado BDP– “se encuentran 4 mil millones de personas cuyo ingreso es inferior a \$1.500,00 dólares al año” (Jimbo, 2016, p. 143).

Dadas las condiciones que anteceden, se evidencia que la idea de formar un NI entorno al reciclaje es factible, según los aportes de Licandro (2013), Prahalad y Hammond (2005), AVINA (2010); quienes consideran a los NI como estrategias empresariales que “buscan la rentabilidad económica bajo la perspectiva de lo social y ambiental, donde los primeros beneficiarios sean las personas en situación de pobreza y vulnerabilidad, siendo aliados estratégicos para su consecución las empresas y el estado” (citados por Jimbo & Ñauta, 2017, p. 102).

En ese mismo orden de ideas, en Cuenca existe el potencial para la creación de un NI de reciclaje. Esta afirmación se respalda en datos proporcionados por la EMAC-EP (2018) que asegura que, solo en 2017, la generación *per cápita* de desechos y residuos sólidos dentro del casco urbano fue 0,54 kg/hab/día, ascendiendo a 9.288 TN/mes; de los cuales el 25,8% es material inorgánico aprovechable y de este material se está recuperando sólo el 19,2%. Por lo general, el material inorgánico es percibido con un valor monetario nulo, no así para los RP, puesto que se consideran un recurso, por el potencial para generar ganancias mediante su reciclaje (Giovannini & Huybrechts, 2017) provocando que a escala global “15 millones de personas se encuentran involucradas en el reciclaje informal de residuos” (Yang, *et al.*, 2016, p.

452). Asimismo, la gestión eficiente de los recursos naturales compartidos y la forma en la que se eliminan los desechos tóxicos son el sustento vital para alcanzar el objetivo de producción y consumo responsable, para crear cadenas de producción y suministro más eficientes (PNUD, 2016).

2. Materiales y método

En este trabajo se plantea como hipótesis de partida que el nivel de ingreso de un reciclador primario (RP) no está en función de su condición de asociado. Se plantea, así, dar respuesta a los siguientes objetivos: i) Determinar la relación existente entre el ingreso y la forma de llevar a cabo su actividad: asociados *vs* no asociados; ii) Evaluar las condiciones en las que se realiza la actividad de reciclaje en Cuenca (Ecuador) y; iii) Analizar si existe la oportunidad de generar rentabilidad en el reciclaje bajo el contexto de NI.

La presente es una investigación de diseño cuantitativo, con enfoque inductivo y de corte transversal, articulada como un trabajo de campo. Para determinar la muestra se empleó la fórmula propuesta por Murray y Larry (2009) que se aplica a poblaciones finitas: con un nivel de confianza del 95% y un margen de error muestral de $\pm 5\%$, el resultado obtenido fue un total de 150 observaciones. Según el registro oficial de la EMAC-EP, a julio de 2018 se registraban un total de 246 RP en Cuenca, a quienes se consideró como población para la obtención de la muestra.

Se llevó a cabo la aplicación de encuestas a los 150 RP en convocatorias realizadas por la EMAC-EP, con la finalidad de obtener datos referentes a la actividad de reciclaje. De la misma forma se realizaron visitas técnicas a los dos únicos centros corporativos de reciclaje con el objetivo de obtener información concerniente a la gestión del material recuperado y adicionalmente, como medida de validación y control, se pidió el llenado de formularios de información a 27 centros privados de reciclaje (intermediarios) identificados en la ciudad.

El diseño y estructuración de las encuestas y formularios están basados en instrumentos empleados en investigaciones de la IRR (2017a) que se ajustaron para dar cumplimiento a los objetivos de la presente investigación. En el caso de los RP, la encuesta constó de 25 preguntas categorizadas en las siguientes dimensiones: i) Datos generales; ii) Nivel educativo y; iii) Condiciones y características de la actividad del reciclaje. Para los intermediarios, los formularios constaron de 14 preguntas. Si un intermediario no ofrece información es excluido por no ofrecer datos de interés. Asimismo, se categorizaron en dos dimensiones: Datos generales y Actividad económica.

El registro, tabulación y tratamiento de los datos obtenidos se realizaron mediante la herramienta estadística de Excel para la generación de información. Para establecer el grado de representatividad entre las variables de ingreso y asociación, se empleó una prueba de hipótesis, análisis de correlación y análisis de varianzas (ANOVA). Este último probó que las medias de dos o más poblaciones son iguales, en este caso, comparando las variaciones de los ingresos medios de los recicladores que se encuentran asociados *vs* los no asociados. Adicionalmente, se consideró necesario exteriorizar el grado de antagonismo que presenta el ingreso de un intermediario en comparación con el percibido por un RP, exponiendo el margen bruto comercial por material comercializado. Esto

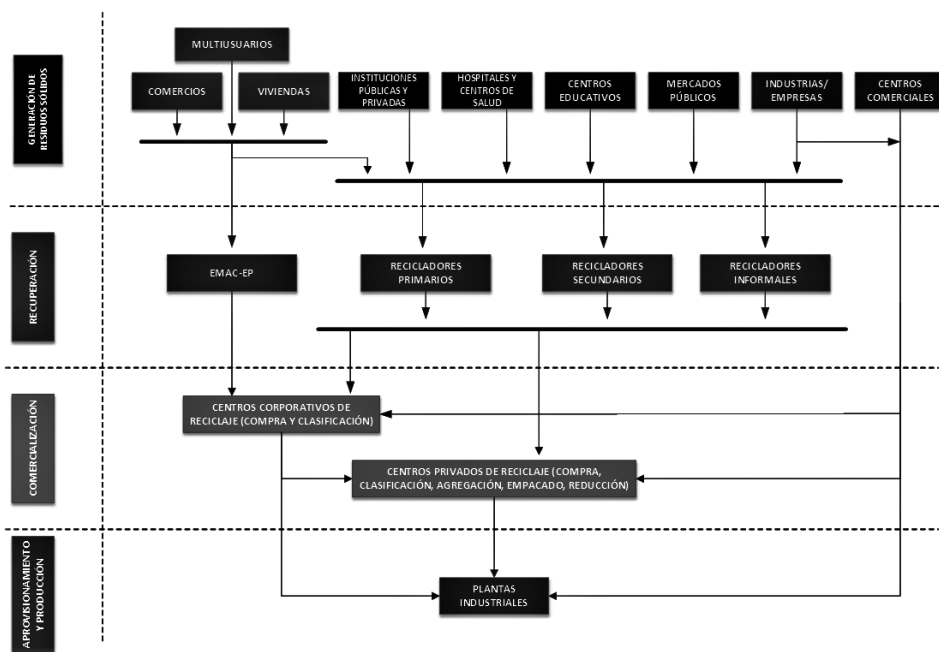
enmarcado en las realidades variadas que presenta la actividad del reciclaje en cada uno de los niveles que posee la cadena de valor del reciclaje.

3. Análisis y resultados

3.1. Cadena de valor del reciclaje en Cuenca, los recicladores primarios como una pieza fundamental

Los criterios tanto de Porter (1986) como de Francés (2001), sirven para conceptualizar la cadena de valor como una herramienta de análisis que permite identificar formas de generar valor radicando en hacer el mayor esfuerzo en lograr la fluidez de los procesos productivos (citados por Quintero & Sánchez, 2006). Dicho esto, junto con la observación realizada y la información brindada por la EMAC-EP, en la figura 3 se visualiza la cadena de valor diseñada para Cuenca.

Figura 3. Cadena de Valor de Reciclaje de Cuenca



Atendiendo a la figura que precede, los generadores son los productores de desechos y residuos sólidos que es la ciudadanía en general. Según la EMAC-EP (2018), Cuenca cuenta con una población de 591.996 habitantes con 565.476 pertenecientes a la parte urbana por lo que es necesaria su convicción para una separación correcta de dichos residuos (De Feo *et al.*, 2018).

En la segunda fase, la de recuperación, intervienen la EMAC-EP y recicladores primarios (RP), secundarios e informales. La empresa pública traslada el material

sólo de un segmento de los generadores. Los RP están autorizados por la EMAC-EP que realizan la recolección de forma artesanal empleando medios de transporte no motorizados a diferencia de los secundarios que poseen un vehículo motorizado para el traslado del material recuperado. Finalmente figuran los recicladores informales, de quienes la EMAC-EP no posee un registro y que reciclan sin autorización alguna.

Se visualizan dos tipos de centros de acopio: el primero denominado «Centros Corporativos de Reciclaje» (CCR), administrados por asociaciones de RP que recuperan, clasifican y comercializan el material. El segundo tipo son los «Centros Privados de Reciclaje» (CPR), comúnmente reconocidos como intermediarios y que ejecutan labores adicionales a los CCR, como el embalaje y/o transformación.

El proceso culmina con las industrias que se abastecen del material reciclado como materia prima para su producción, siendo el caso de Acería del Ecuador C.A. Adelca y Cartopel las únicas empresas en Cuenca. La chatarra, bronce, cobre, aluminio, papel, cartón y dúplex son requeridos por el mercado local, mientras que el resto de materiales se comercializan fuera del cantón, enviándose a ciudades como Guayaquil y Quito.

Como se visualiza en la figura 3, los RP son fundamentales en la cadena de valor y es relevante exponer las condiciones bajo las cuales ellos realizan la actividad. Al conformarse por un 76,7% de mujeres y 23,3% de hombres, se respalda lo que la *International Labour Office* (ILO) alega sobre la mayor participación de mujeres en el empleo informal (citado por Ogando, Roever, & Rogan, 2017) quienes han encontrado en el reciclaje una oportunidad laboral. Su edad promedio bordea los 45 años, registrándose una edad mínima de 19 y máxima de 77 años. El 75,7% de la muestra de género femenino recibió educación primaria o secundaria y el restante 24,3% nunca asistió a centros educativos formales. Por su parte, el 88,6% de varones tuvieron formación académica y sólo el 11,4% no recibió instrucción alguna.

Esta actividad la han efectuado por alrededor de 12 años en promedio, donde el 77,0% de RP trabajan en las calles recorriendo el centro histórico, principales avenidas, ciudadelas, parques, mercados y el parque industrial. Los centros de acopio acaparan un 10,9% de recicladores; el 7,5% recuperan en instituciones y edificios; el 4,6% trabajan en otros lugares de la ciudad. El 53,3% de los recicladores prefieren trabajar solos y 46,3% lo realizan en promedio en grupos de tres personas, comúnmente conformados por los cónyuges o miembros de su círculo familiar para que los ingresos percibidos al momento de la venta del material sean distribuidos entre los miembros de una misma familia y proteger su ruta de recuperación de material por problemas de organización e invasión de territorios.

Existen meses donde se observa mayor cantidad de material. En el periodo julio-agosto-septiembre, gran número de hogares desechan material escolar del año lectivo anterior. El segundo periodo diciembre-enero coincide con Navidad y Año Nuevo. Un 14,50% de RP no consideran una oportunidad el incremento de material en dichos meses, puesto que también acrecienta la cantidad de recicladores informales.

3.2. Ingreso de los recicladores, el valor real de la «basura» y la figura de asociación

En Cuenca existen 16 materiales identificados por la EMAC-EP con un valor económico y que son posiblemente recuperables enlistados en la tabla 1. Es fundamental aclarar que se da prioridad a ciertos materiales al momento de la recuperación en función de los requerimientos de CPR, CCR e industria.

Tabla 1. Precios promedio por material

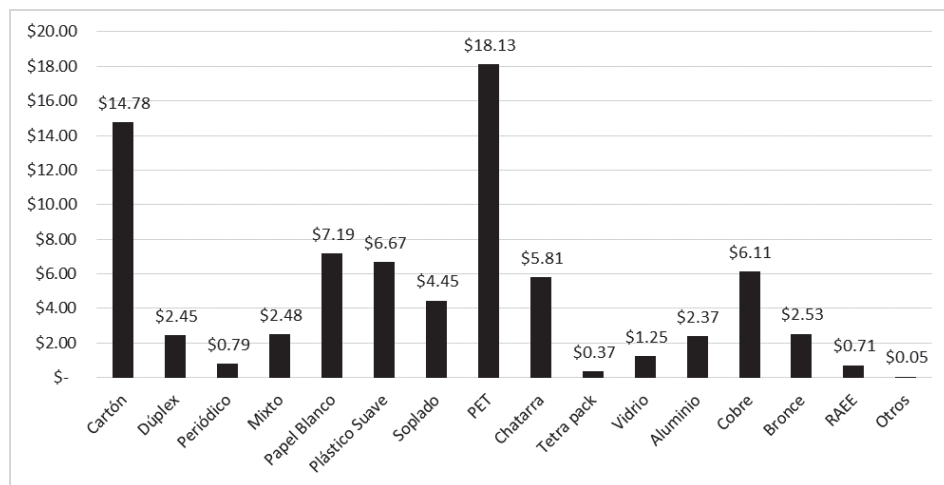
Material	Precio promedio (US\$/kg)
Cartón	0,09
Dúplex	0,09
Periódico	0,07
Mixto	0,09
Papel Blanco	0,13
Plástico Suave	0,16
Soplado	0,12
PET	0,45
Chatarra	0,13
Tetra pack	0,10
Vidrio	0,02
Aluminio	0,33
Cobre	1,59
Bronce	1,21
Chatarra Electrónica (RAEE)	0,54
Otros	0,03

Se estima una recuperación total de 129,68 TN/mes por los RP siendo los materiales más recuperados el cartón con un 32,1% seguido por papel blanco con un 10,6%, vidrio con 10,2%, chatarra con 8,6%, plástico suave con 7,7%, PET (envases hechos con tereftalato de polietileno) con 7,6% y el soplado con 6,8%. Otros materiales no se recuperan en gran cantidad por razones de demanda del mercado, logística, adecuada clasificación y precios no representativos. A pesar de que el PET es un material que no se dispone en grandes cantidades, posee un precio prominente.

El ingreso mensual de un reciclador está en función del volumen y precio de mercado del material como se puede apreciar en la figura 4. Un 52,7% de RP percibieron un ingreso inferior a US\$100,00 mensuales; 22,0% entre US\$100,00 y US\$150,00; 16,0% entre US\$150,00 y US\$200,00; finalmente el 9,30% recibió un ingreso superior a US\$200,00 por concepto de reciclaje. En promedio el ingreso mensual de un reciclador es US\$76,16 empleando aproximadamente 4,19 días/semana durante 5,50 horas/

día. Significa que trabajan alrededor de 92,11 horas/mes llegando a recuperar cerca de 527,16 kilogramos de material. Es importante aclarar en este punto que el salario mínimo mensual en Ecuador es de US\$ 394,00.

Figura 4. Ingreso Promedio Mensual por Material



Para el 33,0% de los RP resultan insuficientes los ingresos percibidos en el reciclaje, lo que les obliga a trabajar adicionalmente en comercios informales, limpieza, trabajo doméstico y actividades agrícolas. La figura de asociación nace justamente como una alternativa para superar los bajos ingresos. Existen siete asociaciones registradas en la EMAC-EP: Corporación ARUC, Corporación AREV, Asociación Solidaria del Sur Feria Libre, Asociación San Alfonso-Centro Histórico, Organización Pichacay, Asociación El Chorro y Asociación Cristo Rey. Tienen dificultades respecto a organización, registro de nuevos socios, falta de infraestructura, reuniones itinerantes y conflicto de intereses, existiendo sólo un 41,3% de recicladores en condición de asociados (RA) y por ende un 58,7% de recicladores no asociados (RNA), quienes no asumen a la asociación como una ventaja ni una prioridad por mala percepción, falta de conocimiento y poca disponibilidad de tiempo para cumplir con obligaciones de los asociados.

Existe una diferencia poco significativa referente al ingreso entre RA y RNA: los primeros perciben un ingreso promedio mensual de US\$80,85 y los RNA de US\$70,90, revelando que el RA consigue un 14,0% más de ingreso, incluso el 14,5% de RA han superado los US\$200,00 y sólo un escaso 5,7% de RNA alcanzaron superar esa cifra. Esta diferencia se puede atribuir a la jornada laboral, puesto que los RA trabajan en promedio 114,07 horas/mes, en contraposición con las 78,00 horas/mes laboradas por los RNA.

Una vez determinado el ingreso de los RP, se realizó un análisis de correlación para determinar el nivel de dependencia respecto a la variable «asociación». Se obtuvo un coeficiente de correlación (r) de 0,68% como se observa en la tabla 2, lo cual

implica que existe una relación positiva pero insignificante estadísticamente, es decir, la asociación no es una variable explicativa e influyente en el nivel de ingreso. Esto se debe a que cinco de las siete asociaciones existentes se limitan a ámbitos organizacionales y registrar nuevos socios, pasando por alto el tema productivo.

Tabla 2. Estadísticos de relación

Estadístico	Valor
Coficiente de correlación r	0.116224714
Coficiente de determinación R^2	0.013508184
R^2 ajustado	0.006842699
Valor p (dos colas)	0.173596059
Alfa	0.05

Dado el valor p del estadístico F calculado en la tabla 3, y el nivel de significación del $\pm 5\%$, la información que aportan las variables explicativas no es significativamente mejor que la que proporcionaría una media básica, es decir, las diferencias de las medias de los ingresos entre los RA y RNA no son significativas, aceptándose la hipótesis de que el nivel de ingreso de un RP no está en función de su condición de asociado.

Tabla 3. Análisis de Varianzas: ANOVA

	DF	Suma de cuadrados	Media cuadrática	F	Pr > F
Modelo	1	5411.660	5411.660	2.027	0.157
Error	148	395209.173	2670.332		
Total ajustado	149	400620.833			

En el caso de la corporación ARUC y la asociación El Chorro, se origina la figura de CCR, contando con la infraestructura mínima requerida para la clasificación y comercialización del material recuperado. Representan un medio de protección y desarrollo social y económico, debido a las condiciones cambiantes del mercado como fluctuaciones de precios y volúmenes, incremento de recicladores informales e inseguridad laboral. La principal ventaja radica en el poder de negociación del que disponen al momento de comercializar el material, exigiendo precios superiores por las cantidades considerables que poseen, pues las empresas que compran el material prefieren proveedores con capacidades de abastecimiento acorde a sus ciclos de producción.

3.3. El negocio está en el volumen, el reto para el NI del reciclaje

Conjuntamente con la EMAC-EP se identificaron 27 CPR, recalcando que existió un grado de resistencia para otorgar información de carácter privado y al momento no existe ninguna ordenanza o marco jurídico que regule totalmente su actividad económica.

Hecha la explicación anterior, un intermediario emplea en promedio siete trabajadores en la planta con una jornada laboral de 42,99 horas/semana. Los materiales reciclables que comercializan provienen de varias fuentes: recicladores, CCR, oficinas y centros comerciales, unidades educativas e industrias. El CPR se abastece de forma diaria, semanal, quincenal y mensual, permitiendo que las operaciones de acopio, clasificación y embalaje se desarrollen de forma continua. La cartera de materiales reciclables que oferta un CPR es variada operando un estimado de 116,84 TN/mes que les permite obtener un atractivo margen comercial bruto, evidenciado en la tabla 4.

Tabla 4. Margen bruto comercial para el intermediario por tipo de material

Material	Precio de venta (US\$/kg)	Precio de compra (US\$/kg)	Diferencia (US\$)	Margen Bruto
Cartón	0,13	0,09	0,05	34,8%
Dúplex	0,09	0,09	0,00	5,2%
Periódico	0,08	0,07	0,01	9,9%
Mixto	0,17	0,09	0,08	44,4%
Papel blanco	0,17	0,13	0,04	22,0%
Plástico suave	0,35	0,16	0,19	53,3%
Soplado	0,27	0,12	0,15	54,1%
PET	0,61	0,45	0,15	25,4%
Chatarra	0,18	0,13	0,06	30,2%
Tetra pack*	-	0,10	-	-
Vidrio	0,03	0,02	0,01	22,7%
Aluminio	0,66	0,33	0,33	49,5%
Cobre	3,85	1,59	2,26	58,7%
Bronce	3,30	1,21	2,09	63,4%
RAEE*	-	0,54	-	-
Otros*	-	0,03	-	-

* Información no proporcionada por CPR (intermediarios).

El ingreso bruto mensual de un intermediario se estima que asciende a US\$ 25.346,73. Es importante mencionar que las actividades de un intermediario no aportan un valor agregado considerable, es decir, acumulan grandes volúmenes de material y lo comercializan. Casos puntuales de CPR realizan procedimientos adicio-

nales, como el peletizado del plástico generando material reciclado (*pellets*) listo para su transformación en producto terminado. No obstante, los resultados que obtienen pueden ser una retribución a la iniciativa de emprendimiento y al riesgo asumido al realizar una inversión en este negocio enmarcado en un ambiente de informalidad e inestabilidad.

Como ya se ha aclarado, un NI plantea estrategias que favorezcan a la población pobre y vulnerable enmarcada en la BDP, cumpliendo los RP con este criterio. Consecuentemente, al reciclaje se lo puede divisar como un NI debido a que lo efectúan personas de la BDP “articulados con la empresa privada y con el apoyo de la generación de leyes u ordenanzas emitidas por el Estado Ecuatoriano y Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales (GADM), que permiten a esta población tener recursos económicos” (Jimbo, 2016, p. 152).

En esa misma línea, en Ecuador la empresa Novacero S.A., dedicada a producir materiales de acero para la construcción, ejemplifica el concepto de NI al trabajar conjuntamente con recicladores de chatarra y calificarlos como la base de sus operaciones, siendo abastecedores de la materia prima para sus procesos productivos. En 2008 se unió al programa de NI: «Ganamos Todos», donde brindó capacitación técnica y capital de trabajo a los recicladores interesados (Maldonado, 2012). Colaboraron inicialmente siete microempresarios. Más adelante el número ascendió a 27, para finalmente llegar a trabajar en 2012 con 200 recicladores que obtuvieron no menos de 260,00 US\$/tonelada de chatarra al optimizar su productividad y conseguir mejores precios (Maldonado, 2012).

Sin duda la experiencia de Novacero refuerza la oportunidad de formar un NI en función de la BDP puesto que el precio por kilogramo de chatarra obtenido en el programa fue de US\$0,26; mayor a los US\$0,13 que recibe un reciclador en promedio, esto en gran medida es porque se elude la figura del intermediario en la cadena de valor al negociar directamente y en gran escala con la industria.

Precisando de una vez, el potencial del NI de reciclaje en Cuenca radica en el volumen del material reciclable, puesto que según la EMAC-EP (2018) apenas se está recuperando un 19,2% de las 2.396 toneladas métricas reciclables. Considerando el papel importante que juega la fluctuación de los precios de cada material respecto al volumen recuperado, los ingresos son sustanciales.

4. Discusión y conclusiones

La cadena de valor es una herramienta necesaria y útil para la evaluación del proceso que atraviesa todo producto o servicio y, debido a su inexistencia al momento de desarrollar el presente trabajo, ha sido fundamental elaborar su diseño ajustado a la realidad de Cuenca (Ecuador), no solo para entender el flujo del proceso de los residuos sólidos generados, sino también para el planteamiento de estrategias vinculadas a la aplicación del NI con las personas de la BDP. Además, es importante señalar que la cadena de valor diseñada y presentada en la figura 3, cuenta con la aprobación del departamento técnico de la EMAC-EP.

Por otra parte, se comprobó que bajo la figura de asociación, los RP obtienen un poco más en ingresos que los RNA. A pesar de ello, no son altamente representati-

vos y como se demostró, la situación de asociación de RP no es una variable explicativa total e influyente en el nivel de ingreso. De todas formas, asociado o no, continúan formando parte de la BDP. En ese mismo sentido, se pudo constatar que las condiciones de trabajo de los RP no son propicias ni adecuadas, debido a la inestabilidad laboral, bajos ingresos, condiciones insalubres de trabajo, informalidad y conflictos de intereses. Es fundamental considerar la relación antagónica que posee la actividad del reciclaje, haciendo referencia a la edad promedio que posee un reciclador con la presencia mayoritaria del género femenino respecto al nivel de esfuerzo físico que se requiere para el desarrollo de la actividad.

Comprendiendo las condiciones en las que se desempeña la labor del reciclaje y una vez comprobado que el ingreso de un RA es levemente superior al RNA, no se puede considerar a la asociación como una solución dada las condiciones que anteceden. Requieren la inclusión de formalidad respecto a su constitución legal, estructura organizacional, procedimientos y responsabilidades debidamente definidos encaminados a mejorar su productividad y en consecuencia las condiciones socio-económicas.

De esta forma, dado el diseño de la cadena de valor de reciclaje para Cuenca, las medidas que EMAC-EP pueda tomar para mejorar la gestión de residuos sólidos, debe encaminarse a contribuir con los ODS (PNUD, 2016), lo cual representa un gran desafío y un llamado imperioso en busca de brindar mejores oportunidades para los recicladores en dicha gestión, no sólo por las malas prácticas de consumo de los ciudadanos (Vieira & Matheus, 2018) y el modelo económico lineal (Ribeiro & Kruglianskas, 2015) sino también por los problemas detectados en las asociaciones y las condiciones de trabajo de los recicladores, en particular por su condición etaria y la feminización de la actividad.

Finalmente, quienes al instante se están beneficiando económicamente del reciclaje son la industria al obtener materia prima más barata y los intermediarios que tienen ingresos muy superiores a los de un RP; justificado con la infraestructura, logística y capacidad de inversión para el tratamiento del material reciclado, concluyendo de esta manera que existe una rentabilidad atractiva entorno a la actividad, por lo tanto se demuestra que existe la oportunidad de generar rentabilidad en el reciclaje para los RP. Para el éxito de aplicar un NI de reciclaje rentable en Cuenca que repercuta en el ingreso del RP dependerá de factores como el planteamiento de una estrategia de negocio definida, alianzas estratégicas con la industria, los reglamentos u ordenanzas municipales que regulen eficiente y eficazmente la gestión de los residuos en la ciudad en toda la cadena de valor del reciclaje; la colaboración conjunta entre los organismos de control y los mismos recicladores; para finalizar, un modelo de gestión de CCR que se ajuste a la realidad descrita entorno a los RP.

Referencias

- Abdoli, M., Rezaei, M., & Hasanian, H. (2016). Integrated solid waste management in megacities. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 2(3), 289-298. <https://doi.org/10.7508/gjesm.2016.03.008>
- Akhtar, S., Ahmad, A., Qureshi, M., & Shahraz, S. (2017). Households willingness to pay for improved solid waste management. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 3(2), 143-152. <https://doi.org/10.22034/gjesm.2017.03.02.003>

- Alarcón, I. (28 de Abril de 2017). Ecuador tiene un déficit en reciclar basura. *El Comercio*. (<https://bit.ly/2oo59TF>) (2018-06-16).
- Álvarez Gómez de Cos, C. M. (Diciembre de 2013). *Reciclaje y su aporte a la educación ambiental* (tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala.
- AVINA. (2010). *Negocios y mercados inclusivos. Definición y marco conceptual para el trabajo de AVINA*. Recuperado de ESADE: (<https://bit.ly/2N1ppaQ>) (2019-02-08).
- Benton-Short, L., & Short, B. (2013). *Cities and Nature*. London: Routledge.
- Borrás, C. (2018). *¿Cuánto se recicla en el mundo?* Recuperado de Ecología Verde: (<https://bit.ly/2Fjvrlh>) (2018-07-03).
- Botello Álvarez, J. E., Rivas García, P., Fausto Castro, L., Estrada Baltazar, A., & Gomez Gonzalez, R. (2018). Informal collection, recycling and export of valuable waste as transcendent factor in the municipal solid waste management: A Latin-American reality. *Journal of Cleaner Production*, 182, 485-495. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.065>
- Bravo, M., & Bravo, B. (2012). Recynter: Una escuela de reciclaje y oportunidades. *Revista Verde*, 24, 8-10.
- Byamba, B., & Ishikawa, M. (2017). Municipal solid waste management in Ulaanbaatar, Mongolia: Systems Analysis. *Sustainability*, 9(6), 896. <https://doi.org/10.3390/su9060896>
- Castells, X. E. (2012). *Reciclaje de residuos industriales. Residuos sólidos urbanos y fangos de depuradora* (Segunda ed.). Madrid: Díaz de Santos.
- De Feo, G., Ferrara, C., Iannone, V., & Parente, P. (2018). Improving the efficacy of municipal solid waste collection with a communicative approach based on easily understandable indicators. *Science of the Total Environment*, 651, 2380-2390. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.10.161>
- Empresa Pública Municipal de Aseo de Cuenca (EMAC-EP). (2018). *Autores que intervienen actualmente en el servicio de reciclaje*. Cuenca.
- Ferreira, J. A., Bila, D. M., & Ritter, E. (2017). Solid waste management in small municipalities: the case history of Pirai (RJ), Brazil. *International Journal of Environment and Waste Management*, 19(2), 135-147. <https://doi.org/10.1504/IJEW.2017.083969>
- Ferronato, N., Gorritty Portillo, M. A., Guisbert Lizarazu, E. G., Torretta, V., Bezzi, M., & Ragazzi, M. (2018). The municipal solid waste management of La Paz (Bolivia): Challenges and opportunities for a sustainable development. *Waste Management and Research*, 36(3), 288-299. <https://doi.org/10.1177/0734242X18755893>
- Francés, A. (2001). *Estrategia para la empresa en América Latina*. Caracas: Ediciones IESA.
- Giovannini, M., & Huybrechts, B. (2017). How inclusive is inclusive recycling? Recyclers' perspectives on a cross-sector partnership in Santiago de Chile. *Local Environment*, 22(12), 1497-1509. <https://doi.org/10.1080/13549839.2017.1363727>
- Gray, A. (2017). *Germany recycles more than any other country*. Recuperado de World Economic Forum: (<https://bit.ly/2ACpeOh>) (2018-06-04).
- Gu, B., Li, Y., Jin, D., Yi, S., Gu, A., Bu, X., . . . Jia, R. (2018). Quantizing, recognizing, and characterizing the recycling potential of recyclable waste in China: A field tracking study of Suzhou. *Journal of Cleaner Production*, 201, 948-957. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.085>
- Hernández Berriel, M., Aguilar Virgen, Q., Taboada González, P., Lima Morra, R., Eljaiek Urzola, M., Márquez Benavides, L., & Buenrostro Delgado, O. (2016). Generation and composition of urban solid waste in Latin America and the Caribbean. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 32(1), 11-22. <https://doi.org/10.20937/RICA.2016.32.05.02>
- Hoornweg, D., & Bhada-Tata, P. (2012). *What a waste. A global review of solid waste management*. No. 15. Recuperado de World Bank: (<https://bit.ly/2rI6nNn>) (2019-02-08).
- Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo (IRR). (2013). *Caracterización del sector informal del reciclaje en América Latina y el Caribe*. Recuperado de Reciclaje Inclusivo: (<https://bit.ly/2VE-JqYo>) (2018-06-10).

- Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo (IRR). (2017a). *Consultoría. Diseño de Planes de Inclusión Social para la Gestión de Reciclaje Inclusivo en 9 municipios seleccionados. Producto 5: Plan de Reciclaje Inclusivo de Cuenca*. Cuenca, EMAC-EP.
- Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo (IRR). (2017b). *Avances en el reciclaje y en la inclusión de recicladores de base en el Ecuador*. Recuperado de Reciclaje Inclusivo: (<https://bit.ly/2CXQM-Pw>) (2018-06-10).
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2017). *Información ambiental en hogares-ENEM-DU 2017*. Recuperado de Ecuador en Cifras: (<https://bit.ly/2TCAhh9>) (2018-06-12).
- Ishikawa Lariú, A., & Strandberg, L. (2009). *Cuaderno N°5, Negocios Inclusivos: creando valor para las empresas y para la población de bajos ingresos*. Recuperado de IESE Business School Universidad de Navarra: (<https://bit.ly/2CX93fX>) (2018-06-12).
- Jimbo Días, J. S. (2016). El negocio inclusivo de reciclaje entendido como una estrategia empresarial a desarrollar por la industria manufacturera de papel y cartón en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Economía y Política*(24), 141-160. <https://doi.org/10.25097/rep.n24.2016.06>
- Jimbo Días, J. S., & Ñauta Díaz, J. F. (2017). La persona como eje principal del negocio inclusivo de reciclaje: una revisión de literatura. *Maskana*, 101-110. (<https://bit.ly/2ReB6A9>) (2018-06-05).
- Jiménez Martínez, N. M. (2015). La gestión integral de residuos sólidos urbanos en México: entre la intención y la realidad. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*(17), 29-56. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.17.2015.1419>
- Kawai, K., & Tasaki, T. (2016). Revisiting estimates of municipal solid waste generation per capita and their reliability. *Journal of Material Cycles and Waste Management*, 18(1), 1-13. doi:<https://doi.org/10.1007/s10163-015-0355-1>
- Licandro, O. (2013). *El rol de las alianzas intersectoriales en la creación de negocios inclusivos con la base de la pirámide. Un análisis de la experiencia uruguaya mediante el estudio de casos*. Recuperado de La sociedad civil: (<https://bit.ly/2Bpg9Zm>) (2019-02-08).
- Maldonado, L. (2006). Reducción y reciclaje de residuos sólidos urbanos en centros de educación superior: Estudio de caso. *Ingeniería*, 10(1), 59-68. (<https://bit.ly/2CZcJob>) (2018-06-06).
- Maldonado, P. (2012). *Grandes y pequeños ganan con el negocio inclusivo*. Recuperado de Revista Líderes: (<https://bit.ly/2TE9fpY>) (2018-06-10).
- Meylan, G., Lai, A., Hensley, J., Stauffacher, M., & Krütli, P. (2018). Solid waste management of small island developing states—the case of the Seychelles: a systemic and collaborative study of Swiss and Seychellois students to support policy. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s11356-018-2139-3>
- Murray R., S., & Larry J., S. (2009). *Estadística* (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill.
- Ogando, A. C., Roeber, S., & Rogan, M. (2017). Gender and informal livelihoods: Coping strategies and perceptions of waste pickers in Sub-Saharan Africa and Latin America. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 37(7-8), 435-451. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2016-0077>
- Oyekale, A. S. (2018). Determinants of households' involvement in waste separation and collection for recycling in South Africa. *Environment, Development and Sustainability*, 20(5), 2343-2371. <https://doi.org/10.1007/s10668-017-9993-x>
- Padilla, A., & Trujillo, J. (2018). Waste disposal and households' heterogeneity. Identifying factors shaping attitudes towards source-separated recycling in Bogotá, Colombia. *Waste Management*, 74, 16-33. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2017.11.052>
- Porter, M. (1986). *Ventaja Competitiva*. México: Editorial C.E.C.S.A.
- Prahalad, C., & Hammond, A. (2005). Atender a los pobres del mundo, rentablemente. *Harvard Business Review*, 83(8), 87-99. (<https://bit.ly/2URMlf5>) (2019-02-08).
- Prahalad, C., & Hart, S. L. (2002). The Fortune at the Bottom of the Pyramid. *Strategy+business*(26), 1-16. (<https://bit.ly/2SDFusj>) (2019-02-08).
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2016). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de PNUD: (<https://bit.ly/2cFagZg>) (2019-02-05).

- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos*, 8(3), 377-389. (<https://bit.ly/2Q9h61g>) (2018-06-06).
- Ribeiro, F., & Kruglianskas, I. (2015) Principles of environmental regulatory quality: a synthesis from literature review. *Journal of Cleaner Production*, 96(1), 58-76. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.03.047>
- Ross, D., & Rogoff, M. (2012). 'What a waste...' the World Bank's call for action. *Waste Management & Research*, 30(8), 755-757. <https://doi.org/10.1177/0734242X12455401>
- Sanmartín Ramón, G. S., Zhigue Luna, R. A., & Alaña Castillo, T. P. (2017). El reciclaje: Un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 36-40. (<https://bit.ly/2N7rrFH>) (2018-06-12).
- Silva Naranjo, A., Morán Montalvo, C., Cárdenas Zambrano, C., Macuy Calle, J., & Behr Gutiérrez, J. (2015). La Inflación y el ingreso de los recolectores de desechos sólidos inorgánicos reciclables de la ciudad de Guayaquil. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 5(9), 73-84. <https://doi.org/10.17163/ret.n9.2015.05>
- Sorkun, M. F. (2018). How do social norms influence recycling behavior in a collectivistic society? A case study from Turkey. *Waste Management*, 80, 359-370. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2018.09.026>
- Sullivan Sealey, K., & Smith, J. (2014). Recycling for small island tourism developments: Food waste composting at Sandals Emerald Bay, Exuma, Bahamas. *Resources, Conservation and Recycling*, 92, 25-37. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2014.08.008>
- The Economist Intelligence Unit. (2017). *Avances y desafíos para el reciclaje inclusivo: Evaluación de 12 ciudades de América Latina y El Caribe*. Recuperado el 8 de Junio de 2018, de Reciclaje Inclusivo: (<https://bit.ly/2SNUhha>) (2018-06-08).
- Vázquez Morillas, A., Velasco Pérez, M., Espinosa Valdemar, R., Morales Contreras, M., Hernández Islas, S., Ordaz Guillén, M. Y., & Almeida Filgueira, H. J. (2016). Generation, legislation and valorization of plastic waste in Latin America. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 32(EspecialResiduosSolidos), 63-76. <https://doi.org/10.20937/RICA.2016.32.05.05>
- Velenturf, A., & Jopson, J. (2019). Making the business case for resource recovery. *Science of the Total Environment*, 648, 1031-1041. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.08.224>
- Vieira, V. A., & Matheus, D. (2018). The impact of socioeconomic factors on municipal solid waste generation in São Paulo, Brazil. *Waste Management and Research*, 36(1), 79-85. <https://doi.org/10.1177/0734242X17744039>
- Wadhy Rebeh, P. P., Lucirton Costa, A., Campello, C., Espinoza, D., & Neto, M. J. (2017). Innovative social business of selective waste collection in Brazil: Cleaner production and poverty reduction. *Journal of Cleaner Production*, 154, 462-473. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.03.173>
- Wilson, D., & Velis, C. (2015). Waste management – still a global challenge in the 21st century: An evidence-based call for action. *Waste Management and Research*, 33(12), 1049-1051. <https://doi.org/10.1177/0734242X15616055>
- Yang, H., Huang, X., Thompson, J., & Flower, R. (2016). Chinese landfill collapse: urban waste and human health. *The Lancet Global Health*, 4(7), e452. [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(16\)30051-1](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(16)30051-1)
- Yang, H., Ma, M., Thompson, J., & Flower, R. (2018). Waste management, informal recycling, environmental pollution and public health. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 72(3), 237-243. <https://doi.org/10.1136/jech-2016-208597>

Sección Miscelánea



Empoderamiento de la mujer rural e indígena en México a través de grupos productivos y microempresas sociales

Rural and Indigenous women empowerment through productive groups and social microbusinesses in Mexico

Diana G. Robinson Trápaga es estudiante de Doctorado de la Universidad Autónoma de Baja California, UABC, Ensenada (México) (diana.robinson@uabc.edu.mx) (<https://orcid.org/0000-0002-4963-6486>)

Dra. Isis Arlene Díaz-Carrión es Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Baja California, UABC, Tijuana (México) (diaz.isis@uabc.edu.mx) (<https://orcid.org/0000-0002-0131-8163>)

Dr. Sergio Cruz Hernández es Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Baja California, UABC, Ensenada (México) (checoch@uabc.edu.mx) (<https://orcid.org/0000-0001-7383-8902>)

Resumen

La organización de las mujeres indígenas y rurales en grupos productivos y microempresas pretende ser un mecanismo hacia el empoderamiento, el combate a la pobreza y la equidad de género, siendo los tres Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 para el Desarrollo de las Naciones Unidas. En México, dichos objetivos se abordan desde el Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018), donde además se establece como estrategia transversal la perspectiva de género para ser aplicada en el diseño e implementación de políticas, programas y presupuestos sectoriales. En este sentido se define como prioridad atender el rezago social de la población, en especial de las minorías. El objetivo del presente artículo es evidenciar la relación del empoderamiento de las mujeres rurales e indígenas a través de su participación en emprendimientos de proyectos productivos y microempresas sociales. La investigación se realiza bajo una metodología de tipo descriptiva con diseño documental, a partir de una revisión de literatura de publicaciones que relacionan ambos conceptos. Como resultado de la investigación se propone un proceso integrador hacia el empoderamiento de mujeres rurales e indígenas que participan en proyectos productivos o microempresas sociales en México. Se concluye que se requiere de acompañamiento, empatía y capacitación para construir microempresas sociales que propicien la transformación, agreguen valor social y aporten al desarrollo local.

Abstract

The organization of indigenous and rural women in productive and micro-enterprise groups aims to be a tool of empowerment, fighting against poverty and gender equity, with the three Sustainable Development Objectives of the 2030 Development Agenda of the United Nations. In Mexico, these objectives are addressed from the National Development Plan (2013-2018), in which gender is also established as a transversal strategy to be applied in the design and implementation of sector policies, programs and budgets. In this sense, it is established as a priority to address the social lag of the population, especially minorities. The objective of this article is to show the relationship between the empowerment of rural and indigenous women through their participation in productive projects and social micro-enterprises. The research is conducted using a descriptive methodology with documentary design, based on a literature review of publications that relate both concepts. As a result of the research, an integrative process is proposed towards the empowerment of rural and indigenous women who participate in productive projects or social micro-enterprises in Mexico. It is concluded that accompaniment, empathy and training are required to create social micro-enterprises that foster transformation, and social value and contribute to the local development.

Palabras clave | Keywords

Empoderamiento, proyectos productivos, microempresa social, microcréditos.
Empowerment, productive groups, social microbusiness, microcredits.

Cómo citar: Robinson Trápaga, D.G., Díaz-Carrión, I.A. y Cruz Hernández, S. (2019). Empoderamiento de la mujer rural e indígena en México a través de grupos productivos y microempresas sociales. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 91-108. <https://10.17163/ret.n17.2019.06>

1. Introducción

El Desarrollo Humano es el proceso por el cual se busca ampliar las mismas opciones para todas las personas y no solo para unos cuantos. El derecho a la educación, vivienda, trabajo digno, servicio de salud, y equidad (PNUD, 2016), el reconocimiento de los derechos a las mujeres, las minorías étnicas, el combate a la discriminación por género, son retos de la misma magnitud que la abolición a la esclavitud y la eliminación del colonialismo (PNUD, 2014).

En el caso particular de las mujeres indígenas, se vive una situación de doble discriminación: por género, y por su origen étnico, además de pobreza y rezago social (Zarza-Delgado, Serrano-Barquín, 2013; Serrano-Barquín, Palmas-Castrejón, Cruz-Jiménez, 2013; García-Canclini, 2012; Stavenhagen, 2007). El camino hacia su empoderamiento es un proceso político que debería ir acompañado por una filosofía incluyente caracterizada por asumir de forma consciente y voluntaria un papel activo (Coughlin y Thomas, 2002).

En México, en concordancia con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, la atención a las problemáticas de fin de la pobreza y equidad de género (PNUD 2017) están consideradas en el Plan Nacional de Desarrollo (PND 2013-2017). La institución encargada de atender a la población indígena es la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), que tiene como misión orientar, coordinar, promover, fomentar, dar seguimiento y evaluar los programas, proyectos, estrategias y acciones públicas en atención a dicha población (DOF, 2018). Para que Instituciones como la CDI cumplan con su objetivo, es necesario que obtengan resultados en iniciativas que atiendan problemáticas como son el empoderamiento de la mujer y la reducción de la pobreza.

El presente artículo tiene por objeto proponer un proceso integrador hacia el empoderamiento de la mujer rural e indígena en México, a través de su participación en proyectos de emprendimiento social y microempresas sociales. El proceso se construye a partir de 5 componentes que son: 1) La revisión crítica de casos en el mundo sobre empoderamiento de la mujer a partir del emprendimiento social, 2) La definición del concepto de «empoderamiento de la mujer», 3) La recuperación de distintos casos de empoderamiento a través del microcrédito, 4) La relación que existe entre las microempresas sociales y los proyectos productivos y, 5) La revisión de casos exitosos en el mundo.

La investigación se realiza sobre el sustento de una metodología descriptiva con diseño documental. Se hace una revisión de la literatura en torno a estudios en el mundo que exploran ambos conceptos de manera relacionada. Para realizar la búsqueda de literatura se utiliza la plataforma *Web of Science*® en las categorías de Administración, Negocios, y Estudios de la Mujer. El enfoque de la criba es en artículos académicos de revistas indexadas. Las búsquedas se realizan en inglés, se utilizan los algoritmos *booleanos* para conducir los resultados hacia los conceptos de interés y se abarcan las publicaciones de 2012 a 2017.

El orden de la presente investigación se plantea de la siguiente forma: primero se describen las características de las publicaciones revisadas y las categorías de análisis, después se explica cómo surge el concepto de «empoderamiento de la

mujer», sus características, factores impulsores e inhibidores y su manifestación en grupos productivos apoyados por microcréditos y programas de política pública; posteriormente se define el sector social de la economía al que pertenecen los proyectos productivos o microempresas sociales y se define el concepto de «empresa social», sus características, y dinámicas. Finalmente se presenta un proceso integrador hacia el empoderamiento de la mujer rural e indígena que considera factores de ambas teorías revisadas.

2. Estado de la cuestión

El primer bloque de palabras clave para la criba de la variable «empoderamiento» fueron: «equidad de género», «poder y autonomía femenina», «inclusión», «toma de decisiones», «empoderamiento», «empoderamiento de la mujer», «mujer indígena», «desarrollo indígena», «mujer indígena trabajadora», «mujer artesana», «empoderamiento de género», «poder en el hogar» y, «poder doméstico».

Se obtuvo un resultado de 34 publicaciones emergentes en el período citado *ut supra*. El segundo bloque de palabras clave utilizado para la variable «empresa social» fue: «desarrollo indígena», «microfinanzas», «microcréditos», «empresa social», «valor social», «valor económico», «microempresa», «impacto social indígena», «calidad de vida», «desarrollo sustentable», «micronegocio incluyente», «economía social solidaria», «presupuesto público inclusivo», «mejoramiento social», «ONG», «emprendedor» y, «empoderamiento de la mujer»; búsqueda que arrojó 47 resultados, lo cual nos da un total combinado de 81 artículos.

Posteriormente se realiza una revisión crítica (Garcés y Duque, 2007; Díaz, 2012) y se consideran solo publicaciones relacionadas con el empoderamiento de mujeres rurales e indígenas a través de proyectos productivos, microempresas sociales, y emprendimientos sociales en diferentes partes del mundo. Esta jerarquización y criba aporta un total de 32 publicaciones.

La tabla 1 presenta las categorías analizadas: coincidencia en cuanto a temáticas abordadas, lugar de estudio, universidades y años en que se realiza la investigación, así como la metodología utilizada. La revisión y *mapping* permite comparar resultados y contribuye a la construcción de la propuesta del proceso integrador hacia el empoderamiento de la mujer rural e indígena, a través de su participación en proyectos de emprendimiento social y microempresas sociales en México.

La mayoría de las investigaciones se realizan en Asia, particularmente en India y Bangladesh, donde el tema de microcréditos toma importancia a partir de la creación del «Banco Grameen de Yunus» fundado en 1983. El tema más estudiado es el «emprendimiento social», seguido por los microcréditos y el empoderamiento. La metodología aplicada es predominantemente cualitativa, aunque poco a poco comienzan a destacar los estudios que emplean ambas metodologías (cuanti-cualitativas). Por su parte, los resultados son heterogéneos, dado que la situación socio-cultural de cada región difiere. Sin embargo, en los trabajos se coincide en la predominancia del sistema patriarcal como limitante al desarrollo personal de la mujer, lo que permite identificar la introducción del enfoque de género en las investigaciones. Destaca también el estudio del trabajo productivo de las mujeres rurales e indígenas

como una importante temática de estudio que aparece consolidada en las diversas regiones. En concordancia con lo anterior es posible identificar una tendencia creciente del tema en los últimos años.

Tabla 1. Descripción artículos de la revisión de literatura

Categoría analizada	Descripción	Porcentaje
Temas artículos	Emprendimiento social en mujeres rurales	41
	Microcréditos y empoderamiento	25
	Empresa social y empoderamiento	15.6
	Grupos Cohesivos de ayuda (SHG)	6.25
	Género en los negocios	6.25
	Manejo de recursos y empoderamiento	3.12
	Negociación y empoderamiento	3.12
Temática revistas	Negocios y Economía	72
	Negocios, Economía y Estudios Sociales	12
	Administración	6
	Sociología	3
	Ciencias Sociales y Economía	3
	Administración Pública	3
Lugar de estudio	Asia*	41
	África	16
	Europa	25
	América	9
	Australia	9
Autoría	Coautoría	84
	Autores independientes	16
Procedencia de las Universidades que realizan la investigación	India	20
	Estados Unidos	17
	Reino Unido	16
	Australia	15
	España	5
	Canadá	5
	Suecia	4
	Francia	4
	Etiopía, Alemania, Sudáfrica, China, Rumania, Isla Mauricio e Israel	2**

Categoría analizada	Descripción	Porcentaje
Años de publicación	2012	6
	2013	0
	2014	6
	2015	12.5
	2016	50
	2017	25
Editorial	Emerald Group	28
	Wiley	13
	Elsevier Science	9
	Springer	9
	Taylor & Francis	9
	Sage P.LTD	6
	Pacific Institute of Management	6
	De Gruyter Open LTD, Indian Journals, GurukulKangri University, University of California, Pontificia Universidade Católica SaoPaulo, Sage India PVT Ltd	20***
Metodología	Cualitativa	44
	Cuantitativa	22
	Mixta	16
	Casos de estudio	9
	Revisión documental	9

*28% son en la India **Cada uno ***Cada una con una publicación.

2.1. Origen y definición del concepto de empoderamiento de la mujer

La ONU llevó a cabo la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing en 1995, donde se introduce el término *Gender Mainstreaming* (GM) como mecanismo clave para alcanzar la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer; definido por las Naciones Unidas como la integración de género al diseño, implementación, monitoreo y evaluación de programas en las esferas políticas, sociales y económicas (Tuñón, 2010; Partart, 2014).

La Conferencia en Beijing marca un cambio contundente en la agenda mundial de igualdad de género, originando la «Declaración y Plataforma de Acción de Beijing» en la que se establecen una serie de objetivos estratégicos y medidas para el progreso de la mujer y el logro de la igualdad de género (ONU Mujeres, 2018). A partir de entonces se han realizado revisiones al documento hacia la potenciación de la mujer en la sociedad para acabar con la discriminación y alcanzar la igualdad en todos los ámbitos de la vida, tanto en aspectos públicos como privados (ONU Mujeres, 2018).

El empoderamiento también es definido como la habilidad de tomar decisiones de vida estratégicas en ámbitos en que anteriormente le ha sido negado (Kabeer, 1999); además como un proceso a través del cual las mujeres empiezan a ser conscientes de su propio poder, de su capacidad de tomar decisiones sobre su propia vida (Longwe, 1995; Rowlands, 1997; Mayoux, 2000; Kabeer, 2001; Malhotra, 2002; Tuñón, 2010; Díaz-Carrión, 2012), aunado a la conciencia del lugar que ocupan en el hogar y en la sociedad. La toma de decisiones implica el espacio público y privado en diferentes dimensiones, desde lo personal, familiar, económico, político, legal y sociocultural (Malhotra, Boender y Schuler, 2002).

A nivel personal, incide en la autoestima, la familia, las dinámicas dentro del hogar, es decir, cómo son las relaciones de poder con el grupo doméstico nuclear (Rowlands, 1997; Mayoux, 2000; Kabeer, 2001; Malhotra, 2002). El empoderamiento permite demandar cambios culturales, económicos y políticos radicales, requiere renegociar los patrones de toma de decisiones, uso de recursos, e inclusión de los hombres para el logro de este proceso (Haugh y Tawlar, 2016).

Tradicionalmente las mujeres se encargan del trabajo de cuidados, aprendido por herencia y constructos sociales pre-establecidos, dejándose a sí mismas en último lugar, al servicio de las demás personas (Alberti-Manzanares *et al.*, 2014). Al entrar en un proceso de empoderamiento, empiezan a darse cuenta de sus opciones y capacidad de tomar decisiones, valoran su tiempo y reconocen su autonomía.

El empoderamiento es multidimensional. Se presenta a nivel micro en lo individual, la familia; a nivel macro, en la comunidad y espacios más amplios (Malhotra, Schuler, Boender, 2002; Gigler, 2014; Mayoux, 1998; Hashemi, Schuler, Riley, 1996). El empoderamiento inicia desde la propia conciencia a un nivel interior; por lo que es necesario que el ambiente lo propicie por medio de la información, es decir, que las mujeres conozcan sus derechos y que haya programas económicos y sociales que las apoyen (Mathur, y Agarwal, 2016; Aguilar-Pinto, Tuñón-Pablos y Zapata-Marteló, 2017).

A nivel público, el empoderamiento se refiere a la construcción de relaciones en la comunidad, redes de apoyo, al conocimiento sobre sus derechos legales, al poder de manifestarse abiertamente sobre sus preferencias, intereses y decisiones. En este sentido, las organizaciones colectivas pueden ser poderosos agentes de cambio (Zapata-Martelo y García-Horta, 2012). El proceso de empoderamiento pone énfasis en la toma de decisiones de las personas, el empoderamiento individual influencia fuertemente la creación de mayores redes transformadoras (Foley, 1997), ganando las mujeres representación al organizarse de manera colectiva (Longwe, 1995; Batliwala, 1994).

Los programas de política pública en México dirigidos a este grupo vulnerable reconocen la necesidad de reforzar la cultura empresario-social de los proyectos productivos y la transversalización del enfoque de género, sustentando el hecho de que al agruparse las mujeres rurales e indígenas y emprender un proyecto para realizar un trabajo productivo se observan dinámicas de empoderamiento dentro de la organización y se produce un impacto económico y social; empiezan a tomar decisiones sobre cómo invertir el dinero, en qué gastar, qué comprar, e inician una construcción de redes entre ellas mismas y de manera externa al relacionarse comercialmente con proveedores y vendedores (Zapata-Martelo y García-Horta, 2012; Zapata-Martelo y Mercado 1996; Tuñón, 2010; Meza *et al.*, 2002; Rivas *et al.*, 2015; Banerjee y Jackson, 2017).

2.2. Empoderamiento a través de microcréditos para grupos productivos

Una de las dimensiones del empoderamiento corresponde a la participación plena de las mujeres en todos los sectores de la vida económica. Al organizarse para trabajar en grupos productivos o emprender microempresas sociales, las mujeres empiezan a desarrollar relaciones dentro del grupo y con actores externos, como son proveedores, gobierno y organizaciones que aportan microcréditos. Así se inicia una construcción de redes y oportunidades de beneficio económico y social (Mair, Martí y Ventresca, 2012; Yunus, 2007).

Por lo anterior, en la década de 1980 a 1990 se da un auge de instituciones micro financieras en todo el mundo, con el objetivo de acercar créditos y capital para los más pobres y vulnerables. Estos créditos fueron respaldados por una política de apoyo y marco reglamentario para las micro-finanzas, que define microcrédito como una provisión de ahorro, crédito, servicios y productos financieros de pequeños montos para los pobres en zonas rurales, urbanas y semiurbanas, para impulsarlos a elevar su ingreso y mejorar sus estándares de vida (Pokhriyal, Rani y Uniyal, 2014). Son préstamos de fácil acceso a bajo costo, ofrecen menores intereses que los bancos que no consideran a las personas de bajos recursos como «sujetos de crédito» (Bhatia, Rubio y Saadat, 2002).

Las micro-financieras otorgan microcréditos preferentemente a las mujeres por ser sujetos de crédito más confiables (Yunus, 2007). Para solicitar un microcrédito deben organizarse en pequeños «grupos cohesivos autónomos» formados por entre 5 y 20 personas que se reúnen de manera voluntaria para acceder a un crédito y que comparten la misma realidad sociocultural y económica (Sulur Nachimuthu y Gunatharan, 2012; Mathur y Agarwal, 2016).

El empoderamiento de grupo es colectivo y depende del capital social, que son los recursos sociales disponibles y capaces de brindar al actor y grupos particulares una serie de beneficios. Se refiere a las normas y redes que vinculan a grupos de pobres con las instituciones financieras (Bhatia, Rubio y Saadat, 2002). Los microcréditos mal utilizados pueden erosionar las relaciones sociales que se mantienen dentro del grupo, siendo éstas de gran importancia en las comunidades rurales pues las economías de subsistencia se caracterizan por compartir recursos de la comunidad, normas colectivas, reciprocidad y fuertes relaciones de parentesco esenciales para su supervivencia. Por ejemplo, cuando una mujer pide un crédito y no logra pagarlo a tiempo, entra en una espiral de deuda de la que difícilmente logra salir, lo cual conduce a sus familias a la vergüenza pública y en específico a las mujeres a un «desempoderamiento» en la esfera pública y personal (Banerjee y Jackson, 2017).

Existe el reto entre el empoderamiento individual, que se refiere a la magnitud de desarrollo personal que depende de factores económicos, políticos, sociales, culturales, educativos, desligado del crecimiento colectivo del grupo; lo cual bajo cierta situación también puede acarrear factores negativos a algunos integrantes del grupo al crear mayores asimetrías y desigualdades. Por ejemplo, cuando las mujeres con poder, líderes de grupo, usan los microcréditos para sus familias, de tal manera no se benefician nuevas redes y se deterioran las existentes en cuanto a cooperación, reciprocidad y confianza (Banerjee y Jackson, 2017).

Para entrar a un proceso de empoderamiento no basta solo un microcrédito. Deben tomarse en cuenta las diferentes dimensiones (personal, familiar, económica, sociocultural, política), y esferas (pública y privada) de la vida de las mujeres. El beneficio económico es solo un factor que coadyuva a iniciar el proceso (Mayoux, 2000; Kabeer, 2003; Sarmah y Rahman, 2016; Mathur y Agarwal, 2016).

El trabajo productivo lleva a las mujeres a generar un ingreso adicional para ellas y para sus familias. Gracias a esto empiezan a intervenir en la toma de decisiones sobre el gasto del hogar, a transformar sus relaciones familiares y se propicia un crecimiento en varias dimensiones de su vida (Mair, Marti y Ventresca, 2012; Mathur y Agarwal, 2016; Yunus, 2007).

Los resultados de los microcréditos identificados tras la evaluación de la literatura son heterogéneos, varían según el contexto, las condiciones personales, familiares y socioculturales de las mujeres y del acompañamiento de la organización que aporta el microcrédito. Las claves de los casos de empoderamiento exitoso de las mujeres destacan la presencia de un fuerte acompañamiento especializado y la consideración de herramientas teóricas y prácticas para el empoderamiento. Por ello resulta importante un marco general que permita orientar los emprendimientos sociales y posibilite el empoderamiento como un resultado positivo transversal. La propuesta del proceso que se presenta en el presente artículo pretende integrar los componentes que conducen hacia el empoderamiento de las mujeres a través de su participación en grupos productivos.

En la figura 1 se muestra un comparativo de factores de «empoderamiento» y «desempoderamiento» en tres ámbitos distintos: el personal/familiar, el económico y el de la organización. El empoderamiento, como se ha mencionado, es una consecuencia positiva que permite a la mujer o al grupo mejorar sus capacidades para autogobernarse, para tomar decisiones sobre su propia vida y para hacer valer sus intereses. No obstante lo anterior, en una situación negativa la mujer podría no entrar a un proceso de empoderamiento y por el contrario tener un retroceso en las condiciones de vida que la rodean. Por ello se establece la posibilidad de sobrecarga de trabajo, problemas familiares a raíz de la participación en el grupo productivo, conflictos con la pareja sobre el control de los ingresos, entre otros factores, generando una falta de autonomía financiera; en consecuencia, manteniendo la asimetría entre ambos géneros.

Por su parte, los beneficios del empoderamiento para las mujeres son el poder para tomar decisiones, la construcción o consolidación de redes, la transformación hacia la equidad en sus relaciones familiares, la obtención del reconocimiento social, así como el manejo de su propio ingreso.

El diseño de programas de políticas públicas con enfoque de género debe ser un trabajo conjunto con las microfinancieras para considerar la realidad sociocultural de las mujeres (Bhatia, Rubio y Saadat, 2002).

Figura 1. Resultados de microcréditos otorgados a mujeres rurales o indígenas

EMPODERAMIENTO	Personal / Familiar	Económico	Organización
	<ul style="list-style-type: none"> ● Auto-reconocimiento. ● Cambios en las relaciones de poder en la familia. ● Cambios en las relaciones con mujeres en la familia que propician el sistema patriarcal. ● Toma de decisiones. ● Construcción de redes. ● Ampliación de redes. ● Solidaridad entre mujeres. ● Sororidad. ● Reconocimiento Social. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Manejo de la mujer de su propio ingreso. ● Inversión en el hogar, salud, hijos, educación, vivienda. ● Ahorro. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Acceso a espacios públicos. ● Las relaciones que se construyen dentro y fuera de la organización, redes. ● Toma de decisiones en la organización ● Trabajo colectivo organizado. ● Acceso a servicios de salud vivienda, bienestar. ● Desarrollo de habilidades productivas.
MICROCRÉDITOS			
DESEMPoderAMIENTO	Personal / Familiar	Económico	Organización
	<ul style="list-style-type: none"> ● Problemas familiares a raíz de los cambios por el trabajo productivo. ● Control del ingreso por el hombre. ● Poder de otras mujeres en la familia (suegra, cuñadas). ● Inequidad de género en el entorno familiar. ● Doble o triple jornada: ^{doméstico} trabajo de cuidados, ^{ve} productivo, comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Endeudamiento de la mujer. ● No se logra salir de la pobreza. ● Decisión sobre el ingreso por parte del hombre. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mujeres líderes ejercen su poder y tienen más beneficios. ● Manejo de la empresa como el trabajo de cuidados por falta de experiencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de diversos autores.

2.3. Microempresas sociales y proyectos productivos

Los proyectos productivos y microempresas sociales que integran las mujeres rurales e indígenas forman parte del «Sector Social de la Economía», de entre las cuales se distinguen 4 tendencias: Economía Social, Tercer Sector, Economía Solidaria y Economía Social Solidaria (Conde, 2016; Lara y Maldonado 2014).

Todas las formas de organización dentro de este sector se caracterizan por la toma de decisiones democráticas y el consenso, pudiendo ser de la esfera pública o privada. Asimismo pueden establecer alianzas con gobiernos y otras organizaciones de la sociedad civil, buscando la reducción de la pobreza y la inclusión social. Abarcan más allá de los beneficios puramente materiales, pues consideran las dimensiones socioculturales, políticas y ambientales (Conde, 2016; Defourny y Nyssens, 2012; Defourny, 2014; EMES, 2017; Fonceca y Marcuello, 2012; Giovannini, 2012; Lara y Maldonado, 2014). La tabla 2 ilustra estas coincidencias.

Tabla 2. Tendencias del Sector Social de la Economía

<p>Economía Social o Tercer Sector Lara y Maldonado 2014 Defourny, Nyssens 2012 Defourny 2014</p>	<p>Sector Social de la Economía Conde, 2016</p>	<p>Economía Solidaria Lara y Maldonado 2014 EMES 2017</p>	<p>Economía Social Solidaria Lara y Maldonado 2014 Fonceca y Marcuello 2012 Giovannini 2012 EMES 2017</p>
<p>Surgen desde la sociedad civil para trabajar contra la pobreza, apela a una economía con enfoque moral. Define al sector no lucrativo privado, sus recursos provienen de donativos, son filantrópicas.</p> <p>Se agrupan en tres categorías de acuerdo a su aproximación legal: cooperativas, sociedades y organizaciones de ayuda mutua, asociaciones.</p>	<p>Actividades económicas del sector social: ejidos, organizaciones de trabajadores, cooperativas, comunidades, empresas mayoritariamente de trabajadores, todas las formas para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios (CPEUM, 2016).</p>	<p>Es una forma democrática e igualitaria de organización de diferentes actividades económicas. La democracia es su centro, todos tienen la misma voz y voto dentro de la economía, las personas que los representan tienen que someterse al voto general.</p>	<p>Busca el Bien Común, su base es la solidaridad, su centro es el beneficio de las personas y sus comunidades. Es un instrumento hacia la inclusión social y la reducción de la pobreza a partir de la alianza del gobierno, la sociedad civil e interlocutores sociales, desempeñan un papel fundamental en crear una sociedad más inclusiva.</p>

En México, Conde (2016) realiza una categorización e identifica que se utilizan más de 40 términos para designar figuras asociativas que podrían considerarse empresas sociales: tejidos, comunidades, organizaciones de los trabajadores, sociedades cooperativas, grupos sociales, empresas exclusivas o mayoritariamente de trabajadores, y todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios (LESS, 2015). Son organizaciones cuyo objetivo prioritario es resolver necesidades de la población sin fines de lucro (Conde, *ob cit.*; Girardo y Mochi, 2012).

La empresa social se inserta en la «Economía Social Solidaria» (Lara y Maldonado, 2014; Corragio, 2014; Conde, 2016), que tiene como objetivo principal resolver problemas sociales. Ésta se gestiona igual que la empresa lucrativa, pero tiene como centro el beneficio social; baja costos para hacer eficientes sus procesos, atiende necesidades sociales y genera beneficio económico. En la misma línea debe tener un objetivo social intrínseco en su misión. La empresa social se distingue de las empresas de capitales principalmente en que la toma de decisiones no depende del capital sino del voto individual y autónomo de cada persona que se asocia libremente (Peredo y Chrisman, 2006; Yunus, 2007; Hurtado, 2014; Defourny, 2014; Lara y Maldonado, 2014).

Las organizaciones productivas que conforman las mujeres rurales e indígenas apoyadas por microcréditos o subsidios del gobierno se definen como «microempresas sociales» debido a que se identifican con las dinámicas de la «empresa social» (Zapata-Martelo y Mercado, 1996; Mair, Martí y Ventresca, 2012; Defourny y Nyssen, 2012; Haugh y Talwar, 2014; Lamaitre y Helsing, 2012). Zapata-Martelo y Mercado (1996) exponen que además de buscar rentabilidad económica y beneficio social, logran la creación de espacios para la generación del empoderamiento de las mujeres, se valora el quehacer de la mujer, se abren espacios de participación y cohesión de grupo. En la mayoría de los casos estudiados, el beneficio social trasciende al económico. Para las mujeres representa la lucha desde los espacios económicos para lograr el acceso a salud, educación, guarderías, incapacidad por maternidad, vivienda, acceso a sus derechos y a la toma de decisiones en la esfera pública y privada. La organización les permite salir del espacio doméstico, ocupar cargos públicos, exigir sus derechos y crear redes. El cambio en el sistema social no es un subproducto, sino la esencia misma de sus esfuerzos. Cada empresa social es distinta y debe ser juzgada desde su propio contexto (Nicholls, 2008), en tanto que la realidad sociocultural influye directamente en el proceso de empoderamiento que viven las mujeres.

3. Modelos y resultados en Microempresas Sociales rurales e indígenas

La gestión de la Empresa Social se manifiesta en diferentes dimensiones: ambiental, económica, social, cultural y política (Hurtado, 2014; Fonseca *et al.*, 2012; Lemaitre y Helmising, 2012; Haugh y Talwar, 2014).

La organización productiva se estudia desde tres perspectivas: i) los logros, ii) las relaciones económicas y, iii) las relaciones internas. Los logros, se refiere a la contribución al desarrollo local en 4 dimensiones: a) la dimensión económica corresponde a la actividad de producir bienes y/o servicios de manera financiera-

mente sustentable; b) la dimensión social se refiere a las relaciones en la comunidad, cohesión social, reducción de la inequidad de género, creación de empleo y condiciones de trabajo; c) la dimensión ambiental son aspectos que tienen relación con la conservación de la diversidad ambiental, producir beneficio ecológico por ejemplo al reducir desperdicio e integrar al proceso de producción actividades sustentables d) la dimensión política se relaciona con asuntos de empoderamiento de los trabajadores y el bien común, es la capacidad que tiene la empresa de tomar acción en la esfera pública (Lemaitre y Helsing, 2012).

Las relaciones económicas se dividen en no monetarias y monetarias. En las primeras se le asigna un valor a las actividades que no generan ingreso económico pero que tienen un valor en el mercado porque constituyen un costo para la organización, como el voluntariado, reciprocidad, trabajo en el hogar, el vínculo con las políticas públicas. Por su parte las monetarias son las que tienen que ver con el mercado, es decir, ingresos por venta de productos o servicios.

Se evidencia empoderamiento a través de microempresas sociales en la India donde los cambios y transformaciones se manifiestan en la esfera económica, social, personal, política y cultural. En el ámbito social, la mujer percibe de manera diferente el valor de su trabajo, la familia respeta el trabajo de la mujer, se construye equidad y hay cambios en la discriminación por género, se concientiza a las mujeres sobre su propia situación desempoderada y su potencial crecimiento personal (Haugh y Talwar, 2014), se valora que es posible un empoderamiento de arriba (desde las instituciones) hacia abajo, siempre y cuando haya un ambiente propicio. Sin embargo, es necesario desplegar estrategias multidimensionales que incluyan a los hombres en el proceso, pues es la manera de generar cambios en el sistema patriarcal (Mathur y Agarwal, 2016; Haugh y Talwar, 2014).

Un ejemplo de esto son los grupos de mujeres artesanas rurales en Palestina, que elaboran artesanías desde el hogar para microempresas que comercializan sus productos, son apoyadas por Organizaciones No Gubernamentales (ONG), existe una vinculación entre entidades para un beneficio social, que además generan beneficio económico. Es un proceso productivo innovador en tanto que se adapta a la realidad de las mujeres que están supeditadas a un sistema patriarcal en el que salir a trabajar para insertarse en la economía productiva no es bien visto, por lo que trabajar desde sus hogares les representa una opción para un trabajo remunerado sin romper con sus tradiciones, aunque se preserva la división del trabajo por género. Este es un ejemplo de la incorporación de elementos relativos a las prácticas socioculturales localizadas (Al-Dajani *et al.*, 2015).

4. Propuesta de proceso integrador hacia el empoderamiento de la mujer rural e indígena a través de la microempresa social

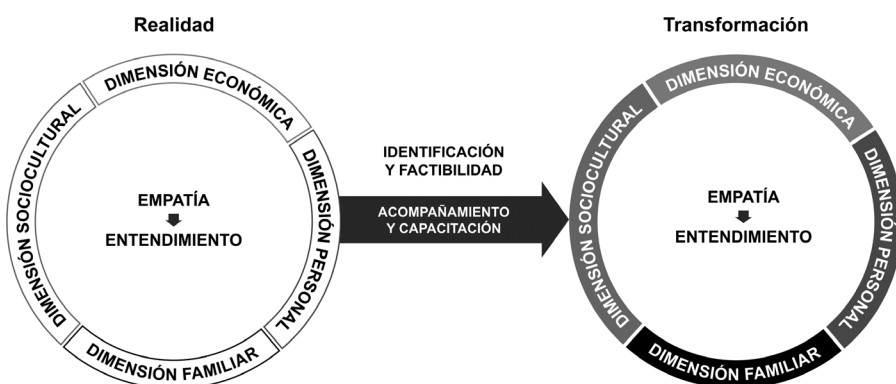
La participación de las mujeres en el trabajo productivo dentro de una organización social desde la base, con un enfoque no lucrativo o lucrativo, orientado a la inclusión social y la reducción de la pobreza, puede ofrecer condiciones para su empoderamiento. Sin embargo, la evaluación documental permite evidenciar la importancia de la realidad sociocultural de las participantes pero en mayor medida el entender

las dinámicas y empatizar con su cotidianidad, lo cual involucra prioritariamente identificar sus propias posibilidades, además de las necesidades de la localidad, para así determinar la factibilidad del proyecto a desarrollar.

Para que el grupo productivo se caracterice por el impulso de relaciones democráticas, igualitarias y horizontales, fortaleciendo alianzas con otras organizaciones y redes sociales de primer orden, es necesario el acompañamiento de las mujeres en el desarrollo de sus actividades productivas, la capacitación y asesoría a nivel personal y la gestión de su proyecto productivo o microempresa social.

El acompañamiento requiere centrarse en la empatía, la capacitación constante y el logro equilibrado de avances en las dimensiones consideradas en el empoderamiento: económica, personal, familiar y sociocultural, en la esfera pública y privada. Considerando lo anterior, se presenta una propuesta (figura 2) de proceso para contribuir a potenciar cambios en la vida de las mujeres rurales e indígenas emprendedoras.

Figura 2. Propuesta de proceso integrador hacia el empoderamiento de mujeres rurales e indígenas a través de proyectos productivos o microempresas sociales



Los elementos se explican de la siguiente manera:

1. **Empatía:** Se realiza un trabajo de escucha personal/grupal/colectiva, sobre las expectativas como consecuencia del emprendimiento y la mujer como protagonista de las acciones. Como se ha documentado, la propuesta de emancipación puede ser aplicada «desde arriba» o «desde la base». «Desde arriba» significa que una colectividad organizada busca acompañar a un grupo de mujeres en condiciones de vulnerabilidad y no empoderamiento a través del proceso de emprendimiento para lograr su empoderamiento. «Desde la base» se considera cuando un grupo de mujeres buscan por ellas mismas su empoderamiento a través de la micro empresa social.
2. **Diagnóstico:** Se busca sentar una línea de base de las 4 dimensiones en las que vive la mujer en el punto de inicio.

3. **Identificación:** Se identifica el proyecto productivo a realizar según las habilidades de las mujeres y se reconocen los factores económicos, personales, familiares y socioculturales del contexto.
4. **Factibilidad:** Se contrastan las habilidades con las necesidades del mercado.

Acompañamiento y capacitación en cuatro dimensiones:

- a. **Económica:** Se brinda acompañamiento y capacitación para el desarrollo de la actividad productiva. Conjunto de conocimientos técnicos en términos económicos.
 - b. **Personal:** Acompañamiento y capacitación para el empoderamiento de la mujer ante la auto-identificación y autodeterminación de su identidad social.
 - c. **Familiar:** Acompañamiento y capacitación para el empoderamiento de la mujer ante la determinación y reconocimiento de su identidad social.
 - d. **Sociocultural:** Acompañamiento y capacitación en términos del empoderamiento de la mujer en el espacio público (colectivo, comunitario).
- 5 **Evaluación:** Antes, durante y después del proceso para medir el nivel de transformación.

El acompañamiento y capacitación de las cuatro dimensiones ut supra explicadas considera cierto grado de avance en términos de los siguientes elementos contenidos dentro de cada dimensión (tabla 3):

Tabla 3. Factores a revisar en cada una de las Dimensiones

Dimensión	Factores determinantes
Dimensión Económica	Acceso y control de recursos. Ingresos. Satisfacción de necesidades básicas.
Dimensión Personal	Toma de decisiones personales. Movilidad. Satisfacción por el trabajo. Autoconfianza.
Dimensión Familiar	Equidad. Toma de decisiones familiares. Trabajo Doméstico.
Dimensión Sociocultural	Toma de decisiones colectivas. Movilidad por el trabajo productivo. Equidad en la comunidad. Redes a partir del grupo.

En cada una de las dimensiones se propone revisar antes, durante y después del proceso los factores determinantes para reconocer avances, cambios o rezagos. El empoderamiento está constituido por el avance en todas las dimensiones, no con el mismo grado de cumplimiento, pero sí con cierto grado de mejora o transformación.

5. Conclusión

El desarrollo de organizaciones productivas que surgen en un inicio por un apoyo o subsidio económico para aliviar la situación de pobreza, genera un valor social en algunos casos incluso mayor al económico. La empresa social cohesiona el interés monetario y no monetario destacando en algunos casos el beneficio social y propicia el inicio de un proceso de empoderamiento de las mujeres participantes. El empoderamiento de la mujer es parte de las dinámicas que esperan observarse en las organizaciones productivas.

La consideración del contexto que vive la mujer, su realidad sociocultural, personal, familiar y económica, comprenden factores que deben ser considerados por las empresas que otorgan microcréditos, los programas de políticas públicas, instituciones y organizaciones no gubernamentales (ONG) para lograr proyectos que lleven a una transformación.

Es imprescindible escuchar la voz de las mujeres integrantes, quienes a partir de sus propias necesidades pueden proponer los requerimientos a incluirse en los programas. Esto puede ser a través de la aplicación de herramientas cualitativas como grupos de enfoque, entrevistas, talleres y mesas de trabajo que propicien la sensibilización y comunicación.

La empatía, capacitación y acompañamiento son necesarios para crear valor social y económico. La empatía es el factor central que permite el entendimiento de la situación sociocultural e impulsa y conduce el proceso. Es pertinente crear nuevas propuestas integradoras que impulsen el desarrollo y la inclusión que atiendan al interés de las partes.

Apoyos y agradecimientos

Investigación derivada de estudios de doctorado de la tesis «Empoderamiento en grupos productivos de mujeres indígenas en Ensenada, hacia la empresa social», del programa de Doctorado en Ciencias Administrativas (Registro 000615) de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la UABC; Programa reconocido por el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) apoyado por la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) de México.

Referencias

- Aguiar-Pinto, C., Tuñón-Pablos, E., Zapata-Martelo, E., & Evangelista-García, A. (2017). Women, empowerment and microcredit: Banmujer's social microenterprise program in Chiapas. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 14(3) 479-501. (<https://bit.ly/2Cpe931>) (2017-07-20).
- Alberti-Manzanares, P., Zavala-Hernández, M., Salcido-Ramos, B., Real-Luna, N. (2014). Género, economía del cuidado y pago del trabajo doméstico rural en Jilotepec, Estado de México

- [Gender, care economy and payment for rural domestic work in Jilotepec, Estado de México]. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 11(3). 379-400. (<https://bit.ly/2DdMq79>) (2018-02-25).
- Al-Dajani, H., Carter, S., Shaw, E., & Marlow, S. (2015). Entrepreneurship among the displaced and dispossessed: exploring the limits of emancipatory entrepreneurship. *British Journal of Management*, 26(4), 713-730. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12119>
- Batliwala, B. (2007). El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción. En M. León (Comp.), *Poder y empoderamiento de las mujeres* (pp.187–212). Santafé de Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Bhatia, M., Rubio, P. & Saadat, P. (2002). Credit Provision and Gender: Targeting Women and Fostering Empowerment through Micro-finance. *John F. Kennedy School of Government, Harvard University*, 1-38.
- Coughlin, J. H., & Thomas, A. R. (2002). *The rise of women entrepreneurs: people, processes and global trends*. Westport: Quorum Books.
- Defourny, J. (2014). From third sector to social enterprise: A European research trajectory. *The Emergence of Social Enterprise*, 1-18. (<https://bit.ly/2De9jax>) (2018-04-18).
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2012). El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada [The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective]. *CI-RIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 7-34. (<https://bit.ly/2T0DEPe>) (2018-04-27).
- DOF (2016). Ley General para la igualdad entre mujeres y hombres. *Gobierno de la Federación*. (<https://bit.ly/2f7BGgZ>) (2018-01-25).
- DOF (2018). Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, Reglas de Operación. *Gobierno de la Federación*. (<https://bit.ly/2TVPkD2>) (2018-02-25)
- Díaz, I. (2012). *Género y turismo alternativo: aproximaciones al empoderamiento* (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España). (<https://bit.ly/2HfoSTt>) (2017-01-30).
- Díaz, J. (2012). Guía práctica de lectura crítica de artículos científicos originales en ciencias de la salud. *Instituto Nacional de Gestión Sanitaria*. (<https://bit.ly/2QhF7j0>) (2018-12-9).
- Díaz, M., Marcuello, C. & Marcuello, Ch. (2012). Empresas sociales y evaluación del impacto social [Social enterprises and assessment of their social impact]. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. 75, 179-198. (<https://bit.ly/2DfzM7z>) (2018-04-15).
- International Research Network. (2017). *Social Enterprise*. (<https://bit.ly/2FyT8pT>) (2017-09-29).
- Foley, J. (1997). The Dimensions of Empowerment. *Division of Urban Research and Policy Studies*. (<https://bit.ly/2SZ4LKq>) (2017-09-15).
- Garcés, J., & Duque, E. (2007). Metodología para el análisis y la revisión crítica de artículos de investigación. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 17(29), 184-194. (<https://bit.ly/2DesAIL>) (2018-06-02).
- García-Horta, J., & Zapata-Martelo, E. (2012). El papel de las micro-finanzas en la pobreza y desigualdad de las mujeres [The role of spotlight on poverty and inequality of women]. *Ra Ximhai, Revista de Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable*, 8(1), 101-111. (<https://bit.ly/2DehcNe>) (2018-01-9).
- Giovannini, M. (2012). Social enterprises for development as BuenVivir. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 6, 284-299. <http://dx.doi.org/10.1108/17506201211258432>
- Hashemi, S., Schuler, S., & Riley, A. (1996). Rural credit program and women's empowerment in Bangladesh. *World Development*, 24, 635-653. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00159-A](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00159-A)
- Haugh, H., & Talwar, A. (2014). Linking Social Entrepreneurship and Social Change: The Mediating Role of Empowerment. *Journal of Business Ethics*, 133, 643-658. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2449-4>
- Hurtado, J. (2014). Estrategias para el desarrollo local en una comunidad indígena en Querétaro, México. En G. Lara, & M. Maldonado (Coords.), *Modelos emergentes de desarrollo en la economía social y solidaria* (pp. 97-124). Querétaro: MA Porrúa.

- Kabeer, N. (2001). Conflicts over credit: Re-Evaluating the empowerment potential of loans to women in rural Bangladesh. *World Development*, 29, 63-84. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(00\)00081-4](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(00)00081-4)
- Kabeer, N. (1999). Resource, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30, 435-464. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Lemaître, A., & Helmsing, A. (2012). Solidarity economy in Brazil: Movement, discourse and practice analysis through a Polanyian understanding of the economy. *Journal of International Development*, 24, 745-762. <https://doi.org/10.1002/jid.2865>
- Lara, G., Maldonado, M. (2014). Que es la Economía social solidaria. En G. Lara y M. Maldonado (Coords.), *Modelos emergentes del desarrollo en la economía social y solidaria* (pp. 19-429). Querétaro: MA Porrúa.
- Malhorta, A., Schuler, S., & Boender, C. (2002). Measuring Women's empowerment as a variable in international development (<https://bit.ly/2yY7qME>) (2017-03-24).
- Mair, J., Battilana, J., & Cardens, J. (2012). Organizing for Society: A Typology of Social Entrepreneurial Models. *Journal of Business Ethics*, 111, 353-373. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-012-1414-3>
- Mair, J., Marti, I., & Ventresca, M. (2012). Building inclusive markets in rural Bangladesh: How intermediaries work institutional voids. *Academy of Management Journal*, 55, 819-850. <http://dx.doi.org/10.5465/amj.2010.0627>
- Mathur, P., & Agarwal, P. (2016). Self-help groups: a seed for intrinsic empowerment of Indian rural women. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 36, 182-196. <https://doi.org/10.1108/EDI-05-2016-0039>
- Mayoux, L. (2000). Microfinance and the empowerment of women: A review of the key issues. *ILO Social Finance Unit*. (<https://bit.ly/2RAN3jN>) (2017-12-05).
- Nicholls, A. (2008). *Social entrepreneurship, New models of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press
- ONU Mujeres. (2017). Conferencias Mundiales sobre la Mujer. ONU. (<https://bit.ly/1wZ3fsq>) (2017-05-30).
- ONU. (2017). En objetivos de desarrollo sostenible. ONU. (<https://bit.ly/2soHNRN>) (2017-05-30).
- Parpart, J. (2014). Exploring the transformative potential of gender mainstreaming in international development institutions. *Journal of international Development*, 26, 382-395. <https://doi.org/10.1002/jid.2948>
- Peredo, A., & Chrisman, J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Journal*, 31. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.20208683>
- PND (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017. *Gobierno de la Federación*. (<https://bit.ly/1diiu-PM>) (2018-01-04).
- Pokhriyal, A., Rani, R. y Uniyal, J. (2014) Role of micro-finance in the empowerment of the women. *Journal of Business and Finance*, 2(1), 21-31. (<https://bit.ly/2MdoUtO>) (2017-08-19).
- Meza-Ojeda, A., Tuñón-Pablos, E., Ramos-Muñoz, D., & Michel-Kauffer, E. (2002). Progreso y el empoderamiento de las mujeres: estudio de caso en Vista Hermosa, Chiapas. *Papeles de población*, 8(31) 67-93. (<https://bit.ly/2TVQgqZ>) (2017-07-12).
- Rivas, K., Alberti, P., Osnaya, M., & León, A. (2015). Mujeres rurales: del proyecto productivo a la microempresa en Champotón, Campeche [Rural women: form the productive project to the microenterprises in Champoton, Campeche]. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 6(6) 1359-1371. (<https://bit.ly/2CqyUv8>) (2017-05-15).
- Rowlands, J. (1997). Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras un Modelo para el desarrollo. En M. León (Comp.) *Poder y empoderamiento de las mujeres* (pp. 213-245). Santafé de Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Stavenhagen, R. (2007). Los Pueblos Indígenas y sus derechos. México. UNESCO. (<https://bit.ly/2CAZQZt>) (2017-06-27).

- Seelos, C., & Mair, J. (2007). Profitable business models and market creation in the context of deep poverty: a strategic view. *Academy of Management Perspectives*, 21(4) 49-63. <https://doi.org/10.5465/amp.2007.27895339>
- Sulur-Nachimuthu, G., & Gunatharan, B. (2012) Empowering women through entrepreneurship: a study in Tamil Nadu, India. *International Journal of trade, Economics and Finance*, 3(2) 143-147. <https://doi.org/10.7763/IJTEF.2012.V3.188>
- Tuñón-Pablos, E. (2010) Evaluación de los programas de crédito a proyectos productivos de mujeres en Tabasco, Campeche y Quintana Roo. *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, 32(3) 81-116. (<https://bit.ly/2DdExym>) (2018-02-20).
- Yunus, M. (2007). *Creating a world without poverty, Social Business and the Future of Capitalism*. New York: Public Affairs.
- Zapata-Martelo, E., & Mercado-González, M. (1996). Del proyecto productivo a la empresa social de mujeres. En B. Canabal & G. Espinosa (Coords.), *La Mujer en el medio rural* (pp.104-128). Ciudad de México: Cuadernos Agrarios.
- Zapata-Martelo, E., & Suárez-SanRomán, B. (2007). Las Artesanas, sus quehaceres en la organización y en el trabajo. *Ra Ximhai*, 3(3) 591-620. (<https://bit.ly/2SWOCOP>) (2018-04-27).



Publicaciones racionales o emocionales en comunidades de marca en Facebook - El caso «Starbucks México»

Rational or emotional posts on Facebook brand communities – The Mexico Starbucks Case

Luceli Karina Ponce es maestra en comunicación de la Universidad de Quebec en Montreal (UQAM, Canadá) (luceli2@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0003-4458-4207>)

Dr. Benoit Cordelier es profesor e investigador en la Universidad de Quebec en Montreal (UQAM, Canadá) (cordelier.benoit@uqam.ca) (<http://orcid.org/0000-0002-7389-0353>)

Resumen

El propósito de este artículo es demostrar que las emociones son elementos esenciales en la participación entre los miembros de una comunidad de marca en un sitio de redes sociales. Estudiamos las expresiones emocionales dentro de una comunidad de marca en línea con una metodología mixta basada en un análisis de contenido con dos codificadores de la misma cultura de origen. Analizamos 77 publicaciones y 13 043 comentarios de miembros de la comunidad de la marca «Starbucks México» en Facebook, publicados entre enero y junio de 2014. Se descubrió que las personas participan más a través de emociones relacionadas con la felicidad, como el amor, pasión y deseo. Este documento incluye el estudio de emociones positivas y negativas expresadas en una comunidad de marca en Facebook. Además, se expone el nivel de participación que generan las emociones, así como la distinción de los elementos emocionales aplicados en la comunicación entre una empresa y los miembros de una comunidad de marca. Categorizamos las publicaciones de la marca teniendo en cuenta las dimensiones emocionales y racionales-promocionales. En definitiva, este trabajo contribuye a la literatura al señalar que más que la expresión de emociones por sí sola, es la combinación de elementos emocionales y promocionales de la página de marca lo que desencadena el volumen de comunicación.

Abstract

The aim of this article is to demonstrate that emotions are essential elements of participation between members of a brand community in a social networking site. Emotional expressions were studied within an online brand community through a mixed method approach based on a content analysis with two coders of the same cultural origin. 77 posts and 13,043 comments were analyzed from members of the brand community "Starbucks Mexico" on Facebook, reported between January and June 2014. It was found that people participate more in the presence of happiness related emotions such as love, passion, and desire. This paper is interested in positive and negative emotions expressed in a Brand Community on Facebook. Additionally, the level of participation that emotions generate is presented, as well as the distinction of emotional elements applied in the communication between a company and the members of a brand community. This paper contributes to the literature by pointing out that more than the expression of emotions, it is the combination of emotional and promotional elements from the brand page that triggers more communication volume.

Palabras clave | keywords

Emociones, comunicación promocional, comunidad de marca, participación, Facebook.
Emotions, promotional communication, brand community, participation, Facebook.

Cómo citar: Ponce, L.K. y Cordelier, B. (2019). Publicaciones racionales o emocionales en comunidades de marca en Facebook - El caso «Starbucks México». *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 109-126. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.07>

1. Introducción

La evolución de la sociedad en nuestra vida diaria incluye el desarrollo de redes sociales en Internet, así como la construcción de comunidades de marca. La penetración de internet en México es una de las más altas en América Latina y sigue creciendo: 53.0 millones de usuarios (2014), 65.8 millones (2015), 70 millones (2016) y 79.1 (2017), que representa un 67% de la población de personas mayores a 6 años en 2017 (Asociación de internet.MX, 2018). Además en México, Facebook sigue siendo la principal red social con un alcance del 98% de los usuarios (Asociación de internet.MX, 2018).

Dentro de las redes sociales, la interacción se refuerza entre los miembros de dichas comunidades fomentando directamente las emociones (Hollebeek, Juric, & Tang, 2017; Shankar, Elliott, & Fitchett, 2009). Dentro de una comunidad de marca, los afiliados son una fuente importante de información (Firat & Venkatesh, 1995). Esto significa que el contenido generado por sus miembros puede representar una ventaja importante para las empresas, ya que sus comentarios arrojan información sobre el éxito y la aceptación de productos o servicios específicos y que mejoran la relaciones con los consumidores (Weiger, Hammerschmidt, & Wetzels, 2018).

En el caso de las redes sociales, otras investigaciones sugieren que éstas se han convertido en una «etapa» (Cordelier & Turcin, 2005) donde los usuarios expresan emociones a diario (Barroso Morales, 2011). Esta narrativa emocional del «yo» en forma de textos e imágenes permite a los usuarios crear su espacio virtual, donde expresan sus emociones y mantienen un contacto cercano con las historias de otros miembros, basadas en la mediación tecnológica. Las emociones favorecen un desarrollo social (Evans, 2002; Plutchik, 1994; Yu, 2014) que puede beneficiar estrategias de *branding* (Roberts, 2005; Yu, 2014).

Por lo tanto, el propósito de la presente investigación no es tanto relacionar directamente beneficios económicos con la participación de los internautas, sino más bien centrarse en el tipo de comunicaciones que generan más participación, comprobar que la comunicación emocional es más importante y proponer una categorización de las publicaciones de la marca. En otras palabras, nuestro objetivo es detectar las emociones positivas o negativas expresadas en Facebook, así como relacionarlas con el nivel de participación generado por el tipo o estilo de comunicación de las mismas.

Nos hemos interesado en Starbucks por ser una importante *lovemark*, según la expresión popularizada por el publicitario Kevin Roberts (2005), que en poco tiempo pasó a dominar el mercado de las cafeterías en México¹ y que está dentro de las más importante en Facebook con más de 4 millones de *likes*.

Después de una revisión de literatura sobre emociones y comunidades de marca en línea, presentamos nuestra metodología basada en un análisis de contenido antes de analizar y discutir las categorías de publicación más interesantes para generar participación.

1 En septiembre del 2002 abre su primera sucursal en la ciudad de México. A finales del 2016, tenía una participación en el sector, por número de unidades, de 39%, seguido por Italian Coffee Company con 11% y Café Punta del Cielo con 10%, según datos de Euromonitor (Expansión, 2017).

2. Emociones y comunidades de marca en línea

2.1. Teoría de las emociones

Existen varias perspectivas teóricas sobre emociones ya sean psicológicas, psicosociales, filosóficas o antropológicas (v. gr. Evans, 2002; Huang, 2001; Illouz, 2007; Le Breton, 2012). Esta investigación se basa principalmente en las emociones básicas de Robert Plutchik (1994, 2001).

El autor (*ob. cit*) identificó cuatro emociones básicas, que integró en pares opuestos: alegría *vs* tristeza; confianza *vs* disgusto; miedo *vs* ira y anticipación *vs* sorpresa. Según Plutchik (*ob. cit*), estas emociones «básicas» son biológicamente primitivas. También las describe como adaptaciones básicas que necesitan todos los organismos en la lucha por la supervivencia individual. Por lo tanto, las emociones tienen una estrecha relación con los procesos biológicos adaptativos. Su teoría de la emoción sugiere que no son solo elementos, sino también circunstancias que comienzan con un estímulo que provoca sentimientos, cambios psicológicos, acciones y un comportamiento orientado hacia algún objetivo (Plutchik, 2001).

Las emociones juegan un papel importante en la toma de decisiones humanas. El tono y el contenido utilizado en la comunicación en las redes sociales tienen un impacto considerable en las personas, ya que las campañas positivas llegan a una mayor cantidad de clientes. La conducta expresiva humana que comunica una emoción adquiere ciertas propiedades fijas que pueden reconocerse independientemente de la cultura y el aprendizaje, a pesar de ciertas diferencias en su interpretación (Buck, 2006; Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2010; Plutchik, 2001).

Otros estudios muestran que las emociones están relacionadas con los procesos evolutivos que han mantenido a los humanos a salvo durante siglos. Por ejemplo, la ira y el miedo son muy primitivos dentro del comportamiento humano y su función es estar preparados para prestar atención (Hochschild, 1979; Plutchik, 1994, 2001). Nuestras emociones también están vinculadas biológicamente con el sentido, ayudan a comprender nuestra relación con los demás y son esenciales para la socialización (Hochschild, 1979).

Por otro lado, también estudiamos las emociones secundarias con el fin de lograr una escala de datos más amplia. Estas se componen combinando las primarias. Aquí algunos ejemplos, pero hay muchos más: irritabilidad, hostilidad, dolor, melancolía, soledad, ansiedad, miedo, pánico, disfrute, felicidad, confianza, amabilidad, afecto, amor, conmoción, asombro, aversión, disgusto, culpa, vergüenza, arrepentimiento (Buck, 2006; Evans, 2002; Frederickson, 2017; Plutchik, 2001).

Las emociones se pueden dividir en positivas y negativas. Las positivas, como la felicidad, aumentan los recursos físicos, sociales e intelectuales, construyen reservas emocionales ante un desafío. Las emociones negativas como el miedo, la tristeza y la ira son defensas naturales contra las amenazas externas (Buck, 2006; Plutchik, 2001). Por tanto, las emociones rigen los patrones de pensamiento humano, las creencias, los comportamientos, las actitudes y las respuestas a las experiencias de la vida siendo también críticas en el proceso de socialización (Le Breton, 2012).

2.2. Emociones, marketing y redes sociales

Las emociones, dentro del marketing y la publicidad, contribuyen al desarrollo de mensajes y estrategias de comunicación. Los profesionales de la publicidad también desarrollan un amplio interés por el desempeño de las emociones y su potencial social. En palabras del publicista Kevin Roberts (2005, p. 44), influenciado por el trabajo de Dylan Evans (*v. gr.* Evans, 2002):

Para mí, lo realmente sorprendente de las emociones secundarias es lo sociales que son y lo importantes que son. Puedes sentir emociones primarias cuando estás solo. Pero para desarrollar una emoción secundaria necesitas estar con alguien más.

Las emociones juegan un papel importante en la comprensión de un mensaje y son elementos esenciales de la interacción, ya que generan la participación dentro de las comunidades de marca en las redes sociales. No obstante, falta investigación sobre el tema en relación con la comunicación persuasiva y los medios, incluyendo internet y la comunidades de marca en línea (Hollebeek *et al.*, 2017; Nabi, 2017). En palabras de Nabi (2017, s.p.):

Si bien la historia del estudio de la persuasión en los medios de comunicación es larga y robusta, el examen de la emoción en tales procesos es más limitado. Sin embargo, se sigue prestando atención al papel de muchas emociones, incluido el miedo, la culpa y el humor, en el proceso de mensajes persuasivos en los medios. Aunque menos centradas en las emociones, tendencias recientes en la investigación sobre narrativas persuasivas y mensajes virales sugieren que la emoción puede jugar un papel clave en la persuasión basada en los medios.

Dentro de las ventajas del estudio de la emociones encontramos que al generar mensajes que coinciden con las emociones positivas, las empresas pueden establecer y mejorar su conexión con su público o consumidores meta (Codina, Rodríguez, & Cadena, 2017; Guerreiro, Rita, & Trigueiros, 2015; Khuong & Tram, 2015; Weiger *et al.*, 2018) ya que los consumidores se animan más con las publicaciones de tipo social (Yu, 2014). Los beneficios económicos se basan también en un refuerzo de los vínculos sociales que así se producen y que Manchanda, Packard y Pattabhiramaiah (2015) llaman «dólares sociales» (*social dollars*).

Si bien se pueden seguir lamentando lagunas (Nabi, 2017), el tema de las emociones va ganado popularidad entre los académicos y se pueden encontrar una cantidad considerable de artículos relacionados con este tema. Por ejemplo, los estudios muestran que dentro de las comunidades de marca, campo de interés científico, los individuos crean vínculos de identificación con las empresas y con otros miembros de las comunidades a través de interacciones emocionales (Goulding, 2013; Hudson, Roth, Madden, & Hudson, 2015; Thompson, Rindfleisch, & Arsel, 2006; Vincent & Fortunati, 2009).

También muestran que los consumidores están organizados dentro de esas comunidades para compartir experiencias de una marca (Muñiz & O'Guinn, 2001; Schembri & Latimer, 2016). Otros estudios sugieren que la interacción entre los miembros y las empresas se promueve dentro de las comunidades de marcas en línea, lo que a su vez favorece la participación de sus miembros (Schau, Muñiz, & Arnould,

2009). Según Ashforth y Mael (1989) para lograr la interacción, los afiliados deben identificarse entre sí, lo que es posible a través de un proceso de socialización que contribuye al proceso de elaboración de la cultura de marca (Schembri & Latimer, 2016), siendo la emoción un elemento importante en la motivación de los miembros (Dessart, Veloutsou, & Morgan-Thomas, 2015).

Por su parte, las emociones universales tienen la ventaja de ser aplicadas en diferentes culturas. La facilidad y eficiencia de su aplicación son comparables a las emociones verbales con un grado diferente de intensidad, lo que da como resultado emociones secundarias como el deseo y la pasión entre muchos otros. Por ejemplo, ciertos autores se refieren al deseo como parte de la naturaleza humana, que es una de las fuerzas que desencadenan un comportamiento (Buck, 2006; Pell, Monetta, Paulmann, & Kotz, 2009; Plutchik, 2001). El deseo es un motivo para satisfacer necesidades o sentimientos (Baun & Gröppel-Klein, 2003; Belk, Ger, & Askegaard, 2003). Se encuentra a menudo en la publicidad y el marketing, ya que es un motor de acción que expresa una necesidad a través del lenguaje y genera interés y participación (Goulding, Shankar, Elliott, & Canniford, 2009). Al activar un deseo, la marca genera cercanía con los consumidores y logra una experiencia personal con el producto; es una necesidad al principio, pero se convierte en un deseo cuando las personas piensan sobre un producto en particular (Belk *et al.*, 2003).

Otros estudios sobre las emociones proponen que la felicidad es contagiosa y se propaga más rápido en las redes sociales (Kramer, Guillory, & Hancock, 2014). También argumentan que las personas felices reúnen más seguidores en las redes sociales y otros grupos sociales. Los estados emocionales pueden transferirse a otros a través del contagio emocional, lo que lleva a las personas a experimentar inconscientemente las mismas emociones (Berger & Milkman, 2012; Coviello *et al.*, 2014; Fowler & Christakis, 2008). Además, las emociones expresadas en redes digitales influyen en nuestros propios sentimientos y son evidencia de un contagio emocional a mayor escala, a través de los medios sociales (Brady, Wills, Jost, Tucker, & Van Bavel, 2017; Cohen, 2014). El contagio emocional se produce a través de la comunicación textual mediada por dispositivos informáticos y permanece incluso, algunos días después de una publicación (Kramer *et al.*, 2014).

Además, con la llegada de las redes sociales, los consumidores comparten contenido en línea y su transmisión influye en la compra de productos, dando resultados colectivos especialmente cuando existe una emoción positiva en el mensaje (Berger & Milkman, 2012; Fu, Wu, & Cho, 2017).

En las redes sociales, las emociones se identifican en un nivel no verbal, y los elementos emocionales se pueden analizar en los comentarios del consumidor; como por ejemplo, la presencia de expresiones onomatopéyicas, signos de puntuación, intersecciones, imágenes fotográficas y emoticones (Carvalho, Sarmiento, Silva, & de Oliveira, 2009). La distinción entre «verbal» y «no verbal» es más compleja en la comunicación escrita que en las redes sociales. Además, el desencadenamiento de las emociones está relacionado con la velocidad a la que recibimos y respondemos a la información (Coviello *et al.*, 2014; Scolari, 2013). Dependiendo de la situación, los usuarios influyen directamente en la información de acceso, produciendo participación continua, lo que resulta en más producción y reproducción de contenido. Lo que

interesa al desarrollo de la comunicación de marketing, ya que la emoción participa en el involucramiento de los consumidores a través de uno de los mecanismos de la economía de la atención (Aguado-Guadalupe, 2017; Auladell, 2016; Ribes, Monclús, Gutiérrez García, & Martí, 2017; Segarra-Saavedra & Tur-Viñes, 2017).

3. Materiales y método

La presente investigación tiene por objetivo detectar las emociones positivas o negativas expresadas en Facebook y relacionarlas con el nivel de participación generado por el tipo o estilo de comunicación de las mismas. Para conseguirlo, esta investigación intenta responder las siguientes preguntas de investigación:

RQ1. - ¿Qué tipo de expresiones emocionales se observan en una comunidad en línea?

RQ2. - ¿Ayuda la expresión de emociones positivas a generar un mayor volumen de comunicación que la de las negativas y los mensajes más racionales?

3.1. Muestreo

Se recopilaron datos cualitativos en una primera fase para sondear la tipología emocional (Buck, 2006; Hupp, Gröppel-Klein, Dieckmann, Broeckelmann, & Walter, 2008; Plutchik, 2001) y evaluar su relevancia para analizar los comentarios emocionales de los miembros de la comunidad de la marca. El análisis se centró en los comentarios expresados por los miembros de la comunidad de marca «Starbucks» con contenido emocional.

La estrategia de medios sociales de Starbucks podría caracterizarse como bastante proactiva y positiva. La compañía, más que participar, genera conversaciones a través de sus publicaciones en su página de Facebook (*fan page*). En total se analizaron íntegramente las 77 publicaciones de la marca *Community Starbucks* México en Facebook y los 13.043 comentarios generados por sus miembros entre enero y junio de 2014. El periodo se escogió para incluir diferentes periodos comerciales importantes en la sociedad mexicana. En este intervalo observamos diferentes categorías de información y elementos emocionales expresados por los consumidores. Los datos analizados incluyen eventos propensos a la expresión emocional dentro de los cuales se destacan enero (Año Nuevo y Reyes), febrero (Día de San Valentín) y mayo (Día de la Madre).

3.2. Análisis de contenido

El presente estudio analiza las reacciones de los internautas ante las publicaciones de una página de Facebook a través de un análisis de contenido. Este tipo de metodología recopila muchos métodos en sí misma, que permiten categorizar el contenido de las comunicaciones de manera estándar y sistemática (Berelson, 1952; Kassarian, 1977; Kolbe & Albanese, 1997; Neuendorf, 2017).

Ha sido utilizado por investigadores interesados en examinar comunicaciones tales como publicidad, historias de medios y sitios web (Neuendorf, 2017). Este método ayuda a lograr una categorización sistemática y objetiva de las emociones siguiendo la taxonomía de Plutchik (2001) y su posible influencia en los flujos de comunicación. Después de este paso realizamos un análisis léxico, en el que se define

el sentido emocional expresado en las palabras de los comentarios, principalmente enfocado en adjetivos y verbos.

Asímismo se utilizó el método de análisis de sentimiento, también llamado «minería de opiniones», que analiza las opiniones, sentimientos, evaluaciones, actitudes y emociones de las personas con respecto a productos, servicios, organizaciones, individuos, problemas y eventos. (Yadollahi, Shahraki, & Zaiane, 2017). Con el crecimiento de las redes sociales (por ejemplo, revisiones, discusiones en foros, blogs, microblogs y sitios de redes sociales) se usa el contenido en estos medios como generadores de decisiones y comunicación. Los indicadores más importantes de sentimientos son palabras que se usan comúnmente para expresar sentimientos positivos o negativos. Por ejemplo, «bueno», «maravilloso» e «increíble», son las palabras de sentimiento positivo, y por su parte «malo», «pobre» y «terrible» son claramente palabras de sentimiento negativo (Liu, 2012).

Las expresiones se evaluaron según emociones básicas y secundarias basadas en las emociones primarias y secundarias de Plutchick (2001). Después se creó una tipología de expresiones emocionales con palabras significativas expresadas en español (tabla 1), por ejemplo adjetivos, sustantivos, verbos en base al Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, en su versión *online*.

Tabla 1. Expresiones emocionales en español

Amor	Placer	Deseo	Alegría	Frustración	Disgusto
Amar	Encantar	Querer	Felicidad	Tristeza	Feo
Besos	Gustar	Desear	Bien	Rabia	Horrible
Corazón	Disfrutar	Antojo	Buen	Mal	Asco
Vida	Gozar	Ir	Momento	Feo	Malo
Pasión	Delicioso	Hacer	Especial	Decepción	Pésimo
Junto	Bueno	Necesitar	Mejor	Odiar	Decepción
Adorar	Rico	Urgir	Alegar	Enojo	Desagradable
Favorito	Excelente	Probar	Relajar	Nostalgia	Porquería

La tipología anterior contiene algunas palabras tomadas como nodos para nuestra codificación y fue verificada con el resultado de los datos generados por el *software* de análisis de datos cualitativos NVivo, destacando las palabras más frecuentes que se expresan en los comentarios del consumidor. Notamos que la mayoría de las expresiones encontradas por el programa mencionado, corresponden con las palabras incluidas en nuestra tipología.

Figura 1. Nube de «tags» de palabras frecuentes



Para distinguir y medir las emociones expresadas por los miembros de la comunidad de la marca, las dividimos en positivas y negativas según las categorías que sobresalieron en la revisión de literatura. Las palabras positivas más comunes encontradas en los comentarios, según nuestra tipología y los resultados de NVivo fueron: vamos, quiero, rico, delicioso, momento, amor, mejor, antojo.

Las palabras negativas encontradas fueron: precio, caro y horrible. Además, identificamos ciertos adverbios cuando las personas expresaban un comentario negativo. Cabe notar que estas palabras surgen más en relación con elementos racionales centrados en el servicio, el precio, la salud y la calidad.

Luego, las variables fueron seleccionadas con base en las emociones universales tales como la felicidad, la tristeza, la sorpresa y la ira (Buck, 2006; Plutchik, 2001). En consecuencia, integramos algunas de las emociones secundarias para identificar mejor las expresiones emocionales tales como la alegría, el amor, la pasión, el deseo, la ansiedad, la frustración y el disgusto (Buck, 2006).

Tabla 2. Emociones básicas y secundarias

Emociones básicas	Emociones secundarias
Alegría	Amor, pasión, deseo, alegría
Tristeza	Ansiedad, nostalgia
Sorpresa	Asombro
Enojo	Frustración, disgusto

Fuente: Elaboración propia basada en las emociones universales y secundarias de Plutchick (2001) y Buck (2006).

Con la ayuda del programa de análisis NVivo, fue posible estudiar cada publicación y comentar para clasificar el contenido en función de las emociones.

3.3. *Fiabilidad*

Se realizó una doble codificación con el objetivo de comprobar la relevancia de la interpretación de las palabras y los emoticones con contenido emocional predominantes en la investigación. Estos concordaban con las características culturales del primer codificador.

La segunda codificación fue realizada sobre el 10 % de la muestra por una persona que comparte la nacionalidad mexicana, el idioma materno (español), el origen étnico, la educación, las tradiciones y los patrones culturales practicados por el investigador principal y los miembros de la comunidad de la marca. La confiabilidad se comprobó a través de la prueba del coeficiente Kappa (k) de Cohen (tabla 3), un análisis estadístico que toma también en cuenta el nivel de acuerdo que podría esperarse a través del azar (Fleiss y Cohen, 1973; Landis y Kosh, 1977). Esto se refleja en los resultados calculados con la fiabilidad del coeficiente Kappa (k) de NVivo (tabla 4).

Tabla 3. Nivel de Concordancia de la doble codificación

	Coeficiente Kappa	Concordancia
Comentarios positivos	0.62	0.40 – 0.75/ Buena
Comentarios Negativos	0.69	0.40 – 0.75/ Buena
Comentarios Racionales	0.57	0.40 – 0.75/ Buena

Tabla 4. Coeficiente Kappa de Cohen por patrón de sentimiento

	Coeficiente Kappa	Concordancia
Deseo	0.6	0.40 – 0.75/ Buena
Amor	0.59	0.40 – 0.75/ Buena
Alegría	0.32	< 0.40/ Pobre
Placer	0.65	0.40 – 0.75/ Buena
Desagrado	0.69	0.40 – 0.75/ Buena
Ira	0.64	0.40 – 0.75/ Buena
Tristeza	0.58	0.40 – 0.75/ Bueno

Al codificar los resultados, confirmamos que los elementos emocionales estaban presentes en los comentarios expresados por los miembros de la comunidad de la marca. Los elementos emocionales coincidieron con el 60% de la información analizada por los codificadores.

4. Análisis y resultados

4.1. Emociones positivas

Se observó que las emociones positivas están presentes en la interacción entre los miembros de la comunidad de marca, con una fuerte inclinación hacia la felicidad, expresada a través de las emociones secundarias como el deseo, la pasión, el amor, la sorpresa y la alegría.

Esto señala una clara inclinación hacia el deseo y la pasión. Los comentarios positivos también incluyen recomendaciones de productos y la defensa de la marca contra las quejas de otros consumidores. Además, se detectó que el deseo promueve una acción. Se observó también que las expresiones de deseo son seguidas por verbos que indican una acción, por ejemplo: quiero uno (deseo), vamos a probarlo (acción).

Además, la pasión incita a las personas a hacer cosas impulsivamente y relevantes para el momento presente; con frecuencia se expresa a través de adjetivos, como por ejemplo: me encanta (pasión), soy feliz (pasión), me encantan esos momentos (amor, felicidad, pasión).

El deseo y la pasión son las familias de códigos más recurrentes que se encuentran en los datos, seguidas por la alegría, el amor y la sorpresa (tabla 5).

Tabla 5. emociones secundarias positivas comunes

Emoción	Porcentaje
Alegría	21,10%
Deseo	32,70%
Placer	30,70%
Amor	11,00%
Sorpresa	4,50%

4.2. Emociones negativas

Las emociones negativas observadas en el estudio se expresaron a través de la frustración, el disgusto y la nostalgia (tabla 6). Sin embargo, estos elementos también activan la interacción y la participación dentro de las comunidades de marca. Además, se percibió que algunas de las expresiones negativas se formularon sobre cuestiones racionales como el precio, la salud, la dieta y la calidad.

Tabla 6. Emociones secundarias negativas comunes

Emoción	Porcentaje
Frustración	29,25%
Disgusto	60,00%
Nostalgia	10,75%

4.3. Comentarios por categoría de publicación

Al comienzo de la investigación nuestro objetivo era identificar la presencia del producto, así como la existencia de actividad promocional y la presencia de elementos informativos que llamamos «racionales».

Luego distribuimos las publicaciones hechas por la marca en las siguientes categorías de mensajes:

- **Promocional con elementos emocionales:** la marca publica un mensaje que incluye una promoción, usando frases o imágenes emocionales. Por ejemplo: “Prueba el nuevo Hazelnut Macchiato y descubre la perfección de su sabor”: Deseo, felicidad
- **Emocional con producto:** la marca publica un mensaje con elementos emocionales y muestra o menciona el producto. Por ejemplo: “Cappuccino, perfecto para hacerlo justo como a ti te gusta. ¿Cómo lo tomas tú?”: Felicidad.
- **Emocional sin producto:** una publicación con elementos emocionales pero que no muestra ni menciona el producto. Por ejemplo: “La combinación perfecta entre aroma y sabor #pasiónporelcafé”: Pasión.
- **Lanzamiento con elementos emocionales:** cuando hay un producto nuevo y el mensaje publicado es puramente emocional. Por ejemplo: «¡El mejor complemento para tu café ya está aquí! Nuevas #donuts”: Felicidad.
- **Racional:** aquellas publicaciones que muestran elementos racionales como precio, medioambiente o salud. Por ejemplo: “Recuerda que puedes traer tu propio vaso o vaso reutilizable para cuidar el medio ambiente #mesdelatierra”: Ambiente
- **Promocional con elementos racionales:** cuando la marca publica un mensaje promocional que habla directamente sobre el precio. Por ejemplo: “Recuerda que de 1 a 5 PM nuestros Refreshers están a mitad de precio, ¡aprovecha y re-energízate!”: Precio.

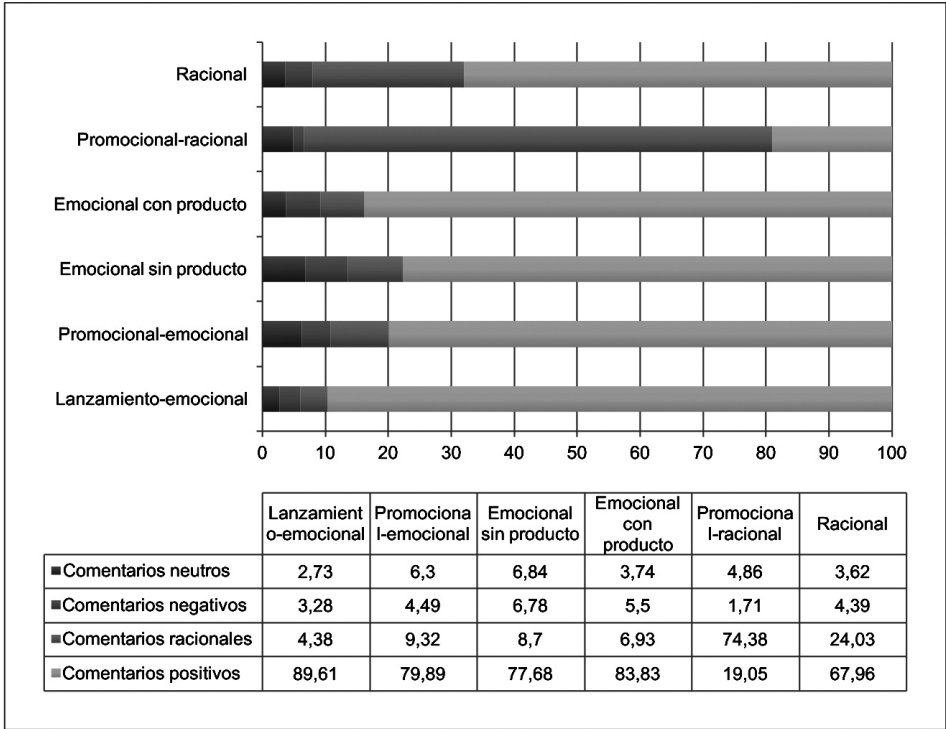
Después de identificar las categorías, separamos los comentarios en positivo y negativo, racional y neutral (aquellos que no tenían relación con la marca donde la gente comenta sobre otros temas) para cada categoría. Entre los comentarios positivos, identificamos que las personas expresan deseo mediante el uso de verbos.

Por el contrario, los comentarios que expresan pasión y amor lo hacen mediante el uso de adverbios. Estas expresiones son parte de emociones positivas secundarias, que son consecutivamente parte de la emoción primaria de la felicidad. A partir de los comentarios negativos, podemos observar expresiones relacionadas con emociones secundarias como la ira, a menudo asociadas a cuestiones racionales

(precio, calidad, salud, promociones, responsabilidad social). Además encontramos algunos comentarios racionales que enfatizan problemas de precio, promoción, salud y responsabilidad social.

La tabla 7 contiene el porcentaje de comentarios que emergió de cada categoría. Se observó que los comentarios positivos tienen el porcentaje más alto en cada categoría, especialmente en lanzamientos con elementos emocionales. Los comentarios negativos apenas están expuestos, mientras que los racionales apenas existen, excepto cuando la marca publica un mensaje promocional con elementos racionales, como el precio.

Tabla 7. Distribución de comentarios por categoría de publicación



El estudio indica que la marca (Starbucks) utiliza principalmente elementos emocionales centrados en la felicidad para comunicar sus promociones. También se encontró que las categorías que incluyen promociones y lanzamientos con un elemento emocional producen el mayor número de expresiones emocionales, mientras que las publicaciones racionales generan la menor cantidad de comentarios totales.

Se confirmó que los elementos emocionales generan una mayor participación entre los miembros de una comunidad de marca, especialmente cuando hay una emoción positiva expresada a través de las emociones secundarias, como el deseo, el placer, el amor y la alegría. Además, se analizó que las emociones negativas son una forma

importante de interacción dentro de una comunidad de marca, expresada principalmente a través de la nostalgia, la ira y la frustración, especialmente cuando hay una queja.

El análisis indica que un mensaje emocional, a pesar de ser una promoción o lanzamiento de producto, desarrolla una mayor cantidad de comentarios positivos.

Este estudio expuso que los elementos emocionales desarrollan la participación y generan un mayor interés en un tema determinado, promoviendo la comunicación dentro de una comunidad de marca en las redes sociales. También confirma que las emociones positivas se extienden más fácilmente a través de Facebook durante los períodos de vacacionales y fines de semana y durante las horas punta como el día de San Valentín, las vacaciones de primavera y el horario de verano.

De los 13 043 comentarios analizados, los elementos emocionales representaron el 85,26% del total de la muestra. Dentro de los elementos emocionales observados se encontró que el 84,62% son emociones positivas, mientras que solo el 15,38% eran negativas. Por su parte, 14,74% de los comentarios fueron elementos racionales y solo el 4,84% fueron neutrales o temas no relacionados con la marca.

5. Discusión y conclusiones

5.1. Hallazgos y aportaciones

A fin de identificar los mensajes publicados por la marca que producen un mayor volumen de comunicación, así como la variación de las emociones expresadas por los consumidores para interactuar con otros miembros, el propósito de este estudio fue observar los elementos emocionales más representativos presentes en los mensajes. En este proyecto, se exploró la expresión de las emociones desarrolladas dentro de una comunidad de marca en línea (Starbucks México en Facebook). A través del análisis de comentarios se observó que las emociones promovían la participación y la recomendación, es decir, que las emociones generan más participación y volumen de comunicación dentro de una comunidad de marca en línea.

La investigación incluye las emociones más frecuentes expresadas por sus miembros y los temas publicados por la empresa. Percibimos que los miembros también mostraban sus emociones a través de elementos lingüísticos, como adjetivos, verbos, emoticones e imágenes (Carvalho *et al.*, 2009; Pell *et al.*, 2009). A menudo se observaron elementos paralingüísticos como la onomatopeya y los signos de puntuación, que daban mayor énfasis y significado a las emociones.

Las emociones son herramientas importantes que las empresas utilizan en el proceso de comunicación. Una de las ventajas de los mensajes emocionales es que a través de las comunidades de marca en línea, las empresas pueden interactuar fácilmente con los consumidores que comparten sus experiencias sobre productos o servicios en las redes sociales. Esto representa una gran oportunidad para reconocer los deseos y preferencias de los consumidores, así como para identificar las causas de su disgusto y quejas en un período de tiempo más corto.

Tomando lo anterior en consideración, las marcas pueden destacar los valores de los productos o servicios basados en aspectos emocionales para aumentar las posibilidades de ser elegidos por el consumidor.

Proponemos así que las estrategias emocionales son más efectivas cuando la comunicación se orienta a las emociones positivas; ellas son incluso más influyentes cuando se enfocan en la felicidad. De esta manera el presente estudio proporciona pistas para la creación de estrategias de comunicación alternativas, que se vuelven cada vez más complejas, ya que las empresas deben adaptarse a los cambios de los hábitos y conductas de los consumidores.

El estudio de las emociones en una comunidad de marca en línea puede extraerse para obtener ideas sobre cómo las empresas influyen en algunos patrones de compra, que pueden explotarse de muchas maneras.

En este artículo nos centramos en lo que hace felices a las personas y en mostrar cómo los clientes quedan sorprendidos. Confirmamos que los miembros de las comunidades en línea prefieren elementos emocionales que activen las conversaciones. Esta investigación apoya que la expresión de las emociones es un elemento clave para las redes sociales en línea. El estudio de las expresiones emocionales en una comunidad de marca es especialmente importante para las empresas y otras organizaciones para mantener el vínculo con sus consumidores con un propósito a primera vista más social que económico. Además, las empresas pueden descubrir elementos negativos a considerar, brindar apoyo y retroalimentación a sus clientes.

En esta investigación confirmamos también el dominio de las emociones positivas. Se detectó que las que predominan son el deseo, la pasión, la alegría y el amor, lo que genera un mayor volumen de comunicación. Apoyamos que la pasión y el deseo son las emociones secundarias que generan más participación. También afirmamos que los mensajes positivos tienden a ser enviados por más personas, ya que la felicidad es contagiosa dentro de una comunidad de marca. Además, se observó que las emociones negativas generan una menor interacción con el consumidor y se exponían principalmente a través de la frustración y el disgusto. Se estableció que los comentarios negativos se centran más en el disgusto por algunos productos. Además, el descontento y la frustración pueden explotarse positivamente ya que son fuentes importantes de información y participación; por tanto, la participación y los comentarios proporcionan pistas para comprender algunas debilidades de la marca.

Sin embargo, la nostalgia, como parte de las emociones negativas, conduce a una experiencia positiva a través de los recuerdos. También establecimos que las publicaciones racionales generaban menor cantidad de comentarios y presentaban una cantidad considerable de elementos racionales que otro tipo de publicaciones. Los comentarios racionales se centran principalmente en la calidad del servicio, el precio y los problemas de salud. Percibimos que un mensaje emocional publicado por la marca junto con un elemento racional, produce un mayor volumen de comunicación.

Este estudio, consistente con la literatura analizada, permite hacer hincapié sobre la necesidad de favorecer una comunicación con elementos emocionales fuertes. La comunicación racional, cuyo carácter promocional resalta de manera obvia la finalidad comercial, genera menos interés. La comunicación en redes sociales, como es el caso de Facebook, debe interesarse antes que todo en el carácter justamente social de la relación con los consumidores. Las estrategias utilizadas por Starbucks, o tipos de comunicación que mejor funcionaron para mantener la atención de sus fans, consiguieron un equilibrio entre la presencia del producto o promoción y el

carácter emocional. Si se quiere desarrollar la relación social con los consumidores, se recomienda en consecuencia favorecer las estrategias del lanzamiento-emocional y emocional con producto, ya que así se consigue un equilibrio entre la presencia de productos de la marca y refuerzo positivo de la relación con los *fans*.

5.2. Limitaciones

Algunas limitaciones detectadas en este estudio nos llevaron a encontrar cierta dificultad para distinguir si la comunicación textual fue suficiente para analizar al consumidor o si el uso de imágenes publicadas por la marca también es necesario.

Otra restricción percibida fue que ciertos elementos como signos de puntuación y palabras onomatopéyicas y jergas no son lo suficientemente claras como para distinguir la emoción. Para comprender el significado de los elementos anteriores, resultó necesario conocer el contexto y comprender el repertorio cultural utilizado en los mensajes (que creemos que se han logrado, ya que ambos codificadores eran nativos de México).

De manera similar, la ironía no fue específicamente codificada. Sin instrucciones explícitas sobre el tema, las ironías y dobles sentidos fueron directamente clasificadas en las categorías preestablecidas en función de la comprensión de los codificadores. Las dos personas codificadoras, siendo mexicanas, se pensaría que no habría problemas de entendimiento debido a una diferencia cultural. No obstante podría ser interesante hacer una investigación teniendo en cuenta las ironías, dobles sentidos y *trolling*.

Una limitante más fue la complejidad para diferenciar los comentarios racionales y negativos, ya que los consumidores mostraron sus emociones negativas cuando apareció un problema racional como el precio, la calidad y el servicio.

Finalmente, otra de las limitaciones significativas enfrentadas sucedió al ejecutar la doble codificación (Kappa). Los resultados mostraron una diferencia significativa entre los codificadores en la emoción de la alegría. Una posible razón para este fenómeno podría ser la similitud en la forma en que las personas expresan su pasión y deseo. Dado que estas emociones contienen una connotación positiva, las personas las toman como sinónimos de alegría o felicidad.

5.3. Futuras investigaciones

De manera general, sería interesante, retomar o profundizar ciertos puntos: analizar las emociones por separado ya que se observó que cada una produce un nivel diferente de participación y volumen de comunicación pero no se estudió la intensidad de aquellas; profundizar el análisis de la alegría ya que su codificación resultó menos convergente que las demás; profundizar el estudio de la nostalgia ya que si se codifica como una emoción negativa, el sentimiento y los efectos que acaba generando parecen ser positivos; hacer entrevistas o grupos focales (*focus groups*) para entender por qué los elementos racionales generan menos participación; estudiar las imágenes publicadas para relacionarlas con emociones; retomar y/o extender la investigación tomando en cuenta ironías, dobles sentidos y *trolling*.

Referencias

- Aguado-Guadalupe, G. (2017). Repercusión de las métricas de audiencia online en la comercialización publicitaria del producto informativo. *Razón y Palabra*, 21(97).
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of management review*, 14(1), 20–39.
- Asociación de internet.MX. (2018). 14º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018 (p. 27). México: Asociación de internet.MX. Recuperado de <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/14-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-usuarios-de-Internet-en-Mexico-2018/lang,es-es/?Itemid=>
- Auladell, F. V. (2016). La actividad publicitaria: entre el simulacro y la utopía. *Universitas Humanística*, (81), 149–176.
- Barroso Morales, M. Á. (2011). “Hoy me siento contento, feliz día a todos”. El escaparate virtual de las emociones posmodernas llamado Facebook. En M. P. Bianchi & L. R. Sandoval (Eds.). *Presentado en Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación*, Comodoro Rivadavia: Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. Recuperado de <http://tecnologiaycultura.com.ar/actas2011/doc/m6barroso.pdf>
- Baun, D., & Gröppel-Klein, A. (2003). Joy and surprise as guides to a better understanding of impulse buying behaviour. *European Advances in Consumer Research*, 6, 290–299.
- Belk, R. W., Ger, G., & Askegaard, S. (2003). The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 326–351. <https://doi.org/10.1086/378613>
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York, NY, US: Free Press.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What Makes Online Content Viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(28), 7313–7318. <https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114>
- Buck, R. (2006). The evolutionary bases of social and moral emotions: Dominance, submission, and true love. En *The evolution of the social mind: Evolutionary psychology and social cognition*. Sidney, Australia: SSSP. Recuperado de <http://www.sydneysymposium.unsw.edu.au/2006/DraftChapters.htm>
- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2010). *Nonverbal communication*. Boston: Allyn & Bacon.
- Carvalho, P., Sarmiento, L., Silva, M. J., & de Oliveira, E. (2009). Clues for detecting irony in user-generated contents: oh...!! it's “so easy” ;-). En *Proceeding of the 1st international CIKM workshop on Topic-sentiment analysis for mass opinion - TSA '09* (p. 53). Hong Kong, China: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/1651461.1651471>
- Codina, J. N. B., Rodríguez, P. G., & Cadena, P. V. (2017). La economía de la experiencia y el marketing emocional: estrategias contemporáneas de comercialización. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 12(2), 159–170.
- Cohen, E. L. (2014). What makes good games go viral? The role of technology use, efficacy, emotion and enjoyment in players' decision to share a prosocial digital game. *Computers in Human Behavior*, 33, 321–329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.013>
- Cordelier, B., & Turcin, K. (2005). Utilisations du lien social sur l'Internet comme élément fidélisant à une marque. Les exemples de Coca-Cola et d'ESP. *Communication & Organisation*, (27), 45–56.
- Coviello, L., Sohn, Y., Kramer, A. D. I., Marlow, C., Franceschetti, M., Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2014). Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks. *PLoS ONE*, 9(3), e90315. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0090315>
- Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer engagement in online brand communities: a social media perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 24(1), 28–42. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2014-0635>
- Evans, D. (2002). *Emotion: the science of sentiment*. Oxford: Oxford Univ. Press.

- Expansión. (2017, septiembre 5). Los 15 datos de los 15 años de Starbucks en México. Recuperado el 9 de enero de 2019, de <https://expansion.mx/empresas/2017/09/04/los-15-datos-de-los-15-anos-de-starbucks-en-mexico>
- Firat, A. F., & Venkatesh, A. (1995). Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption. *Journal of Consumer Research*, 22, 239–267.
- Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2008). Dynamic spread of happiness in a large social network: longitudinal analysis over 20 years in the Framingham Heart Study. *BMJ*, 337(dec04 2), a2338–a2338. <https://doi.org/10.1136/bmj.a2338>
- Frederickson, B. (2017). Biological Underpinnings of Positive Emotions and Purpose. *The social psychology of good life*. Sidney, Australia: SSSP. Recuperado de <http://www.sydney-symposium.unsw.edu.au/2017/chapters/chapters.htm>
- Fu, P.-W., Wu, C.-C., & Cho, Y.-J. (2017). What makes users share content on facebook? Compatibility among psychological incentive, social capital focus, and content type. *Computers in Human Behavior*, 67, 23–32. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.010>
- Goulding, C. (2013). Learning to be tribal: facilitating the formation of consumer tribes. *European Journal of Marketing*, 47(5), 813–832. <https://doi.org/10.1108/03090561311306886>
- Goulding, C., Shankar, A., Elliott, R., & Canniford, R. (2009). The Marketplace Management of Illicit Pleasure. *Journal of Consumer Research*, 35(5), 759–771. <https://doi.org/10.1086/592946>
- Guerreiro, J., Rita, P., & Trigueiros, D. (2015). Attention, emotions and cause-related marketing effectiveness. *European Journal of Marketing*, 49(11/12), 1728–1750. <https://doi.org/10.1108/EJM-09-2014-0543>
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *American Journal of Sociology*, 85(3), 551–575. <https://doi.org/10.1086/227049>
- Hollebeek, L. D., Juric, B., & Tang, W. (2017). Virtual brand community engagement practices: a refined typology and model. *Journal of Services Marketing*, 31(3), 204–217. <https://doi.org/10.1108/JSM-01-2016-0006>
- Huang, M.-H. (2001). The Theory of Emotions in Marketing. *Journal of Business and Psychology*, 16(2), 239–247.
- Hudson, S., Roth, M. S., Madden, T. J., & Hudson, R. (2015). The effects of social media on emotions, brand relationship quality, and word of mouth: An empirical study of music festival attendees. *Tourism Management*, 47, 68–76. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.001>
- Hupp, O., Gröppel-Klein, A., Dieckmann, A., Broeckelmann, P., & Walter, K. (2008). Beyond verbal scales: Measurement of emotions in advertising effectiveness research. *Yearbook of Marketing and Consumer Research*, 6(4), 72–99.
- Illouz, E. (2007). *Cold intimacies: the making of emotional capitalism*. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity Press.
- Kassarjian, H. H. (1977). Content Analysis in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 4(1), 8. <https://doi.org/10.1086/208674>
- Khuong, M. N., & Tram, V. N. B. (2015). The Effects of Emotional Marketing on Consumer Product Perception, Brand Awareness and Purchase Decision — A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(5), 524–530. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.240>
- Kolbe, R., & Albanese, P. (1997). The Functional Integration of Sole-Male Images into Magazine Advertisements. *Sex Roles*, 36(11–12), 813–836. <https://doi.org/10.1023/A:1025683324423>
- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(24), 8788–8790. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>
- Le Breton, D. (2012). Por una antropología de las emociones. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 69–79.
- Liu, B. (2012). Sentiment Analysis and Opinion Mining. *Synthesis Lectures on Human Language Technologies*, 5(1), 1–167. <https://doi.org/10.2200/S00416ED1V01Y201204HLT016>

- Manchanda, P., Packard, G., & Pattabhiramaiah, A. (2015). Social Dollars: The Economic Impact of Customer Participation in a Firm-Sponsored Online Customer Community. *Marketing Science*, 34(3), 367–387. <https://doi.org/10.1287/mksc.2014.0890>
- Muñiz, A. M., & O'Guinn, T. C. (2001). Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412–432. <https://doi.org/10.1086/319618>
- Nabi, R. L. (2017). Emotion in Media Persuasion. En P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–8). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0161>
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (Second edition). Los Angeles: SAGE.
- Pell, M. D., Monetta, L., Paulmann, S., & Kotz, S. A. (2009). Recognizing Emotions in a Foreign Language. *Journal of Nonverbal Behavior*, 33(2), 107–120. <https://doi.org/10.1007/s10919-008-0065-7>
- Plutchik, R. (1994). *The psychology and biology of emotion* (1st ed). New York, NY: HarperCollinsCollegePublishers.
- Plutchik, R. (2001). The Nature of Emotions: Human emotions have deep evolutionary roots, a fact that may explain their complexity and provide tools for clinical practice. *American Scientist*, 89(4), 344–350.
- Ribes, X., Monclús, B., Gutiérrez García, M., & Martí, J. M. (2017). Aplicaciones móviles radiofónicas: adaptando las especificidades de los dispositivos avanzados a la distribución de los contenidos sonoros. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*; Vol. 4 Núm. 7 (2017): *El futuro de la radio*. Recuperado de <http://www.revistaec.eu/index.php/raec/article/view?path=>
- Roberts, K. (2005). *Lovemarks: the future beyond brands* (2nd ed., Expanded ed). New York, NY: PowerHouse Books.
- Schau, H. J., Muñiz, A. M., & Arnould, E. J. (2009). How Brand Community Practices Create Value. *Journal of Marketing*, 73(5), 30–51. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.5.30>
- Schembri, S., & Latimer, L. (2016). Online brand communities: constructing and co-constructing brand culture. *Journal of Marketing Management*, 32(7–8), 628–651. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1117518>
- Scolari, C. (2013). *Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Segarra-Saavedra, J., & Tur-Viñes, V. (2017). Creatividad publicitaria: marcas vs prosumer amateur. *La viralidad del spot de Eugen Merher para Adidas*.
- Shankar, A., Elliott, R., & Fitchett, J. (2009). Identity, consumption and narratives of socialization. *Marketing Theory*, 9(1), 75–94. <https://doi.org/10.1177/1470593108100062>
- Thompson, C. J., Rindfleisch, A., & Arsel, Z. (2006). Emotional Branding and the Strategic Value of the Doppelgänger Brand Image. *Journal of Marketing*, 70(1), 50–64. <https://doi.org/10.2307/30162072>
- Vincent, J., & Fortunati, L. (Eds.). (2009). *Electronic emotion: the mediation of emotion via information and communication technologies*. Oxford ; New York: Peter Lang.
- Weiger, W. H., Hammerschmidt, M., & Wetzal, H. A. (2018). Don't You Dare Push Me: How Persuasive Social Media Tactics Shape Customer Engagement. *Journal of the Association for Consumer Research*, 3(3), 364–378. <https://doi.org/10.1086/698713>
- Yadollahi, A., Shahraki, A. G., & Zaiane, O. R. (2017). Current State of Text Sentiment Analysis from Opinion to Emotion Mining. *ACM Computing Surveys*, 50(2), 1–33. <https://doi.org/10.1145/3057270>
- Yu, J. (2014). We Look for Social, Not Promotion: Brand Post Strategy, Consumer Emotions, and Engagement - A Case Study of the Facebook Brand Pages. *GSTF Journal on Mobile Communications, Networking and Applications (JMC)* Vol.1 No.2, 1(2), 32–41. https://doi.org/10.5176/2335-6618_1.2.17



Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local

Methodological proposal for the emergence of touristic projects of the local community

Dr. Omar Ismael Ramírez Hernández es profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma del Estado de México, en el Centro Universitario UAEM Temascaltepec (México) (omar.ramirez.hdez@hotmail.com) (<https://orcid.org/0000-0002-0874-5627>).

Resumen

Las nuevas exigencias sociales, económicas y ambientales hacen necesario el diseño de productos turísticos donde la comunidad local sea considerada como el pilar fundamental para su creación y desarrollo. En este sentido, el objetivo central de la presente investigación es elaborar una propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos a partir de la participación y gestión de este actor. En este sentido, la revisión de diferentes propuestas destaca la necesidad de crear una metodología para desarrollar productos turísticos a través de la comunidad local, pues es ella quien resalta como un actor olvidado en la generación y gestión de los productos turísticos. De esta forma, y cubriendo este vacío, la propuesta metodológica se compone de ocho etapas: I) Sensibilización de la comunidad local, II) Contextualización del lugar, III) Diseño del producto turístico, IV) Identificación y análisis de la demanda, V) Decisión del precio, VI) Comercialización, VII) Prueba de Mercado y VIII) Puesta en marcha del producto turístico y seguimiento. Si bien, la generación de productos turísticos es una labor heterogénea, y depende de muchos elementos intrínsecos y extrínsecos; este documento pretende ser una guía general que ayude a la integración de los residentes del destino como gestores de la actividad turística.

Abstract

The new social, economic and environmental demands make necessary to design touristic projects where the local community is considered as the foundation for their creation and development. The main objective of this article is to elaborate a methodological proposal to design touristic projects based on the participation and management of this community. In this sense, the literature review is used to develop touristic projects through the local community, since it is the local community that stands out as a forgotten part in the generation and management of touristic projects. Thus, the methodological proposal consists of eight stages: I) Sensitization of the local community, II) Contextualization of the place, III) Design of the tourism product, IV) Identification and analysis of the demand, V) Decision of the price, VI) Commercialization, VII) Market Test and VIII) Implementation of the touristic project and follow-up. Although the generation of touristic projects is a heterogeneous task, and it depends on many intrinsic and extrinsic elements, this document aims to be a general guide which helps to integrate the residents of the destination as managers of tourism activity.

Palabras clave | keywords

Planificación, metodología, productos turísticos, comunidad local, actor, participación.
Planning, methodology, tourism products, local community, actor, participation.

Cómo citar: Ramírez Hernández, O.I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>

1. Introducción

El turismo se ha posicionado como una de las actividades económicas más importantes a escala mundial; por ello, ha tomado relevancia la creación de productos turísticos que diversifiquen la oferta de atractivos en los destinos y, por ende, satisfagan las necesidades de los turistas. De esta forma, autores como Bote (1990), Boullón (1994), Acerenza (1998), Godfrey y Clarke (2000), Gunn (2002), Zamorano (2002), Ivars (2003) y hasta la propia Organización Mundial del Turismo (1999), se han dado a la tarea de generar modelos de planificación turística.

A pesar de lo anterior, los modelos de planificación y creación de productos turísticos aplicados a países en vías de desarrollo, siguen teniendo una tendencia a gestionar los recursos de una forma «tradicional», en la que prevalece un alcance macroeconómico dejando a un lado aspectos sociales y ambientales (Ivars, 2003). Asimismo, aun cuando la sostenibilidad se convirtió en el principio rector de la planificación turística, solo se ha cambiado la perspectiva hacia una económica-ambiental (Osorio, 2006).

De esta forma, son pocos los destinos turísticos que se abocan a integrar a la comunidad local, a pesar de que ésta es uno de los actores (sino es que el principal) que puede detonar el desarrollo local (Aref, Gill, & Farshid, 2010; Sebele, 2010). Por ello, ha surgido el término «turismo comunitario» [*Community based tourism*], que de manera general hace referencia a la generación y gestión de productos turísticos por la misma comunidad o actores locales en los destinos.

Así, Beeton (2006) propone generar modelos de planificación y propuestas de gestión más inclusivos y efectivos a partir del turismo de base comunitaria. Por tal razón, el objetivo de este trabajo se aboca en proponer una metodología que integre a la comunidad local en la generación de productos turísticos, no solo como atractivo por los recursos naturales y culturales con los que cuenta, sino como un actor participativo que proponga, desarrolle y lleve a cabo dichos productos.

Para ello, este documento realiza una revisión de diferentes metodologías o propuestas de planificación de productos turísticos, retomando algunas generadas desde la academia, consultorías y entes gubernamentales, entre las que se evidencia una incipiente participación e integración de la comunidad local como un actor principal. Así, este trabajo es organizado en seis partes: I) turismo comunitario, II) comunidad local y su integración en la generación de productos turísticos, III) producto turístico, IV) metodología seguida, V) análisis de las diferentes formas de realizar un producto turístico, y, por último, VI) la propuesta metodológica.

1.1. Turismo comunitario

De acuerdo con Goodwin & Santilli (2009) y Beeton (2006), el «turismo comunitario» [*community based tourism*] empieza a emplearse a finales del siglo XX, y surge a partir de la necesidad de gestionar el turismo alternativo a través de una forma sustentable. De esta manera, esta gestión retoma de la sustentabilidad sus tres dimensiones principales: ambiental, económica y social (García, Figueiró, & Silva, 2013).

A pesar de que se ha ahondado en el abordaje del turismo comunitario, la literatura concluye que éste es polisémico y muchas veces hace referencia a proyectos relacionados con las comunidades locales (Rodrigues, Corbari, Cioce, & Juremma,

2014). Asimismo, en torno a éste han surgido otros términos que dificultan su conceptualización, tal es el caso de «gestión/manejo comunitario» (Ávila, 2002; Mehedi, Mohammed, Nassani, & Nurul, 2017), «empresas de base comunitaria» (Monyara & Jones, 2007; Senyana & Moren, 2011) o «turismo rural comunitario» (Montoya, 2013). Sin embargo, estos términos no dejan en claro sus alcances, implicaciones o sustento teórico, lo cual ha originado complicaciones para definirlo (Ernawati, Sudarmini, & Sukmawati, 2018).

No obstante, desde la academia han surgido algunas propuestas para definir al «turismo comunitario». Una de ellas es la elaborada por Dernoí (1988, citado en Pearce, 1992), quien menciona que es un conjunto de servicios ofertados por la comunidad local, con el objetivo de establecer una interacción directa con visitantes, surgiendo un entendimiento mutuo entre anfitriones e invitados. Conviene subrayar que esta definición genera algunas lagunas; sin embargo, el autor puntualiza sobre un elemento medular, y es que la comunidad local es quien tiene que generar la oferta de servicios (alojamiento, comida, actividades recreativas, entre otros). Esto coincide con lo argumentado por Torres (2015, p. 70) quien menciona que “debe ser la misma comunidad quien gestione los recursos con que cuenta. Son ellos quienes le dan significados o re significan a estos, dentro de un proceso permanente en el cual están involucrados”.

Asimismo, es posible encontrar algunas otras definiciones que resaltan elementos específicos, visualizando al turismo comunitario como una estrategia para valorizar elementos históricos (Sampaio, Alves, & Falk, 2008; Hiwasaki, 2006); mientras que otras ponen énfasis en la interacción local-visitante y sus experiencias (Jamal & Getz, 1995; Nyaupane, Morais, & Dowler, 2006; Sampaio, Alves, & Falk, 2008). Algunas más se enfocan en la forma de participación (activa y pasiva) de la comunidad local en la gestión de los recursos naturales y culturales (v.gr. Hiwasaki, 2006; Okazaki, 2008; López-Guzmán & Sánchez, 2009; Sebele, 2010).

Si bien, es posible encontrar diferentes definiciones sobre «turismo comunitario», se pueden identificar características que lo singularizan:

- Existe interacción directa entre comunidad local y visitantes.
- Intercambio cultural y económico entre comunidad local y visitantes.
- Experiencias «auténticas» a partir de la vida cotidiana de los locales.
- La comunidad local es la principal beneficiada.
- Conservación y preservación del patrimonio cultural y natural.
- La comunidad es encargada de la gestión de los recursos y servicios turísticos.
- El turismo comunitario es posible «únicamente» a nivel local¹.
- La comunidad local se ve influida por la actividad turística en su dimensión social, ambiental y cultural.

Estas características mencionadas *ut supra* contextualizan el turismo comunitario, el cual ha sido utilizado para legitimar la industria turística, otorgado empo-

1 Si bien, el turismo comunitario pretende ser una nueva postura para afrontar problemas sociales (pobreza, desigualdad, desarrollo, entre otros); su acción está vinculada al ámbito local (Cfr. Blackstock, 2005; Beeton, 2006).

deramiento a las comunidades (Blackstock, 2005). En esta línea, Fernández (2011) argumenta que la vía para impulsar el proceso de empoderamiento colectivo en el turismo es la participación comunitaria de las personas que viven en el destino. Esto es la situación que singulariza al turismo comunitario, en el que la participación de la comunidad local es fundamental para llevar a cabo la actividad turística.

En este sentido, el turismo comunitario no se establece como una nueva tipología de turismo, sino una forma de planear y gestionar la actividad turística a través de los actores relacionados con éste, dando prioridad a la comunidad local.

1.2. La comunidad y su participación en los productos turísticos

De acuerdo con Singh, Timothy & Dowling (2003) y Monterrubio (2009), es posible reconocer dos tendencias claras para definir a la comunidad. La primera de ellas es la perspectiva geográfica, la cual hace alusión al espacio donde converge un grupo de individuos que delimitan sus formas de vidas y actividades económicas. La segunda tendencia es la social y antropológica, en donde la comunidad va más allá del espacio geográfico y los habitantes, tomando en cuenta relaciones, costumbres, tradiciones, valores, entre otros.

En este marco, cabe resaltar que el término «comunidad» engloba elementos como el espacio geográfico, tradiciones, costumbres, creencias, idioma, entre otros. También es reconocida la capacidad de los integrantes de la comunidad para interactuar en los diferentes procesos sociales, económicos y culturales, y por ende en el turismo (Boyd & Singh, 2003). Sin embargo, muchos de los modelos de desarrollo turístico predisponen el beneficio económico al social, ocasionando que la participación de las comunidades sea casi nula (Blackstock, 2005; Sánchez, 2009).

Ruhanen (2009) reafirma que la comunidad local no ha sido tomada en cuenta en la planeación de los destinos turísticos, a pesar de que la literatura sugiere la participación efectiva de ésta para el desarrollo del turismo. De hecho, cuando la comunidad está integrada en la toma de decisiones, en muchas ocasiones su intervención es limitada, pues únicamente son tomadas en cuenta las opiniones con respecto al turismo, o solo conocen los posibles beneficios económicos y algunos costos que trae consigo esta actividad económica (Blackstock, 2005). Por ello, Sánchez (2009) destaca en su investigación que, a pesar de la generación de empleos, para la comunidad local no hay otros beneficios sociales.

Por ello, se reconoce la importancia de incorporar a la comunidad local en la gestión y desarrollo de la actividad turística, con el fin de evitar situaciones de informalidad, insatisfacción o indiferencia de los residentes. De esta forma, Boonratana (2010), mediante el análisis de la literatura, reconoce las ventajas de tomar en cuenta a la comunidad local para el desarrollo y gestión de los productos turísticos:

- Las comunidades conservan una forma de vida y cultura tradicional;
- El turismo en las comunidades se planifica, desarrolla y gestiona con su consentimiento;
- Las comunidades participan activamente en la planificación, desarrollo y gestión de las actividades turísticas;

- El proceso de planificación, desarrollo y manejo del turismo ayuda a unificar, empoderar e infundir orgullo en las comunidades;
- Las comunidades están facultadas para planificar, desarrollar y gestionar el turismo complementario a su estilo de vida;
- Todos los residentes de las comunidades tienen las mismas oportunidades para obtener beneficios;
- Los ingresos generados son una fuente adicional o alternativa, o se utilizan para aliviar la pobreza;
- Parte del ingreso turístico se reserva para proyectos que colectivamente benefician a las comunidades;
- El turismo fomenta la preservación/conservación del patrimonio cultural y natural de las comunidades;
- Los actores del turismo son conscientes de los impactos negativos del turismo y cuentan con medidas para mitigarlos;
- Se informa a los visitantes sobre las normas sociales y culturales de las comunidades antes o después de su llegada, fomentando así un comportamiento responsable;
- Los intercambios entre los visitantes y las comunidades fomentan la tolerancia, la comprensión y el aprendizaje intercultural; y
- Los actores del turismo están obligados a evitar la mercantilización de rituales y ceremonias (especialmente sagradas y/o religiosas).

A pesar de las ventajas de involucrar a la comunidad local en la planeación y desarrollo de la actividad turística, la literatura reconoce que la población local comúnmente es un actor olvidado (*v.gr.* Noia, Avila, & Cartibani, 2009; Waligo, Clarke, & Hawkins, 2013; Jovicic, 2014; Luna, 2014); pues en la mayoría de los destinos ésta participa de forma incipiente o nula en cuanto a la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico. También es reconocida su difícil incorporación, ya sea por obstáculos políticos (Jaime, Casas, & Soler, 2011; Palomino, Gasca, & López, 2016), indiferencia hacia la actividad (Ibañez, Ivanova, & Amador, 2010; Teye, Sönmez, & Sirakaya, 2002), así como la falta de habilidad de los gestores turísticos en concienciarlos y hacerlos partícipes (Ruiz, Hernández, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008).

1.3. El producto turístico y sus características

El producto turístico es definido desde varias perspectivas. Desde el punto de vista económico, es concebido como el flujo de efectivo presente en la venta de conductores a facilitar los viajes (De Borja, Casanovas, & Bosch, 2002). No obstante, otros autores generan definiciones que tratan de entender la totalidad del producto turístico. Crespi & Planells (2006) argumentan, en esta línea, que el producto turístico está determinado por los bienes y servicios ofertados para los turistas.

Si bien, en la literatura se pueden encontrar un sinnúmero de definiciones sobre los productos turísticos, Ugarte (2007) profundiza en sus características, las cuales se enlistan a continuación:

- **Tangible e Intangible:** los productos turísticos poseen componentes tangibles; por ejemplo: la cama de un hotel, las amenidades, etc. La parte intangible, son todas aquellas características que están basadas en expectativas como la motivación, uso o experiencia.
- **Caducidad:** no es posible guardar o almacenar éstos para disfrutarlos después.
- **Agregabilidad y sustituibilidad:** ningún componente del producto es indispensable, por lo que alguno puede ser sustituido o agregado.
- **Heterogeneidad:** ningún producto es igual a otro.
- **Subjetividad:** la opinión del cliente al momento del consumo será distinta.
- **Individualidad:** las experiencias que produce son individuales.
- **Inmediatez:** Su consumo es simultáneo a su fabricación real.
- **Simultaneidad de producción y consumo:** el producto se crea, produce y consume al mismo tiempo.

De acuerdo a lo anterior, las cualidades que poseen los productos turísticos los diferencian de otros que se originan en los demás sectores económicos. Así también el producto está integrado por elementos de orden sociológico y psicológico, debido a que la creación de éstos parte de satisfacer las necesidades o deseos humanos. Por ello, Villalva (2011) enlista algunos de éstos:

1. **Atractivos:** Son las cosas o lugares que motivan la visita del turista.
2. **Accesos y facilidades:** Son los medios para obtener el producto turístico.
3. **Herencia cultural de un pueblo:** Es todo aquello relacionado con la cultura de un grupo social en particular; lo cual también puede convertirse en la principal motivación para los visitantes.

El primer y el último punto dan oportunidad para reconocer a la comunidad local como un actor importante en la generación de productos turísticos (Monterrubio, 2009), pues es ella a quien pertenecen los atractivos y la herencia cultural. En este sentido, los productos turísticos deben ser considerados como una oportunidad de desarrollo y crecimiento, no solo económico sino también social, por lo que existe la necesidad de hacer participar a la comunidad local en los procesos de creación y desarrollo de productos turísticos.

2. Materiales y método

El objetivo central de esta investigación es realizar una propuesta metodología para la planeación de un producto turístico a partir de la comunidad local como actor principal. Para conseguir este fin, este trabajo se realizó en dos grandes fases: la primera comprendió la búsqueda, comparación y análisis de diferentes métodos para la creación de productos turísticos, los cuales fueron diseñados por académicos, sector público y privado; mientras que la segunda fase consistió en la elaboración de una nueva propuesta metodológica.

La primera fase constó internamente de dos etapas: la primera, centrada en la búsqueda de literatura científica en repositorios, bases de datos e indexaciones como

Redalyc, SciELO, Sage Journals, Sciencedirect, entre otros. Mientras que la segunda exploró la web, para acceder a otros trabajos que propusieran metodologías para la elaboración de productos turísticos.

Para estudiar las propuestas se tomó como punto de partida la investigación de Machado y Hernández (2007), quienes realizaron un análisis comparativo de los procedimientos para un producto turístico, los cuales deben reunir ciertos requisitos, como son: objetivos, necesidades de los clientes, generación de ideas, concepto de producto, estrategias de marketing, análisis del negocio, desarrollo del producto, prueba de mercado y lanzamiento del producto. Al respecto, para esta investigación se postularon los siguientes elementos:

1. **Objetivos:** fin que persigue la creación del producto turístico.
2. **Estudio de mercado:** análisis de la demanda para el producto.
3. **Estudio de la oferta:** evaluación de los atractivos con los que cuenta la comunidad local.
4. **Desarrollo del producto:** generación de ideas y creación de la «idea central» del producto turístico.
5. **Estrategias de marketing:** acciones para la promoción y venta del producto.
6. **Prueba de mercado:** se realiza una prueba piloto antes de lanzar el producto turístico al mercado.
7. **Lanzamiento del producto:** actividades para lanzar el producto turístico al mercado.
8. **Seguimiento:** actividades para dar seguimiento por parte de los gestores.
9. **Sensibilización de la comunidad local:** dar a conocer a la comunidad en general los elementos positivos y negativos que trae consigo al turismo.
10. **Mapeo de actores:** identificación de actores para la gestión del producto.
11. **Forma de participación de la comunidad local:** tipo de participación de la comunidad local, la cual puede ser pasiva, activa o nula.

De esta forma, se realizó un estudio comparativo de diferentes modelos de planeación para productos turísticos, en el que se identificó si las propuestas contaban con los elementos anteriormente planteados. Cabe decir que, aunque muchas propuestas no contaban con el nombre específico del elemento a analizar, sí contaban con un apartado similar. A partir de las debilidades identificadas se realizó la propuesta metodológica.

2.1. Revisión de propuestas metodológicas

El diseño de productos turísticos es un trabajo artístico y original que conlleva la búsqueda de beneficios económicos, sociales y medioambientales (Machado & Hernández, 2007). De esta manera, los procedimientos son variados y cuentan con diversas etapas, elementos, factores y objetivos; esto debido a los diferentes contextos que tienen las personas, instituciones u organizaciones que los crearon.

Tabla 1. Análisis de metodologías

Metodologías/elementos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Machado & Hernández (2007)	X	X	X	X	X	X	X				Nula
Luna & Polo (2009)	X	X	X	X	X						Pasiva
Consejo Nacional de Cultura y las Artes y Patrimonio Consultores (2011)	X	X	X	X	X			X			Pasiva y Activa
Fundación CODESPA (2011)	X	X	X	X	X			X	X	X	Activa
Machado (2013)	X	X	X	X	X			X			Nula
Fondo Nacional de Turismo (2014)	X	X	X	X	X		X				Pasiva
Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO. Embajada Suiza en Perú (2014)	X	X	X	X	X	X					Pasiva
Gómez (2014)	X	X	X	X	X	X				X	Pasiva
Servicio Nacional de Turismo (2015)	X	X	X	X	X	X	X	X			Nula
Castillo (2015)	X	X	X	X	X						Nula
Saravia & Muro (2016)	X	X	X	X	X				X	X	Activa
Paul (2016)	X	X	X	X	X		X			X	Pasiva y activa
Reyes, Ortega, & Machado (2017)	X	X	X	X					X	X	Activa
García & Quintero (2018)	X	X	X	X	X						Nula
Cardet, Palao, & González (2018)	X	X	X	X	X		X	X			Pasiva
Elementos											
1. Objetivos										7. Lanzamiento del producto.	
2. Estudio de mercado										8. Seguimiento	
3. Estudio de la oferta										9. Sensibilización de la comunidad local	
4. Desarrollo del producto										10. Mapeo o identificación de actores	
5. Estrategias de marketing										11. Forma de participación de la comunidad local	
6. Prueba de mercado											

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de los autores citados.

Del análisis crítico de la literatura se encontraron 15 propuestas para elaborar productos turísticos, en las que fue posible encontrar metodologías basadas únicamente en la oferta y demanda (v. gr. Machado & Hernández, 2007; Luna & Polo, 2009; Consejo Nacional de Cultura y las Artes y Patrimonia Consultores, 2011; Machado, 2013; Fondo Nacional de Turismo, 2014; Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO. Embajada Suiza en Perú, 2014; Servicio Nacional de Turismo, 2015; Castillo, 2015; Cardet, Palao, & González, 2018), mientras que, por otro lado, hay propuestas que apuestan a la inclusión de actores para detonar el desarrollo (v. gr. Fundación CODESPA, 2011; Gómez, 2014; Saravia & Muro, 2016; Paul, 2016; Reyes, Ortega, & Machado, 2017).

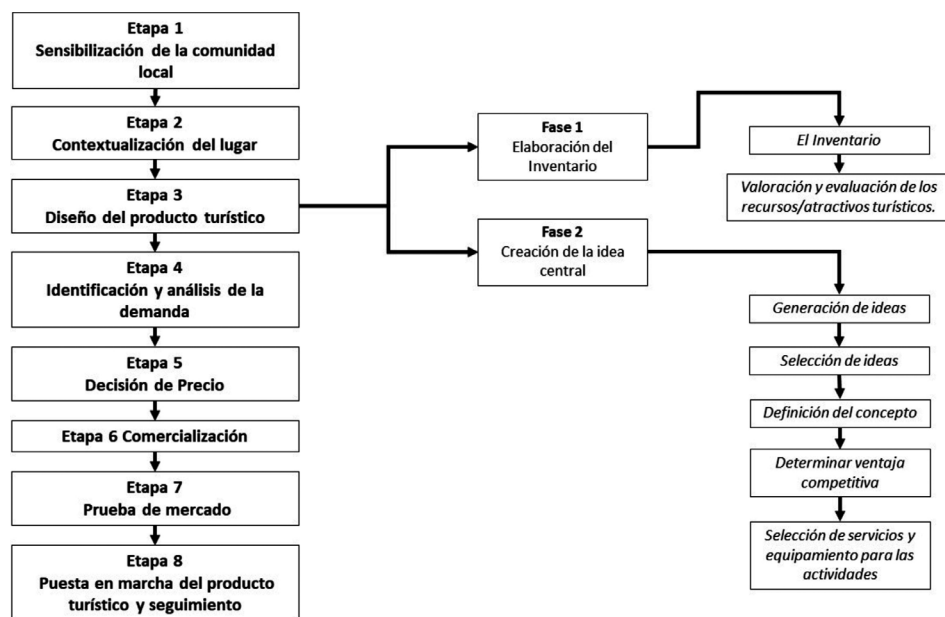
De manera general, la mayoría de las propuestas contemplan una participación nula o pasiva de la comunidad local, pues al estar basados en la oferta y demanda (enfoque económico), los actores locales solo son limitados a prestar servicios y no participan en la planeación de los productos, situación que no es benéfica para el desarrollo local (Reyes, Ortega, & Machado, 2017). Adicionalmente, Saravia & Muro (2016) mencionan que los productos turísticos deben ser validados por la comunidad.

En la misma postura, Mikery & Pérez-Vázquez (2014, p. 1739) argumentan que “es necesario generar métodos de análisis más robustos e incluyentes que promuevan la gestión de productos turísticos; es decir, de enfoques integradores, participativos y en un proceso uso multifuncional”. Así, resalta la inclusión este actor en la elaboración de productos turísticos mediante la participación activa, donde los locales generen las ideas y acompañen la gestión, el desarrollo, los productos y programas (*ob. cit.*).

3. Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local

Actualmente existe la creciente responsabilidad para crear productos turísticos que logren beneficiar a los diferentes actores del turismo, principalmente a la comunidad local. De esta forma, se propone la siguiente metodología, dividida en ocho etapas para la creación del producto turístico (ver figura 1).

Figura 1. Metodología para la elaboración del producto



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la imagen anterior, se presentan las siguientes etapas: 1) Sensibilización de la comunidad local, 2) Contextualización del lugar, 3) Diseño del producto turístico, 4) Identificación y análisis de la demanda, 5) Decisión del precio, 6) Comercialización, 7) Prueba de mercado y 8) Puesta en marcha del producto turístico y seguimiento; asimismo, para llevar a cabo algunas de éstas, es necesario cumplir una serie de fases y pasos.

3.1. Etapas previas

3.1.1. Etapa 1: Sensibilización de la comunidad local

En esta etapa se llevan a cabo sesiones de sensibilización con la comunidad local, las cuales pretenden evaluar la aceptación sobre la creación del producto turístico, dando a conocer los beneficios y costos que el turismo puede traer a su comunidad. En caso de no ser favorable, se prescindirá del producto turístico asociado.

En caso de ser aceptada la propuesta, se procederá a identificar un equipo de trabajo. Este grupo deberá contener integrantes de cada uno de los actores encontrados en los destinos turísticos (sociales, culturales, económicos, públicos y privados). De acuerdo a Saravia & Muro (2016), dichos actores dependerán de las características del destino. Asimismo, es importante reconocer que incorporar la participación y colaboración de cada actor relacionado con el turismo permitirá que ellos se sientan empoderados con el proyecto (Sebele, 2010).

3.1.2. *Etapas 2: Contextualización del lugar*

Se realiza la caracterización del lugar donde se encontrará el nuevo producto turístico.

3.1.3. *Etapas 3: Diseño del producto turístico*

El proceso de diseño del producto abarca dos fases: elaboración del inventario turístico y la creación de la idea central, descritas a continuación. En este sentido, es importante que el grupo de trabajo conformado y la comunidad local evalúen los atractivos por igual, pues algunos autores (v. gr. Cardenas, 2006; Hernández, 2001; Machado & Hernández, 2007; Villalva, 2011; Waligo, Clarke, & Hawkins, 2013) opinan que los recursos turísticos deben constituirse en atractivos turísticos mediante un proceso técnico y diferentes puntos de vista.

Para dar cumplimiento a estos pasos es recomendable utilizar la técnica de investigación de grupos focales [*focus groups*], la cual es una entrevista a más de una persona, en donde abordan un tema predeterminado en presencia de un moderador (Peterson & Barron, 2007; Bryman, 2012). Así, la comunidad local participará en la definición del producto turístico y los emprendimientos serán propiedad intelectual de la comunidad.

3.2. *Fases de planificación*

3.2.1. *Fase 1: Elaboración del inventario Turístico y evaluación*

Esta fase estará subdividida en dos: la primera comprende la elaboración del inventario turístico, mientras que la segunda hace alusión a la evaluación de los diferentes recursos que se encuentran en el sitio, para el posterior aprovechamiento de estos.

El inventario turístico

Un inventario turístico permite la selección de los atractivos disponibles de un territorio e identifica los lugares de interés turístico, para posteriormente, elegir aquellos que se consideren prioritarios, en los cuales se deben concentrar proyectos (Bote, 1990). De esta forma, para poder identificar los atractivos turísticos se sugiere utilizar el criterio de Hernández (2001), quien los clasifica en dos:

- **Atractivos Naturales:** son elementos creados por la naturaleza.
- **Atractivos Culturales:** son las manifestaciones humanas que tienen relación con la cultura (tradiciones, costumbres, artesanías, entre otras).

Valoración y evaluación de los recursos/atractivos turísticos

Para el producto turístico es necesario calificar los atractivos, lo cual debe hacerse a partir de sus características, y deberá responder a cuatro elementos básicos:

- **Calidad.-** Es el valor intangible y subjetivo inherente a sí mismo, centrado en la originalidad de los atractivos, y genera interés en la visita.
- **Accesibilidad.-** Son las condiciones físicas para llegar a los atractivos o lugares de interés.

- **Seguridad.-** Son aquellas características operativas que hacen funcional al atractivo.
- **Utilización para la actividad turística.-** Es la viabilidad del atractivo para albergar la llegada de turistas.

3.2.2. Fase 2: Creación de la idea central

En esta fase se tratará de conceptualizar la idea de lo que se quiere en el producto. Se divide en siete pasos:

- **Generación de ideas:** La comunidad local aporta ideas sobre las actividades turísticas que pueden ser desarrolladas.
- **Selección de ideas:** elegir ideas que cumplan con los criterios de viabilidad (social, ambiental, cultural y económica).
- **Definición del concepto:** la comunidad local conceptualiza y contextualiza las actividades a desarrollar para el producto, para definir su tipo.
- **Determinar ventaja competitiva:** la comunidad aporta ideas para poder distinguir el producto de otros similares.
- **Selección de servicios y equipamiento para las actividades:** Se identificarán qué elementos son necesarios para el desarrollo del producto entre ellos el capital humano, los recursos materiales, económicos, normativos, entre otros.

3.3. Fases de implantación

3.3.1. Etapa 4: Identificación y Análisis de la demanda

El objetivo de esta etapa es identificar y analizar la posible demanda que pueda consumir el producto turístico. Para emprender un proyecto es necesario verificar si existe una oportunidad de mercado (Go & Govers, 2000). A partir de ello, se debe realizar un análisis de la información referente a las tendencias actuales de los principales mercados emisores, su comportamiento, motivaciones, entre otros (Gómez, 2014).

3.3.2. Etapa 5: Decisión de Precio

El precio se fijará mediante el rango de ganancia el cual se quiera obtener, donde se toma en cuenta el costo de producción y la cantidad que podrían pagar los consumidores.

3.3.3. Etapa 6: Comercialización

En esta etapa son elegidos los canales de distribución del producto con base al resultado obtenido en la etapa cuatro (3.3.1). Adicionalmente, se propone la creación de una «marca» que distinga al producto ofertado en el lugar, pues ésta puede ayudar a consolidar un producto turístico (Kotler, Haider, & Rein, 1993).

3.3.4. Etapa 7: Prueba de Mercado

El objetivo de esta etapa, es someter a prueba el producto “ante un grupo de turistas pertenecientes al segmento de mercado seleccionado” (Gómez, 2014, p. 165), lo

cual consiste en ajustar los itinerarios, pudiendo reconsiderar los procesos de las actividades.

3.3.5. *Etapas 8: Puesta en marcha del producto turístico y seguimiento*

Esta etapa es la final de la elaboración y gestión del producto turístico, la cual tendrá una propuesta sólida de actividades, servicios y beneficios a partir de una experiencia turística completa, lo que conlleva un producto turístico como tal (Machado & Hernández, 2007). Asimismo, se tendrá que dar un seguimiento paulatino a las acciones llevadas a cabo, pues es posible implementar una mejora continua a partir de la revisión de los procesos, con el fin de consolidar, integrar y diversificar la oferta de servicios.

4. **Discusión y conclusiones**

Actualmente, la actividad turística es visualizada como un motor de desarrollo para las personas que habitan en los destinos. Sin embargo, se ha tratado de incluir la participación de la comunidad local en el turismo, con poco éxito (Ruhanen, 2009; Sebele, 2010). Por ello, resulta indispensable generar un proceso de planificación integrador, donde la comunidad local sea reconocida como pilar fundamental para la creación y gestión de los productos turísticos. En este sentido tiene su origen el turismo comunitario, no como una nueva tipología de turismo, sino como una manera de planeación y gestión de la actividad turística, basada en el paradigma de la sustentabilidad.

Si bien, en la actualidad existen propuestas para la planificación y generación de productos turísticos (v. gr. Bote, 1990; Boullón, 1994; Acerenza, 1998; Godfrey & Clarke, 2000; Ivars, 2003; Saravia & Muro, 2016), la literatura científica resalta la exclusión de la comunidad local en el proceso de planificación (v. gr. Ruhanen, 2009; Sebele, 2010; Waligo, Clarke, & Hawkins, 2013; Saravia & Muro, 2016), particularmente debido a situaciones políticas, indiferencia hacia la actividad o la poca labor de sensibilización realizada por los gestores turísticos. Por ello, esta investigación realizó una propuesta de una metodología integradora para la creación de un producto turístico, de tal manera que integre a la comunidad local de forma participativa.

A pesar de generar esta propuesta, una de las principales limitantes que se vislumbran en su aplicación son dos: la primera, centrada sobre la negativa o resistencia a la participación por parte de la comunidad local con la creación del producto turístico o del turismo en general. Cabe mencionar que esto depende de las habilidades de los gestores, pues en muchas de las ocasiones no cuentan con el poder de convencimiento para relacionarse con la comunidad local (Mair, 2012), lo que representa un reto a cubrir en futuras investigaciones.

La segunda limitante es que esta metodología no sirve para planificación de proyectos turísticos «macro», pues es centrada en grupos pequeños. De tal manera, Monterrubio (2009, p. 107) menciona que:

[...] la planificación a nivel local permite mayores oportunidades para el desarrollo exitoso del turismo; además de garantizar mejores condiciones de vida en las áreas social, cultural, económica y ecológica de la comunidad receptora. Es precisamente en este

nivel donde la incorporación de la comunidad local juega un papel importante en la planificación y gestión exitosa del desarrollo turístico.

Por otro lado, la ventaja y diferencia de esta propuesta con otras metodologías está en el proceso de sensibilización de la comunidad local, pues en muchos de los casos este actor tiene poco conocimiento sobre lo que significa el turismo y los costos y beneficios que éste provoca (Aref, Gill, & Farshid, 2010). Así, los integrantes de la comunidad son quienes proponen y definen el tipo de producto turístico a implementar, a partir del conocimiento que poseen sobre el espacio geográfico, tanto de sus recursos naturales y como los culturales.

Referencias

- Acerenza, M. (1998). *Administración del turismo, planificación y dirección*. México: Trillas.
- Aref, F., Gill, S., & Farshid, A. (2010). Tourism development in local communities: as a community development approach. *Journal of american Science*, 6(2), 155-161. <https://doi.org/10.7537/marsjas060210.26>
- Ávila, V. (2002). Community-based ecotourism management moving towards sustainability, in Ventanilla, Oaxaca, Mexico. *Ocean & Coastal Management*, 45, 511-529. [https://doi.org/10.1016/S0964-5691\(02\)00083-2](https://doi.org/10.1016/S0964-5691(02)00083-2)
- Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. Collingwood, Australia: Landlinks Press.
- Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community development journal*, 40(1), 39-49. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsi005>
- Boonratana, R. (2010). Community-based tourism in thailand: the need and justification for an operational definition. *Kasetsart Journal Social Science*, 31(2), 280-289.
- Bote, V. (1990). *Planificación económica del turismo*. México: Trillas.
- Boullón, R. (1994). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Boyd, S., & Singh, S. (2003). Destination communities: structures, resources and types. En S. Singh, D. Timothy, & R. Dowling, *Tourism in destination communities* (págs. 19-34). Londres: CABI Publishing.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press. Foruth edition.
- Cardenas, F. (2006). *Proyectos turísticos: localización e inversión*. México: Trillas.
- Cardet, E., Palao, R., & González, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la dirección*, 12(1), 1-16.
- Castillo, E. (2015). Metodología para desarrollar productos turísticos. Caso de estudio. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 9(1), 97-108.
- Consejo Nacional de Cultura y las Artes y Patrimonia Consultores. (2011). *Portal del Departamento de Patrimonio Cultural inmaterial del Ministerio de las Culturas, Artes y el Patrimonio*. Recuperado el 2018 de Diciembre de 12, de <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Crespi, M., & Planells, M. (2006). *Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales*. Madrid: Síntesis.
- De Borja, L., Casanovas, J., & Bosch, R. (2002). *El consumidor turístico*. Madrid: Esic Editorial.
- Ernavati, N., Sudarmini, N., & Sukmawati, N. (2018). Impacts of tourism in Ubud Bali Indonesia: a community based tourism perspective. *Journal of Physics Conference Series*, 953, 1-9. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012078>
- Fernández, M. (2011). Turismo comunitario y empresas de base comunitaria turísticas: ¿Estamos hablando de lo mismo? *EL Periplo Sustentable*(20), 31-74.
- Fondo Nacional de Turismo. (2014). *Fondo Nacional de Turismo Colombia*. Recuperado el 2018 de Noviembre de 20, de https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/DISE-

NO_DE_PRODCTO_DE_HONDA.PDF

- Fundación CODESPA. (2011). Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA. *Una experiencia regional Andina*. Lima: Edición CODESPA.
- García, N., & Quintero, Y. (2018). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 52-64. <http://dx.doi.org/10.4067/riat.v14i1.441>
- García, T., Figueiró, A., & Silva, L. (2013). Possibilidades para um turismo de base comunitária na bacia do Rio Camaquã (RS): um diálogo com o desenvolvimento baseado no território. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 6(1), 139-152.
- Go, F., & Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: A European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 79-88. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00098-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00098-9)
- Godfrey, K., & Clarke, J. (2000). The tourism development. *Handbook, a practical approach to planning and marketing*. London: Continuum.
- Gómez, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *Revista Retos*, 8(1), 157-172. <https://doi.org/10.17163/ret.n8.2014.08>
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: a success?* ICRT y GTZ. Obtenido de <http://www.haroldgoodwin.info/uploads/CBTaSuccessPubpdf.pdf>
- Gunn, C. (2002). *Tourism Planning*. United Kingdom: Routledge.
- Hernández, A. (2001). *Proyectos turísticos: formulación y evaluación*. México: Trillas.
- Hiwasaki, L. (2006). Community-Based Tourism: A pathway to sustainability for Japan's protected areas. *Society and Natural Resources*, 19(8), 675-692. <https://doi.org/10.1080/08941920600801090>
- Ibañez, R., Ivanova, A., & Amador, L. (2010). Turismo, comunidad y sustentabilidad en Cabo, Pulmo, Baja California Sur. En R. Chávez, E. Andrade, R. Espinoza, & M. Navarro, *Turismo comunitario en México. distintas visiones ante problemas comunes* (págs. 35-50). México: Universidad de Guadalajara.
- Ivars, J. (2003). *Planificación turística*. España: Síntesis.
- Jaime, V., Casas, C., & Soler, A. (2011). Desarrollo rural a través del turismo comunitario. Análisis del Valle y Cañón de Colca. *Gestión turística*, Enero-Junio(15), 1-20.
- Jamal, T., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Jovicic, D. (2014). Key issues in the implementation of sustainable tourism. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 297-302. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.797386>
- Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (1993). *Marketing places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: The Free Press.
- López-Guzmán, T., & Sánchez, S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(99), 85-103.
- Luna, B., & Polo, A. (2009). *Elaboración de un producto turístico comunitario en las comunidades Puctahua y Llangahua del Cantón de Ambato, Provincia de Tungurahua*. Tesis de ingeniería. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Ecuador.
- Luna, M. (2014). La participación de la comunidad local del municipio de Suesca en el desarrollo turístico, Colombia. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 10(1), 33-39. <http://dx.doi.org/10.4067/riatvol10iss1pp33-39%250718-235X>
- Machado, E. (2013). Integración y diseño del producto turístico aplicado a la región central del destino Cuba. *Revista Geographos*, 4(35), 69-92. <https://doi.org/10.14198/GEOGRA2013.4.35>
- Machado, E., & Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis*(4), 161-174.

- Mair, H. (2012). The challenge of critical approaches to rural tourism studies and practice. En I. Ateljevic, N. Morgan, & A. Pritchard, *The critical turn in tourism studies* (págs. 42-54). USA: Routledge.
- Mehedi, M., Mohammed, A., Nassani, A., & Nurul, M. (2017). Community-based ecotourism management for sustainable development of marine protected areas in Malaysia. *Ocean & Coastal Management*, 136, 104-112. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2016.11.023>
- Mikery, M., & Pérez-Vázquez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*(9), 1729-1740.
- Monterrubio, J. (2009). Comunidad receptora: elemento esencial en la gestión turística. *Gestión Turística*, 11, 101-111.
- Montoya, M. (2013). *Turismo comunitario y desarrollo rural. Interacción y escalonamiento de innovaciones*. Lima: IEP, IDRC-CRDI; FIDA.
- Monyara, G., & Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: an exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628-644. <https://doi.org/10.2167/jost723.0>
- Noia, A., Avila, M., & Cartibani, M. (2009). Desarrollo turístico y comunidad local valoraciones y expectativas de los residentes de Ilhéus-BA, Brasil. *Estudios y Perspectivas en turismo*, 634-654.
- Nyaupane, G., Morais, D., & Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 27(6), 1373-1385. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.013>
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511- 529. <https://doi.org/10.2167/jost782.0>
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Agenda para planificadores locales: desarrollo turístico sostenible*. España: OMT.
- Osorio, M. (2006). La planificación turística, enfoques y modelos. *Quivera. Revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales*, 8, 291-314.
- Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*(30).
- Paul, A. (2016). *Propuesta de diseño de un producto turístico, para la comunidad Shuar de Tarimiat, Cantón Pastaza, Provincia de Pastaza*. Tesis de técnico en operación y comercialización. Quito: Universidad de las Américas. Facultad de turismo y hospitalidad.
- Pearce, D. (1992). Alternative tourism: concepts, classifications and questions. En V. Smith, & W. Eadington, *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (págs. 15-30). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Peterson, E., & Barron, K. (2007). How to get focus group talking: new ideas that will Stick. *International Journal of Qualitative Methods*, 6(3), 140-144. <https://doi.org/10.1177%2F160940690700600303>
- Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO. Embajada Suiza en Perú. (2014). *Manual para la planificación de productores turísticos*. Lima: Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico.
- Reyes, M., Ortega, Á., & Machado, E. (2017). Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio de Pastaza. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(123), 250-275.
- Rodrigues, D., Corbari, S., Cioce, C., & Juremma, I. (2014). Turismo comunitario en favelas. Un estudio del Favela Inn Hostel, Chapéu Mangueira - Rio de Janeiro, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23, 786-804.
- Ruhanen, L. (2009). Stakeholder participation in tourism destination planning another case of missing the point? *Tourism recreation research*, 34(3), 283-294. <https://doi.org/10.1080/02508281.2009.11081603>

- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399-418.
- Sampaio, C., Alves, F., & Falk, V. (2008). Arranjo socioprodutivo de base comunitária: interconectando o turismo comunitario com redes de comércio justo. *Turismo Visão e Ação*, 10(2), 244-262.
- Sánchez, L. (2009). Turismo y comunidad receptora. Un estudio en la costa venezolana. *Fermentum*, 19(54), 79-101.
- Saravia, M., & Muro, M. (2016). Productos turísticos. Metodología para su elaboración. *Revista de Ciencias sociales, Segunda Época*, 8(29), 53-78.
- Sebele, L. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. *Tourism Management*, 31(1), 136-146. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.005>
- Senyana, L., & Moren, T. (2011). Community-based tourism enterprises: challenges and prospects for community participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 97-114. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2010.508527>
- Servicio Nacional de Turismo. (2015). *Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2018, de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>
- Singh, S., Timothy, D., & Dowling, R. (2003). Tourism and Destination Communities. En S. Singh, D. Timothy, & R. Dowling, *Tourism in Destination Communities* (págs. 3-18). Londres: CABI Publishing.
- Teye, V., Sönmez, S., & Sirakaya, E. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00074-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00074-3)
- Torres, J. (2015). Turismo comunitario y su estudio: Reflexiones desde un enfoque cultural propositivo para el desarrollo rural. *Revista Humanismo y Cambio Social*(5), 68-73. <https://doi.org/10.5377/hcs.v0i5.4995>
- Ugarte, X. (2007). *Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel nacional e internacional*. Galicia: Tesis Doctoral. Universidad de Santiago de Compostela.
- Villalva, D. (2011). *Diseños de productos turísticos sostenibles para el Cantón Cumandá provincia de Chimborazo*. Tesis de ingeniería en Ecoturismo. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: Facultad de Recursos Naturales. Ecuador.
- Waligo, V., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342-353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- Zamorano, F. (2002). *Turismo alternativo*. México: Trillas.

Migraciones en la sociedad contemporánea: Correlación entre migración y desarrollo

Migrations in contemporary society and its correlation with development

Gabriel Lotero-Echeverri es profesor e investigador de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín (Colombia) (gabrielj.lotero@upb.edu.com) (<https://orcid.org/0000-0001-5454-9363>).

Dra. M. Amor Pérez Rodríguez es profesora titular e investigadora de la Universidad de Huelva (España) (amor@uhu.es <https://orcid.org/0000-0001-8312-5412>).

Resumen

En la sociedad contemporánea las migraciones se han intensificado debido al proceso de globalización por el cual las economías se vuelven interdependientes y se tejen redes de trabajo transnacionales, que facilitan la inserción laboral de personas cualificadas, aunado a la popularización de las TIC, las cuales se han vuelto omnipresentes, refuerzan procesos de hibridación cultural y permiten «acercar distancias». Sin embargo, la presencia del extranjero se sigue encuadrando como una amenaza en los discursos de políticos influyentes y en los medios masivos de comunicación, quienes desconocen los efectos positivos que las migraciones pueden aportar, desde el punto de vista económico, cultural, educativo y en la promoción del desarrollo humano. En el presente artículo se realiza una revisión crítica de la literatura sobre la correlación entre migraciones internacionales y desarrollo humano, la cual se puede enfocar desde dos puntos de vista: el codesarrollo, que involucra a los migrantes como promotores del desarrollo, o desde la teoría de la dependencia, que afirma que las migraciones refuerzan el círculo vicioso de la pobreza de sus territorios de origen. Se destaca que los países receptores tienen políticas para seleccionar migrantes con estudios superiores y con recursos financieros, mientras que son reacios a recibir migrantes laborales poco cualificados, atraídos por mejores salarios, así como también se obstruye la entrada a personas que solicitan refugio, ante la necesidad de protección de sus Derechos Humanos.

Abstract

Migrations have intensified in contemporary society, due to the process of globalization, which deepens the interdependence of economies and strengthens transnational networks, which facilitate the labor insertion of qualified people. The popularization of ICT also reinforces the processes of cultural hybridization and shortens distances. However, the speeches of influential politicians and the mass media frame the presence of foreigners as a threat, while these speeches hide the positive effects of migrations, both to the host country and to the birth country. The purpose of this document is to review the relationship between international migration and human development, from two points of view: co-development, which involves migrants as promoters of development, and dependency theory, which affirms that migrations reinforce poverty in their territories of origin. In some host countries, there are policies to select migrants with higher education and financial resources, while is closed the entry of low-skilled migrants, attracted by higher wages, as well as the entry of people seeking asylum.

Palabras claves | keywords

Inmigración, desarrollo, migración, codesarrollo, cooperación internacional, capital social.
Immigration, development, migration, co-development, international cooperation, social capital.

Cómo citar: Lotero-Echeverri, G., y Pérez-Rodríguez, M.A. (2019). Migraciones en la sociedad contemporánea: Correlación entre migración y desarrollo. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 145-159. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.09>

1. Introducción

Las migraciones son un fenómeno histórico, de gran incidencia en la vida de las sociedades de origen, de tránsito y de acogida de las poblaciones que deciden migrar o que son forzadas a hacerlo. A escala mundial se estima que existen 257,7 millones de migrantes internacionales, lo que equivale al 3,4 % de la población mundial, según datos de la Organización Internacional para las Migraciones del año 2017 (OIM, 2018). En el presente artículo se aborda este fenómeno desde un enfoque multidimensional, más allá de una mirada centrada en las problemáticas de seguridad y control fronterizo, que suelen predominar en el encuadre de las migraciones en las agendas políticas y mediáticas.

Canelón Silva y Almansa Martínez (2018) enfatizan en la necesidad de gestionar las migraciones internacionales desde “un enfoque holístico que favorezca el tratamiento humano de los migrantes –independientemente de su estatus migratorio–, poniendo en primer plano la totalidad de sus dimensiones y aspectos esenciales como personas” (p. 118). Esta gestión de los movimientos migratorios es un escenario propicio para la cooperación internacional. El *Marco de la Gobernanza de la Migración* de la Organización Internacional de las Migraciones (OIM) plantea tres objetivos específicos:

1. La buena gobernanza de la migración y las políticas conexas deberían fomentar el bienestar socioeconómico de los migrantes y de la sociedad.
2. La gobernanza adecuada de la migración se debería fundamentar en respuestas eficaces a la movilidad en situaciones de crisis.
3. La migración se debería efectuar de manera segura, ordenada y digna (OIM, 2015, p. 6-7).

En el marco propuesto por la OIM (2015) se destaca la importancia de intervenir los factores de expulsión de las poblaciones de sus países de origen. “La pobreza, la inestabilidad, la falta de acceso a la educación y a otros servicios básicos son sólo algunos de los factores que incitan a las personas a emigrar” (p. 6). Por tanto, con el fin de comprender la interrelación entre migraciones y fomento del desarrollo, se realiza una revisión crítica de literatura, a partir de autores de referencia y de estudios recientes sobre migraciones internacionales en el ámbito iberoamericano, teniendo especial énfasis a la literatura emergente de bases de datos de referencia como Scopus® y el Journal Citation Reports® (JCR).

2. Características de las migraciones contemporáneas

Entre las causas de las migraciones internacionales, desde una mirada global, se destacan las crecientes brechas entre los países de origen y de destino en el nivel de renta, en la calidad de vida, en las oportunidades y servicios y en la garantía del disfrute de derechos. Aunque se afirma que el desarrollo económico contribuye a reducir las migraciones, y esto es aún más válido al hablar del deseable carácter voluntario de las mismas, se observa que cuando aumenta el nivel de desarrollo económico se genera atracción de migraciones. Esta situación varía entre los países y al interior de éstos, de acuerdo con la pertenencia a determinada clase, ya que, si bien el desarrollo económico

de un país suele ser medido a través de la renta *per cápita*, está distribuido de manera desigual entre las diferentes clases sociales y al interior mismo de las familias.

Los países más pobres generan normalmente menos emigrantes que aquéllos que están más arriba en el escalafón de la renta *per cápita*. (...) Así, las tasas de emigración de los países realmente pobres son muy bajas, mientras que son mucho más altas en el caso de los países moderadamente pobres (Hatton y Williamson, 2004, p. 11).

Las migraciones de principios del siglo XXI no están al alcance de todos. Para emigrar se requieren recursos económicos, información y relaciones sociales. Una parte considerable de la población que migra pertenece a la clase media en sus países de origen, generalmente del hemisferio sur (Naïr, 2006), en los cuales se favorece la salida de estas poblaciones hacia el mejoramiento en el acceso a formación avanzada y de las expectativas de vida, que no encuentran una satisfacción adecuada en sus respectivos países por la falta de oportunidades y la creciente precariedad del mercado laboral, unido a otros factores de expulsión y que amenazan a algunos sectores de población a caer en situaciones de exclusión social, así como padecer una disminución en su calidad de vida.

La migración internacional se facilita cuando la persona cuenta con estudios superiores. Afirma Naïr (*ob. cit*) que esto representa una amenaza para los países de origen, pero favorece a los países de acogida, porque contar con personas formadas aumenta su competitividad en la sociedad del conocimiento. Para 2015, 14.7 millones de inmigrantes «altamente cualificados» vivían en Estados Unidos, “tienen estudios superiores de grado asociado a licenciatura o posgrado” (Gaspar, 2017, p. 86).

El 74.6% de los migrantes es económicamente activo. Debido a su nivel educativo, se asume que su integración a la sociedad de acogida es relativamente fácil, aunque deben afrontar barreras relacionadas con su estatus migratorio, la legislación laboral, el reconocimiento de títulos y el dominio del idioma. Disponer de una población extranjera con capacidad de inversión y mejor cualificada no sólo representa ventajas productivas, sino en las capacidades de estos nuevos habitantes para insertarse en las sociedades de acogida.

De acuerdo con la OIM, los flujos migratorios de personas desde los países del Sur hacia los países del Norte son un reflejo de la desigualdad en las relaciones internacionales:

La mayoría de los países de destino suelen ocupar una posición hegemónica a nivel mundial o regional en comparación con los países de origen de los que proceden los migrantes. Este es el caso de muchas migraciones Sur-Sur y Sur-Norte. Los países de destino también suelen ser más ricos y con frecuencia ocupan una posición estratégica y militar dominante (OIM, 2018, p. 142).

En este sentido, son varios los países que tienen políticas que les permiten seleccionar a las personas que ingresen a su territorio, como una forma de luchar contra la clandestinidad. En los países del norte se endurecen las condiciones de entrada, de regularización y reagrupación familiar, mientras se promueve la inmigración de personas que puedan favorecer el desarrollo productivo del país de acogida.

Los Estados modernos no tratan igual a todos los migrantes, sino que, en cambio, seleccionan y diferencian según sus intereses nacionales percibidos. La selectividad implica privilegiar a ciertas personas como adecuada para el ingreso y residencia y rechazar a otras, a veces con base en la nacionalidad, etnicidad o raza. Por ejemplo, hasta los años sesenta, Estados Unidos, Australia y Canadá excluían en gran parte a los no europeos (Castles, 2010, p. 54).

En España, entre enero y octubre de 2018, 5.876 personas obtuvieron un visado al amparo de la Ley de apoyo a emprendedores (Ley 14/2013 de 27 de septiembre), siendo el país de la Unión Europea con más «visas doradas» y con un mayor ingreso de inversiones por este concepto (Aranda, 2018). Recibir migrantes con estudios superiores o con capacidad de inversión es una medida que favorece a los países de acogida, dado que la integración social de estas personas suele ser más fácil, lo que en palabras de Naïr (2006) “son mucho más dúctiles, culturalmente más permeables y tienen una relación totalmente diferente con el origen, con la nacionalidad del país de origen, con la pertenencia identitaria; están más abiertos a la cultura mundial, más internacionalizados” (p. 202-203).

Sin embargo, existen otros factores estructurales que pueden ser una desventaja persistente: “en el mercado laboral estadounidense, ser mujer, ser hijo de inmigrantes, tener o no la ciudadanía, la raza, el origen étnico y el estatus migratorio tiene implicaciones en la integración laboral” (Gaspar, 2017, p.119).

Actualmente, existe una fuerte tendencia a las migraciones clandestinas o irregulares. Esta condición responde a una fuerte presión migratoria del Sur sobre el Norte y a la legislación restrictiva de este último. Es difícil establecer el número de personas migrantes en condiciones de clandestinidad, situación en la cual se refuerza la vulnerabilidad de sus derechos fundamentales, entre éstos la vida, como se confirma lamentablemente en el intento de cruzar el Mediterráneo hacia Europa o la frontera de México hacia los Estados Unidos.

De acuerdo con Castles (2010), una de las características de este fenómeno es la actuación de redes criminales mafiosas que intervienen en dos negocios crueles y peligrosos: El contrabando y la trata. Muchas personas solo tienen la opción de contratar a redes para el paso ilegal de fronteras (contrabando) y otras personas son engañadas o son obligadas a migrar en el tráfico de mano de obra esclava y de prostitución forzada (trata).

La migración irregular es objeto de especial interés por parte de los políticos y los medios de comunicación (Aguaded y Romero-Rodríguez, 2015). “Las estimaciones con frecuencia son manipuladas por razones políticas, es decir, culpar a los migrantes irregulares de generar problemas sociales se ha convertido en una práctica ampliamente difundida por los políticos populistas” (Castles, 2010, p. 52).

La migración en situación administrativa irregular es una problemática mundial. Solamente en Estados Unidos habitan alrededor de 11 millones de inmigrantes en situación de clandestinidad. Se estima que entre el 10 y el 15 por ciento de los inmigrantes se encuentran en situación irregular, es decir que no cumplen con las leyes migratorias del país de acogida, bien porque se han vencido los visados con los que ingresaron o porque buscan trabajo sin permiso legal. No todos se integran

al mercado laboral, ya que algunos son dependientes de sus familiares y otros son solicitantes de asilo a quienes no se les ha aprobado dicho estatus (Castles, 2010).

Castles (*ob. cit*) destaca como «factor de llamada» la demanda de oficios de baja cualificación y en situación de precariedad en los mercados laborales de países del Norte, así como la denominada «economía sumergida», ya que los empleadores requieren personas dispuestas a aceptar bajos salarios y condiciones de explotación. Por tanto, estas personas se encuentran en condiciones de precariedad también en las sociedades de acogida, donde pueden estar entre las más vulnerables ya que carecen prácticamente de derechos civiles y laborales (como posibilidad de demandar o afiliarse a un sindicato).

Asimismo Castles (*ob. cit*) explica que las migraciones por motivos económicos se explican fácilmente desde la perspectiva de la globalización, constituida por flujos y redes transnacionales de diversa naturaleza, especialmente a partir de la brecha geopolítica que existe en el Sur y el Norte. Las migraciones forzadas también tienen entre sus causas factores económicos condicionados por la globalización. Por tanto, la distinción entre la migración económica y la migración forzada resulta borrosa, ya que muchos migrantes y solicitantes de asilo tienen múltiples razones para migrar y es imposible separar las motivaciones económicas de las motivaciones relacionadas con la violación de Derechos Humanos. “Las economías fallidas generalmente también significan Estados débiles, prácticas totalitarias y abuso a los Derechos Humanos” (Castles, 2003, p. 17).

A pesar de la dificultad que existe para identificar la motivación principal de muchos migrantes internacionales en situación irregular y distinguir si se tratan de causas económicas o de refugio, sus necesidades son similares y, ante todo, lo que se debe garantizar es el reconocimiento de su dignidad y sus Derechos Humanos, de manera que sean menos vulnerables a la explotación.

Los migrantes, solicitantes de asilo y refugiados deben ser recibidos como seres humanos, en el pleno respeto de su dignidad y derechos humanos, sea cual sea su estatuto migratorio. Si bien cada Estado tiene derecho a gestionar y controlar sus fronteras, los migrantes y refugiados deben recibirse de conformidad con las obligaciones aplicables en virtud del derecho internacional (El Vaticano, 2017, p. 127).

Una de las modalidades más graves de las migraciones irregulares son las de tipo forzado (Castles, 2003). Las migraciones forzadas incluyen problemáticas como el refugio, el asilo político, el desplazamiento interno, el desplazamiento inducido por planes de desarrollo o por desastres naturales y el desplazamiento por trata de personas. Castles (2003) plantea que el fenómeno de las migraciones forzadas debe comprenderse en el marco amplio del estudio de las migraciones, desde un abordaje transnacional e interdisciplinar. Sin embargo, el autor critica que las migraciones forzadas sean casi siempre asociadas a problemáticas de seguridad nacional y control de fronteras de los Estados-nación.

Por tanto, las migraciones son un tema delicado en los países receptores donde es vista como uno de los principales problemas y es explotada por algunos grupos políticos. Las investigaciones de Polson & Kahle (2010) sobre la cobertura mediática de las migraciones en Estados Unidos y Europa confirman el predominio de determi-

nadas representaciones negativas en la construcción de la imagen de los inmigrantes en las sociedades receptoras, en las cuales destacan las etiquetas sobre la exclusión y palabras como «invasores de la nación», así como otras metáforas negativas relacionadas con el asedio al territorio nacional de fuerzas fuera de control como las de desastres naturales como las avalanchas o las oleadas. En estos encuadres negativos sobre las migraciones se deshumaniza a los sujetos: “*refugees are equated with water, packages, an out-of-control mass, pests or potential invaders, and natural disasters*” (p. 253).

Naïr afirma que en los países de acogida “los poderes públicos no tienen ningún interés en mantener un discurso claro y franco sobre el significado de la inmigración” (2006, p. 199). Una de las razones son los costos políticos que representaría reconocer que la inmigración es necesaria (y que tiene algunos efectos positivos), también en conexión con los posibles «efectos llamada» que se le atribuye; y porque de esta manera, se asegura la disponibilidad de un ejército de reserva de mano de obra barata y vulnerable, presto a responder a las demandas del mercado laboral.

3. Retos que plantean las migraciones internacionales a las sociedades de origen y de acogida

A pesar de las restricciones impuestas para la entrada a los países del Norte, los flujos migratorios seguirán produciéndose ante la vigencia y profundización de las complejas dinámicas que los ocasionan (desde dimensiones locales hasta globales). En este sentido se destaca el aumento de la presión migratoria desde los países del Sur hacia los del Norte en los últimos años, teniendo como principales polos de atracción a Estados Unidos y a Europa occidental, tanto por motivaciones laborales como también por razones humanitarias (OIM, 2018).

Aunque predomina la atención acerca de las migraciones con destino al Norte, existen importantes movimientos de población entre los mismos países del sur. De acuerdo con Bologna (2010), Argentina es el país suramericano que recibe más migrantes y aproximadamente la mitad proceden de países fronterizos: Paraguay, Bolivia y Chile. En América del Sur, según datos de la Organización Internacional de Migraciones (OIM, 2018), el 70 % de las migraciones tienen como destino a países de la misma región, “debido a las disparidades económicas y laborales existentes entre los países, la mayoría de los migrantes de la región se desplazan con fines de trabajo” (p. 90). Los migrantes suramericanos que viajan fuera de su región tienen dos destinos predominantes: Estados Unidos y España.

Ante los riesgos que representa tanto la asimilación que invisibiliza la diversidad y la deja en riesgo de exclusión social, como también las estigmatizaciones de los migrantes por parte de discursos de medios de comunicación y partidos políticos extremistas y populistas, se hace necesario un abordaje más complejo de un fenómeno que es tan antiguo como la humanidad y que exige un rol activo tanto a los gobiernos como a la sociedad civil.

La aceptación de los migrantes representa una oportunidad para nuevas interacciones en función de un enriquecimiento mutuo, identificando y superando, merced campañas de sensibilización, las fuentes de hostilidad y de tensiones sociales. No en vano, la otrora ‘invisibilidad’ de los migrantes, que conllevaba dejar de lado la consideración de sus

derechos, su dignidad y sus necesidades, ha dado paso en la actualidad a una atención sostenida fundada en estereotipos, estigmas y prejuicios generalizados (Canelón Silva y Almansa Martínez, 2018, p. 119).

Existen diferentes modelos para la inserción de la población migrante en la sociedad de acogida a partir del análisis de casos internacionales de referencia. Giddens (2002) plantea la existencia de por lo menos tres modelos: i) el de «asimilación», que exige amoldar los comportamientos a los valores y normas de las mayorías, ii) el de «fusión» (*melting pot*), en el cual las tradiciones de los inmigrantes se entremezclan con las predominantes para formar nuevas pautas culturales en continua evolución y, iii) el del «pluralismo cultural», que consiste en “promover el desarrollo de una sociedad genuinamente plural, en la que se reconozca una misma validez a las diferentes subculturas” (p. 333).

En esta línea, un modelo de integración es más propio de los modelos de fusión y de diálogo de culturas, si bien todavía se plantea como un escenario posible, como utopía a construir, en el cual la integración puede entenderse como la:

Generación de cohesión social y convivencia intercultural, mediante procesos de adaptación mutua entre dos sujetos jurídica y culturalmente diferenciados, donde las personas de origen extranjero se incorporan en igualdad de derechos, obligaciones y oportunidades a la población autóctona, sin por ello perder su identidad y cultura propias; y la sociedad y el Estado receptor introducen paulatinamente aquellos cambios normativos, organizativos, presupuestarios y de mentalidad que se hagan necesarios (Giménez, 2003, p. 78-79).

Los migrantes deben elegir su propia trayectoria y ser conscientes de que también deben responder por unos deberes mínimos en el contexto de la sociedad de acogida, de manera consistente con la defensa de los Derechos Humanos y los valores democráticos, más allá del relativismo cultural (Naïr, 2006).

4. Relaciones entre migraciones y desarrollo: Dependencia-Codesarrollo

El enfoque del codesarrollo pretende resaltar la vinculación de las migraciones y de las personas migrantes como actores del desarrollo social de sus sociedades de origen. Al plantear las relaciones existentes entre las dinámicas migratorias y la promoción del desarrollo de un territorio, predominan dos perspectivas diferentes en cuanto a esta relación: la dependencia o el codesarrollo.

La perspectiva de la dependencia, vinculada a la tradición de los estudios latinoamericanos, considera que se trata de un círculo vicioso de empobrecimiento y pérdida de talento humano, atravesado por relaciones de dependencia, entre los países de acogida y los de origen. Castles y Delgado (2007) cuestionan la propuesta de entidades multilaterales, como la OIM, que afirman que las migraciones internacionales fomentan el desarrollo “con tan sólo adoptar formas adecuadas de ‘gestión de la migración’” (p. 15).

Desde el punto de vista de la dependencia de los territorios periféricos, el subdesarrollo es la causa de las migraciones, que a su vez refuerzan las condiciones estructurales de pobreza y dependencia en las que se encuentra el país de origen. Sin embargo, este enfoque tiene el riesgo de sesgar la mirada sólo a las condiciones glo-

bales y perder de vista el rol que desempeñan las personas y grupos sociales del país en este proceso, las propias dinámicas internas de dominación, la concentración de recursos y oportunidades y la exclusión.

Los gobiernos que ven la emigración como una válvula de seguridad para exportar el desempleo y el disenso político, en los hechos, lejos de utilizar la migración como instrumento de desarrollo, la emplean como una alternativa para evitar llevar a cabo las transformaciones estratégicas necesarias (Castles y Delgado, 2007, p. 15).

La «fuga de cerebros» es también uno de los aspectos de la migración internacional de incidencia negativa para los países de origen. Por este fenómeno, miles de profesionales con un alto nivel de formación salen de sus países de origen, en los cuales la educación universitaria no es una oportunidad al alcance de todos los graduados de la educación secundaria. Muchas de estas personas migran a países más avanzados en los cuales se da prioridad a las solicitudes de visado de las personas mejor formadas, tal y como lo reconoció, en diciembre de 2001 el Ministro de Inmigración del Reino Unido:

El programa para migrantes altamente cualificados representa un avance en el desarrollo de nuestro sistema de inmigración, para maximizar los beneficios al Reino Unido para competir en los negocios en el mercado global... Permitirá que científicos eminentes establezcan sus investigaciones en Reino Unido, estimulará el movimiento de expertos en negocios y finanzas a la Ciudad de Londres y dará a aquellos en la cima de sus respectivas profesiones la oportunidad de hacer del Reino Unido su hogar (Kapur & Mchale, 2005).

Países como Australia, Canadá, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos cuentan con políticas para promover una inmigración selectiva, que puntúa características como el currículo del candidato, su formación académica, el dominio de idiomas y que esté casado con una persona también altamente cualificada. Llama la atención el caso de Canadá, que además valora el hecho de que la persona haya estudiado un postgrado en universidades canadienses (Kapur & Mchale, 2005).

El caso de El Salvador puede verse como un ejemplo de los efectos que las migraciones pueden tener en contravía de los esfuerzos de un país por contar con un capital humano calificado. Este país centroamericano cuenta con alrededor de seis millones de habitantes. Se calcula que más del 20% de su población ha emigrado, principalmente a Estados Unidos, mientras que “para El Salvador los emigrantes con educación postsecundaria representaban el 39.5% [del total de migrantes]” (PNUD, 2005). Mientras que los mexicanos posgraduados que viven en Estados Unidos “equivalen al 16% de todos los posgraduados que residen en México” (Gaspar & Chávez, 2016, p. 108).

La emigración de profesionales ha aumentado durante la primera década del presente siglo en casi todos los países latinoamericanos; sin embargo cerca de la mitad de estos migrantes calificados se integran al mercado laboral de los países de acogida en condiciones desfavorables y “laboran en ocupaciones en las que subutilizan sus conocimientos o habilidades, es decir están sobre-calificados para los trabajos que desempeñan” (Ramírez y Lozano, 2017, p. 132), debido a obstáculos como

la situación administrativa irregular, el reconocimiento de títulos y la discriminación (Aparicio, Biderbost y Tornos, 2018).

No obstante, la migración internacional representa importantes flujos monetarios a los países de origen gracias a las remesas. Para el caso de El Salvador, “más del 16% del PIB, el 133% de las exportaciones totales (incluida la maquila neta), [...] el 655% de la inversión extranjera directa, el 140% de la carga tributaria, el 91% del presupuesto general de la nación”. (PNUD, 2005, p. 13-14).

Además de la falta de oportunidades acordes a las expectativas profesionales y de ingresos, estos migrantes perciben como «inaceptables» las condiciones de los Derechos Humanos y la gobernabilidad de sus países de origen (incluyendo la corrupción, a todos los niveles, especialmente en el acceso a oportunidades). Prueba de ello es que cuando esta situación mejora, retornan migrantes, a pesar de que la situación económica no haya cambiado considerablemente, tal y como se vio en España en 1975 o en Chile en 1991 con la salida de Pinochet (Olesen, 2002).

5. Una perspectiva de codesarrollo

El codesarrollo destaca los aspectos positivos de la relación entre migración y desarrollo económico, sus potencialidades para promover el bienestar tanto de quienes migran como de sus familias, sus comunidades y su país de origen, a través de la transferencia de remesas, de inversiones productivas, del retorno voluntario que permite la recuperación de «cerebros», de capital humano adquirido en su experiencia migratoria, de la creación y fortalecimiento de redes transnacionales, entre otros aspectos (Lacomba, 2004).

Los programas de codesarrollo pretenden incorporar en la promoción del desarrollo económico y social la participación organizada de migrantes y sus asociaciones. El codesarrollo es un concepto complejo, desde lo multilateral, lo estatal y local, desde el país de acogida y el de origen, desde sociedad civil organizada, las ONG, las asociaciones de inmigrantes, los migrantes mismos y sus familias.

Malgesini (2001) propone la existencia de dos perspectivas de codesarrollo. La «tradicional», que consiste en un discurso oficial disuasorio de las migraciones y promueve el retorno de inmigrantes a sus países de origen a través de proyectos individuales de inserción. Desde esta perspectiva la ayuda oficial al desarrollo se orienta a reducir la necesidad de migrar y se concibe el codesarrollo “como prevención, gestión y retorno asistido de flujos” migratorios (p. 128-129). La segunda perspectiva es el «codesarrollo espontáneo», como parte de una propuesta comunitaria desde la cual se afirma que el contacto intercultural produce un enriquecimiento mutuo, tanto de la sociedad de origen como de la sociedad receptora. Se propone superar el enfoque restrictivo anterior, reconociendo la importancia de la participación de los inmigrantes y su capacidad como agentes transnacionales.

El codesarrollo se puede abordar también desde distintos ámbitos de la promoción del desarrollo, como la educación para el desarrollo, la sensibilización intercultural, la sanidad, el fomento de los Derechos Humanos, la articulación con proyectos productivos y de infraestructura, entre otras. Plantea una concepción diferente de la cooperación internacional, con la participación de las poblaciones migrantes,

que incluye una organización más justa del comercio internacional. En este sentido, la Comisión Europea plantea que:

La ayuda al desarrollo, únicamente, difícilmente puede tener un impacto determinante sobre las migraciones vista la complejidad del fenómeno. No obstante, tiene un rol a jugar si se inserta en el marco de un conjunto de iniciativas políticas, económicas, culturales y de solidaridad, concertadas a escala internacional. [...] El objetivo a largo plazo de la ayuda al desarrollo consiste en sostener un desarrollo duradero y, como consecuencia, limitar para los individuos y los grupos la necesidad de emigrar (Lacomba, 2004, p. 36).

Existen casos en los cuales se implementan proyectos de cooperación en países empobrecidos con la participación de ONG internacionales apoyadas con recursos públicos, que actúan con organizaciones sociales del país destinatario como contrapartes en el proyecto y que, además, incorporan asociaciones de inmigrantes originarios de dicho país, tanto en la identificación como en la gestión del proyecto, que permite contar con sus propias experiencias del fenómeno migratorio y de las situaciones problemáticas de su región de origen, lo cual puede aportar una mayor sensibilidad y pertinencia a estos proyectos. Desde esta perspectiva se aborda la superación de la pobreza y la exclusión, haciendo énfasis en lo que individuos y grupos tienen, y en sus capacidades, y no tanto en aquello que carecen, en sus necesidades (Gutiérrez, 2005).

Si con el enfoque de codesarrollo se propone un tipo de relación e hibridación entre migraciones y desarrollo, es necesario considerar también las condiciones que propician migraciones forzadas. También en el enfoque de las capacidades de Sen (2000) se destacan los efectos adversos de la desigualdad social, que son una de las tantas causas de las migraciones. Lacomba (2004) afirma en esta línea que la cooperación no debe tener como propósito disminuir las migraciones, sino superar la marginación social de amplios sectores de la población de estos países.

En este sentido, las migraciones pueden seguir profundizando las situaciones de desigualdad social en los países de origen ya que no emigra quien quiere sino quien puede. Así, por ejemplo, se afirma que las remesas que hacen los migrantes a sus familiares y amigos pueden representar un factor más de desigualdad en comunidades empobrecidas. Suele ser más fácil migrar para quienes cuentan con importantes capitales, no sólo en términos económicos, sino también sociales (Bourdieu, 2000).

En países empobrecidos existen algunas oportunidades para estudiantes con méritos, quienes, a pesar de esto, necesitan el respaldo familiar en los términos mencionados. Muchas veces familias con escasos recursos se esfuerzan como grupo, sumando el trabajo de varios miembros para que alguno pueda formarse y mejorar su empleabilidad, porque, como asegura Bauman (2004): la situación actual que tienen que enfrentar estas personas es todavía más compleja e inestable, en el contexto de la modernidad líquida.

Si bien una de las potencialidades de la emigración que más se destaca por su contribución a los países de origen es el envío de remesas, la concepción del codesarrollo también considera los aportes culturales y sociales como importantes contribuciones que pueden hacer los migrantes a sus países de origen, también a través de sus intercambios y retornos temporales o permanentes. En este sentido “se

habla también del concepto de remesas sociales, que serían aquellas experiencias, conocimientos, tecnologías, etc., que se transmiten de forma parecida a las remesas económicas” (Malgesini, 2001, p. 144).

El inmigrante puede ser “un elemento fundamental en la articulación social de su país, al cual puede trasladar valores democráticos y sociales y canalizar relaciones directas de sociedad civil a sociedad civil.” (Lacomba, 2004, p. 65). Sin embargo, se requieren ciertas condiciones favorables en el país de origen para que pueda ser fructífero el retorno, así como una coherencia entre los estudios realizados en el exterior y la aplicabilidad de las capacidades adquiridas en el país de origen.

Las personas que van a otro país para realizar estudios de postgrado son un caso importante de potenciales retornados. Mirando los estudiantes de doctorado en Estados Unidos entre 1990 y 1999, algunos estudios señalan que alrededor del 60% tienen planes claros de permanecer. (Kapur & Mchale, 2005).

Si los estudios realizados se pueden aplicar más fácilmente en sus países de origen, de acuerdo con las características del sistema productivo nacional y del mercado de trabajo, aumentan sus posibilidades de retorno. Incluso si no retornan todos los estudiantes, aquellos altamente cualificados que regresen pueden hacer una contribución en la construcción de instituciones públicas, tanto administrativas como educativas, que pueden representar beneficios sustanciales para el país de origen (Kapur & Mchale, 2005, p. 171).

5.1. Importancia de las remesas

Las remesas contribuyen a reducir la pobreza de ingresos de quienes las reciben y les permite mejorar su calidad de vida. Son una fuente de ingresos importante en muchos países y son destacadas como una de las consecuencias de las migraciones con mayor potencial para la promoción del desarrollo de los países de origen. “En términos brutos, superan a la ayuda al desarrollo, a las inversiones extranjeras o los ingresos turísticos que reciben buena parte de los países en desarrollo, como Marruecos” (Moré, 2005).

Estos flujos monetarios son objeto de polémica ya que se afirma que cuando no están dirigidos al sistema productivo no tienen mayores efectos positivos en la economía del país que los recibe. El destino que puede darse a las remesas depende de diversos factores. Además de las condiciones de la economía de los países de origen, es necesario considerar variables como la situación previa del migrante y la de su familia, el poder adquisitivo alcanzado por los migrantes, el avance en su proyecto migratorio y su capital social, principalmente, en términos de las redes migratorias, de las relaciones solidarias (Basok, 2003).

Naïr (2006) señala que la promoción de los proyectos productivos de migrantes y asociaciones, desde una perspectiva de codesarrollo requiere la intervención de diferentes actores, tanto del país de origen como del país de acogida, para ayudar a los migrantes a llevar adelante los proyectos que se proponen, principalmente aquellos que sean colectivos, así como de condiciones favorables para las iniciativas. Por ejemplo, Moré (2005) plantea que los gobiernos de los países de acogida podrían reducir el costo de intermediación del envío de las remesas.

Un ejemplo de políticas públicas que favorece una inversión productiva de las remesas es el programa mexicano «tres por uno», por el cual fomenta la inversión de las remesas colectivas en obras comunitarias que mejoran la calidad de vida de la región de origen, con impacto para las familias de los millones de mexicanos que viven en Estados Unidos. El programa se basa en la colaboración de asociaciones de migrantes con los gobiernos a nivel local, regional y nacional. Por cada dólar donado por los migrantes, los tres niveles *ut supra* mencionados aportan tres dólares. García (2007) afirma que gracias a este programa se beneficia la comunidad en general y no solamente las familias receptoras de remesas.

6. Consideraciones finales

El codesarrollo es un concepto polisémico sobre los efectos positivos de las migraciones en el desarrollo de los países involucrados, en el cual se destaca el beneficio mutuo, según Lacomba-Vázquez y Cloquell-Lozano (2017). Desde la perspectiva del codesarrollo se puede afirmar que el retorno puede tener efectos positivos para el mejoramiento de las condiciones del país de origen, pero éste no se asume desde una política restrictiva sino como una opción, libre y voluntaria de las personas que han emigrado. Son diversas las voces que llaman la atención acerca de la necesidad de apoyar a quienes quieran retornar para que su nueva aventura, su «proyecto migratorio», esta vez de regreso, tenga éxito. Una de las vías que se señalan como las más adecuadas es el emprendimiento, la creación del propio empleo del migrante en su país, a través de la constitución de una empresa, que eventualmente pueda generar otros empleos. Para esto, se promueven programas de capacitación, que incluyen la identificación de la idea del negocio, la elaboración del plan, estudios de factibilidad, y alternativas de financiación, a través de microcréditos.

La experiencia migratoria potencia competencias que pueden servir para un emprendimiento, y si el proyecto migratorio es exitoso es posible acumular no sólo el capital financiero necesario sino el capital cultural (conocimiento, habilidades y competencias) y social, al contar con nuevas redes de relaciones, incluso a través de asociaciones y ONG del país de acogida que permitan sumar opciones y apoyos importantes, por ejemplo, para recuperar representación social ante instituciones del país de origen.

Esta dinámica de la fluidez de los movimientos migratorios no es coherente con políticas restrictivas que dejan a muchos la única opción de la clandestinidad. Como se mencionó anteriormente, las migraciones temporales son una opción que puede considerarse como alternativa. De lo que se trataría es de “favorecer la circulación, hacer más atractivo el regreso al país de origen” (Naïr, 2006, p. 245).

En relación con las oportunidades laborales que respondan a las expectativas de quienes han invertido sus esfuerzos en cualificarse, se reconoce la necesidad de intervenciones de diversos actores, tanto del país de origen como del de acogida, como por ejemplo las posibilidades que ofrecen “las multinacionales del país de acogida, la movilización en proyectos de cooperación públicos y privados, la enseñanza universitaria en el Norte y en el Sur o la creación de empresas en el país de origen.” (Naïr, 2006, p. 246)

Una estrategia desde actores diversos, entre ellos ONG internacionales, es aprovechar los programas y proyectos de cooperación internacional para promover el «retorno de cerebros». Se estima que el 35% de la ayuda al desarrollo se invierte en pago de personal en los países destinatarios de los programas. Si en lugar de contratar a un experto europeo para desarrollar un trabajo de cooperación en un país empobrecido, se contrata a un nacional en la diáspora, con un nivel de cualificación equivalente, se favorecerá evidentemente el retorno. En esta línea, son algunas las agencias de desarrollo que han comenzado a incluir a expatriados en proyectos en sus países de origen (Olesen, 2002).

Kapur & Mchale (2005) señalan que la limitada literatura existente sugiere que los retornos son negativamente selectivos. De acuerdo con estimaciones para Dinamarca, Noruega y Suecia, los emigrantes menos exitosos, medidos por el nivel de ingresos y la inserción al mercado laboral, tienden a retornar, lo cual sugiere que si un país pierde a muchos de sus más cualificados, como se ha visto anteriormente (por ejemplo para el caso de India, con destino a Estados Unidos, principalmente), los menos cualificados de este grupo son los más dispuestos a retornar; lo que implica que los más talentosos están más dispuestos a hacer sus contribuciones a su país de origen como miembros de la diáspora.

Según Pérez (2017), los migrantes en situación irregular también pueden considerarse como actores del desarrollo, ya que más allá de su situación administrativa, gracias a su trabajo obtiene recursos económicos, parte de los cuales pueden ser enviados como remesas a su país de origen y también fortalece sus competencias o habilidades, las cuales pueden estar al servicio de su comunidad, cuando decida retornar.

El codesarrollo puede ser un complemento a las políticas restrictivas de inmigración como herramienta que frene los movimientos migratorios. Pero pueden surgir otras propuestas de codesarrollo, como un tipo de relación más horizontal entre actores internacionales, sin desconocer los Derechos Humanos, entre ellos el derecho al desarrollo y afirmar que las migraciones pueden tener mayores efectos positivos si no son forzadas, si la decisión de emigrar es una opción libre y no la única vía ante situaciones socioeconómicas y políticas injustas. Sin embargo, no todas las personas que emigran pueden asumir un rol más activo, ya que su condición de extranjeros implica situaciones de vulnerabilidad, que van cambiando a lo largo del proceso migratorio y según su situación ante la legislación de residencia.

Ante esta situación, las iniciativas de las asociaciones de migrantes son un espacio para el empoderamiento de estas minorías en favor de su proceso de integración social y también en su rol como cooperantes que fomenten el bienestar de su comunidad de origen. Es necesario insistir en la necesidad de comprender la complejidad del fenómeno de los movimientos migratorios, desde una perspectiva transnacional, al reconocer su carácter dinámico, en el cual se van entrelazando las vidas de los migrantes, sus familias y las comunidades de acogida y de origen, tanto a nivel económico, como sociocultural (Pardo, 2015).

Apoyos y soporte financiero de la investigación

Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+I Coordinado “Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): practicas innovadoras y estrategias educacionales en contextos múltiples” (EDU2015-64015-C3-1-R) (MINECO/FEDER), y de la “Red de Educación Mediática” del Programa Estatal de Investigación Científica-Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento (EDU2016-81772-REDT), financiados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Ministerio de Economía y Competitividad de España.

Referencias

- Aguaded, I. y Romero-Rodríguez, L.M. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society*, 6(1), 44-57. <http://dx.doi.org/10.14201/eks20151614457>
- Aparicio, R.; Biderbost, P. y Tornos, A. (2018) *La integración de los hijos de inmigrantes en el mercado laboral*. Madrid: Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. <https://bit.ly/2Rb1Uwv>
- Aranda, J. (2018, Noviembre 26). España se consolida como paraíso europeo de las ‘golden visa.’ *El País*. <https://bit.ly/2P4m0al>
- Basok, T. (2003) Mexican seasonal migration to Canada and development: a community – based comparison. *Internacional Migration*, 41(2), 3-26.
- Bauman, Z. (2004). *Vidas desperdiciadas: La modernidad y sus parias*. Barcelona: Paidós.
- Bologna, L. (2010). Migraciones entre países del sur: Los cambios y las continuidades en los flujos limítrofes hacia Argentina. *Migraciones Internacionales*, 5(3), 175–209. <https://bit.ly/2LAp7Ha>
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Broker.
- Canelón Silva, A. y Almansa Martínez, A. (2018). Migración: retos y oportunidades desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). *Retos Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 8(16), 109–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.08>
- Castles, S. (2003). Towards a Sociology of Forced Migration and Social Transformation. *Sociology*, 37(1), 13–34. <https://doi.org/10.1177/0038038503037001384>
- Castles, S. (2010). Migración irregular: causas, tipos y dimensiones regionales. *Migración y Desarrollo*, 8(15), 49–80. <https://bit.ly/2QKShIJ>
- Castles, S. y Delgado, R. (Coord.) (2007). *Migración y desarrollo: perspectivas desde el sur*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas. <https://bit.ly/2RetgWz>
- El Vaticano. (2017). Responder a los desafíos de los refugiados y migrantes. Veinte puntos de acción. *Migración y Desarrollo*, 15(29), 123–135. <https://bit.ly/2EOH3we>
- García, R. (2007). El Programa Tres por Uno de remesas colectivas en México. Lecciones y desafíos. *Migraciones Internacionales*, 4(1), 165–172. <https://bit.ly/2VdFiia>
- Gaspar, S. (2017). Integración de los inmigrantes calificados en Estados Unidos (2011-2015). *ODISEA. Revista de Estudios Migratorios*, (4), 85–124. <https://bit.ly/2rT9txv>
- Gaspar, S., & Chávez, M. (2016). Migración mexicana altamente calificada: 1990-2013. *Problemas del Desarrollo*, 47(185), 81–110. <https://doi.org/10.1016/J.RPD.2016.04.002>
- Giddens, A. (2002). *Sociología*. Madrid: Alianza.
- Giménez, C. (2003). *Qué es la inmigración: ¿problema u oportunidad?* Barcelona: RBA.
- Gutiérrez, A. (2005) Elementos críticos para el análisis de la reproducción social en y de la pobreza. *Arxius de Ciencies Socials*, 12, 111-127.

- Hatton, T. & Williamson, J. (2004). ¿Cuáles son las causas que mueven la migración mundial? *Revista Asturiana de Economía*, 30, 7-36. <https://bit.ly/2oYSQ1O>
- Kapur, D. & Mchale, J. (2005). *Give us your best and brightest: The global hunt for talent and its impact on the developing world*. Washington, DC: Center for Global Development.
- Lacomba, J. (2004). *Migraciones y desarrollo en Marruecos*. Madrid: Catarata.
- Lacomba-Vázquez, J., & Cloquell-Lozano, A. (2017). Políticas de desarrollo en el contexto de la migración. Coherencias y contradicciones en el caso de dos programas de codesarrollo de España en Colombia y Ecuador. *Revista Iberoamericana de Estudios de Desarrollo*, 6(1), 50-74. https://doi.org/10.26754/ojs_ried/ijds.223
- Malgesini, G. (2001) Reflexiones sobre migraciones, cooperación y codesarrollo. *Arxius de Ciencies Socials*, 5, 123-146.
- Moré, I. (2005). *Las remesas de los emigrantes en España: una oportunidad para la acción exterior*. Real Instituto Madrid: El Cano de estudios internacionales y estratégicos. <https://bit.ly/2O9HjI3>
- Naïr, S. (2006). *Y vendrán: las migraciones en tiempos hostiles*. Barcelona: Planeta.
- OIM. (2015). *Marco de la Gobernanza de la Migración*. Ginebra. <https://bit.ly/2RVy008>
- OIM. (2018). *Informe sobre las migraciones en el mundo 2018*. Ginebra: OIM. <https://bit.ly/2KYYXQB>
- Olesen, H. (2002) Migration, return, and development: an institutional perspective. *International Migration*, 40 (5), 125-150.
- Pardo, A. (2015) Migración internacional y desarrollo. Aportes desde el transnacionalismo. *Revista de Estudios Sociales* (54), p39-51. <http://dx.doi.org/10.7440/res54.2015.03>
- Pérez, C. (2017). Migraciones irregulares y desarrollo. *Tiempo de Paz*, (127), 37-44. <https://bit.ly/2sFYbwQ>
- PNUD. (2005). *Informe sobre desarrollo humano El Salvador 2005. Una mirada al nuevo nosotros*. El impacto de las migraciones. San Salvador: PNUD. <https://bit.ly/1I36BSz>
- Polson, E., & Kahle, S. (2010). Limits of national discourse on a transnational phenomenon: A case study of immigration framing in the BBC Online. *International Communication Gazette*, 72(3), 251-268. <https://doi.org/10.1177/1748048509356951>
- Ramírez, T. y Lozano, F. (2017) Selectividad y precariedad laboral en la migración calificada de América Latina y el Caribe, 2000-2010. *REMHU - Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, 25(49), 113-134. <https://doi.org/10.1590/1980-85852503880004907>
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona: Planeta.

Análisis cualitativo de los determinantes de la innovación en una economía emergente

Qualitative approach about innovation determinants in an emerging economy

Dr. Javier Del Carpio-Gallegos es Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad ESAN (Perú) (jdelcarpio@esan.edu.pe) (<https://orcid.org/0000-0001-6050-5754>)

Dr. Francesc Miralles es Academic Dean en La Salle – Universidad Ramon Llull y Director del Innova Insitute (España) (francesc.miralles@salle.url.edu) (<https://orcid.org/0000-0002-5251-5423>)

Resumen

Las empresas de manufactura se esfuerzan por ser innovadoras y, de esta manera, ser competitivas en el mercado. Estas empresas son muy importantes en una economía emergente debido a su contribución al Producto Interno Bruto y a la generación de puestos de trabajo para la población. Por ello, el objetivo de este estudio es identificar cuáles son los factores internos y externos que mejoran la capacidad de innovación de las empresas peruanas de manufactura y, a su vez, favorecen su competitividad. Para ello, se aplicó un enfoque cualitativo basado en el «modelo de las seis C» de Glaser, que forma parte de la teoría fundamentada, y se entrevistó a gerentes de las empresas de manufactura peruanas. A partir del análisis y procesamiento de estos datos con el software de análisis cualitativo (QDA) Atlas ti®, se encontró que los proveedores y los clientes proporcionan valiosa información para innovar, y que la aplicación del diseño y la adquisición de maquinaria favorecen las innovaciones de estas empresas. En esa medida, el presente estudio contribuye a identificar aquellos factores que ayudan a las empresas de manufactura peruanas a mejorar su capacidad de innovación. Así, los gerentes de las empresas de manufactura deben identificar aquellos factores que favorecen la implementación de innovaciones y, de esta manera, lograrán que sus empresas sean más competitivas.

Abstract

Manufacturing companies strive to be innovative and competitive. These companies are very important in an emerging economy due to their contribution to a country's gross domestic product and the generation of jobs. Therefore, the objective of this article is to identify the internal and external factors that improve the innovation capacity of Peruvian manufacturing companies and, in turn, favor their competitiveness. A qualitative approach was applied based on the Glaser «six-C model», which is part of the grounded theory; for this, the managers of the Peruvian manufacturing companies were interviewed. From the analysis and processing of this data with Atlas ti® qualitative analysis software (QDA), it was found that suppliers and customers provide valuable information to innovate; additionally, the application of the design and the acquisition of machinery favor the innovations of these companies. To that extent, this qualitative study contributes to identify those factors that help Peruvian manufacturing companies improve their innovation capacity. Thus, manufacturing companies' managers must identify those factors that favor the implementation of innovations to make their companies more competitive.

Palabras clave | keywords

Innovación, análisis cualitativo, manufactura, economía emergente, desarrollo tecnológico, teoría fundamentada. *Innovation, qualitative analysis, manufacturing, emerging economies, technological development, grounded theory.*

Cómo citar: Del Carpio-Gallegos, J., y Miralles, F. (2019). Análisis cualitativo de los determinantes de la innovación en una economía emergente. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 161-175. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.10>

1. Introducción

La innovación se ha convertido en un tema de mucho interés para las empresas debido a los resultados que obtienen las que la implementan. Así, en algunos casos, crean una ventaja competitiva (Herman, Hady & Arafah, 2018) con su desempeño innovador (Martínez-Costa, Jimenez-Jimenez & Castro-del-Rosario, 2018). Una revisión de la literatura muestra que los estudios sobre innovación en las economías desarrolladas son principalmente cuantitativos (Ketata, Sofka & Grimpe, 2015). También, hay un número importante de aplicaciones cuantitativas en investigaciones sobre innovación en países latinoamericanos, como es el caso de Colombia (v.gr. Albis & Álvarez, 2017). Estos hallazgos muestran poca atención a investigaciones con enfoques cualitativos en las economías latinoamericanas, en el que se puede citar el caso de Brasil (v.gr. Ferreira de Lara & Neves Guimarães, 2014).

Se debe tomar en cuenta que las economías latinoamericanas pasaron por un periodo de bonanza económica, para luego enfrentar una realidad distinta, en la que destaca la baja estabilidad política (Olavarrieta & Villena, 2014), alto niveles de corrupción (Paunov, 2016), y de informalidad (Heredia, Flores, Geldes & Heredia, 2017). Es este contexto el que se convierte, en algunos casos, en un limitante para llevar a cabo las innovaciones.

El presente estudio se ha centrado en las empresas de manufactura peruanas, debido a que este sector económico tiene un alto impacto en la economía del país suramericano. De hecho, el sector de manufactura representa más del 16 % de la producción nacional, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018). Por lo tanto, se busca identificar cuáles son los factores internos y externos que mejoran la capacidad de innovación de estas empresas. De esta manera, se contribuye con la literatura sobre la innovación en el sector de manufactura de una economía emergente. En esta línea, el artículo está organizado en cuatro partes. En primer lugar, se presenta la revisión de literatura y se señala cómo la literatura identifica los factores externos e internos que favorecen la realización de innovación. En segundo lugar, se describen los materiales y método empleados, detallándose los principios del modelo de las «seis C de Glaser», cómo se procedió con la selección de la muestra, la selección de los participantes, los métodos de recolección de la información y se presentan los datos arrojados. En tercer lugar, se presentan los resultados según la estructura de las seis C de Glaser, para finalmente presentar la discusión y las conclusiones.

1.1. Revisión de la literatura

1.1.1. Contexto y condiciones de una economía emergente

Cuando se analiza el contexto de una economía emergente como la peruana, se pueden considerar dos aspectos: por un lado, el interés por realizar investigaciones sobre las condiciones en las cuales las empresas llevan a cabo innovaciones y, por otro lado, los retos y dificultades que estas empresas enfrentan. En relación a las investigaciones realizadas Castellacci & Natera (2012) señalan que se han realizado numerosas investigaciones cuantitativas; sin embargo, todavía se deben realizar futuras investigaciones, en particular con enfoques y diseños cualitativos que permitan profundizar

los hallazgos. Se sabe que las empresas que quieren mejorar su capacidad de innovación deben establecer vinculaciones con sus proveedores, clientes, laboratorios, universidades, entre otros (Ferraris, Santoro & Dezi, 2017).

En tanto, desde el punto de vista de los retos y dificultades, se pueden mencionar dos estudios importantes. El primero es de Sanz & Jones (2013), quienes afirman que los países latinoamericanos hace más de una década han pasado por una etapa de bonanza económica que les ha permitido reducir los niveles de pobreza y el crecimiento de una clase media, debido a la mejora de los precios de los minerales. El segundo estudio de Olavarrieta & Villena (2014) considera que las empresas latinoamericanas que desarrollan innovación enfrentan retos y dificultades, como la carencia de políticas que alienten el desarrollo de las innovaciones.

No resulta baladí hacer algunas precisiones en relación a términos como la «intensidad tecnológica», que según Zawislak, Fracasso & Tello-Gamarra (2018) se obtiene dividiendo los gastos en Investigación y Desarrollo (I+D) entre los activos o las ventas. Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2011), las empresas según su intensidad tecnológica se clasifican en baja, baja-media, media-alta y alta intensidad tecnológica.

Por otro lado, Kim, Park & Paik (2018) indican que la capacidad de innovación de la empresa, que es el potencial para crear innovaciones, puede ser analizada en varias dimensiones, que van en función de los diferentes tipos de innovación: producto, proceso, organizacional o de marketing.

1.1.2. Factores internos

Los factores internos, según Lee, Leong, Hew & Ooi (2013) son las variables internas que están bajo el control de la empresa y que le permiten mejorar su capacidad de innovación. Estas variables son el diseño e ingeniería industrial, la adquisición de maquinaria, la certificación y control de calidad, y la capacitación del personal.

El diseño hace referencia a una forma importante de transferir las ideas o conocimientos (Simeone, Secundo, & Schiuma, 2017). Además, éste ayuda de manera significativa en el desarrollo de nuevos productos. En el caso de las empresas de manufactura peruanas, Tello (2017) encontró que éstas mejoran su capacidad de innovación mediante la adquisición de maquinaria. Por su parte, el estándar de calidad ISO 9000 se basa en la definición de conformidad de calidad para asegurar a los clientes que un producto o servicio de calidad será suministrado de manera consistente (Bourke & Roper, 2017).

En la gestión de la innovación, la motivación de los profesionales juega un papel crucial en los procesos de creación colaborativa de conocimientos por contar con mayores competencias (Papa *et al.*, 2018).

1.1.3. Factores externos

Roper, Love & Bonner (2017) afirman que parte del proceso de innovación realizado por las empresas consiste en recolectar información certera de una variedad de fuentes externas a la empresa, tales como clientes, proveedores, universidades, entre otros, las cuales contribuyen a reducir la incertidumbre en las probabilidades de innovar. En esta línea, Saldanha, Mithas & Krishnan, (2017) señalan que los clientes

son una fuente de conocimiento que ayuda a las empresas mediante la modificación de productos existentes para un mejor uso; por ello, se hace necesario involucrarlos en los procesos de innovación de la empresa.

Por su parte, los proveedores juegan un rol importante en el proceso de innovación de la empresa. En tal sentido, una fuerte relación entre proveedores y empresa permite alcanzar un adecuado ambiente de innovación mediante la mejora de la calidad del producto y manejo adecuado de costos (Jajja *et al.*, 2017).

Las empresas enfrentan a los competidores aplicando distintas estrategias. En algunos casos, imitan productos nuevos ofrecidos a precios bajos y, en otros contextos, ofrecen a sus consumidores productos diferenciados, tratando de generar lealtad en los clientes (Liu & Atuahene-Gima, 2018). En este sentido, las organizaciones implementan procesos de innovación, que se ven influenciados por empresas e individuos; en ese proceso, el rol de los consultores es de suma importancia debido a su conocimiento y experiencia (Musiolik *et al.*, 2018).

2. Materiales y métodos

Para propósitos de esta investigación, se decidió emplear el «modelo de las seis C» de Glaser (Gandomani *et al.*, 2013) como herramienta metodológica para la obtención de información primaria acerca de los principales factores que impactan en el desarrollo de la innovación en empresas de manufactura. El modelo propuesto forma parte de la teoría fundamentada, que permite a los investigadores desarrollar la teoría a través de la información recolectada y favorece una constante retroalimentación con la problemática que se estudia (Strauss & Corbin, 1994).

Se ha preferido utilizar la teoría fundamentada porque la innovación es un proceso de interacción entre diferentes variables y actores, tanto internos como externos, que permiten a la empresa acumular conocimiento para convertirlo en productos o procesos innovadores. Además, se ha preferido usar, como instrumento, una guía de entrevista semi-estructurada porque permite al entrevistador mencionar variables o situaciones que van más allá de las preguntas. De esta manera se pueden reunir datos que permitan identificar una teoría. Entonces, mediante el uso de estas entrevistas a personal de empresas del sector y el contraste de la información obtenida con la literatura correspondiente, se comienza a generar un patrón de comportamiento para cada factor; el cual será nuestra base para la investigación. Aunque la teoría fundamentada no implica formular el problema de investigación desde el principio en base a una revisión importante de la literatura, la aplicación no está prohibida (Dunne, 2011).

Para la codificación teórica, se empleó el «modelo de las seis C» de Glaser (Gandomani *et al.*, 2013), como último paso del estudio. Este modelo ayuda al investigador a buscar conexiones y relaciones entre las categorías centrales y otras que emergieron. A continuación, se muestra la terminología utilizada por el precitado modelo:

[...] contexto (el lugar donde la categoría está en juego), condición (un factor que es un prerequisite para que la categoría surja), causa (una razón para que la categoría ocurra), consecuencia (un resultado o efecto de la ocurrencia de la categoría), contingencia (un factor moderador entre las categorías y las consecuencias), y covarianza (las categorías que pueden variar la una con la otra) (Van Waardenburg & Van Vliet, 2013, p. 2158).

Los entrevistados, en su mayoría, se desempeñan como gerentes generales, jefes de área y personal designado de empresas representativas del sector. Además, la mayoría de ellos representan a empresas textiles y de alimentos (40 %). A continuación (tabla 1), se presenta la relación de las empresas objeto de estudio y se indica el giro del negocio, la intensidad tecnológica, el tamaño y edad de la empresa.

Tabla 1. Relación de empresas seleccionadas

Empresa	Industrial	Intensidad Tecnológica	Tamaño de la empresa
E01	Alimentos	Baja	Mediana
E02	Alimentos	Baja	Pequeña
E03	Alimentos	Baja	Pequeña
E04	Textiles	Baja	Pequeña
E05	Textiles	Baja	Grande
E06	Textiles	Baja	Mediana
E07	Fabricación de productos de caucho y plástico	Baja-media	Pequeña
E08	Fabricación de productos de caucho y plástico	Baja-media	Mediana
E09	Fabricación de vehículos automotores	Media-alta	Pequeña
E10	Fabricación de vehículos automotores	Media-alta	Pequeña
E11	Fabricación de vehículos automotores	Media-alta	Pequeña
E12	Fabricación de productos elaborados de metal	Baja-media	Grande
E13	Fabricación de productos elaborados de metal	Baja-media	Mediana
E14	Otras industrias manufactureras (Cerámicos)	Baja	Pequeña
E15	Fabricación de productos de cuero	Baja	Pequeña
E16	Fabricación de maquinaria y equipo	Media-alta	Grande

Algunas entrevistas fueron grabadas digitalmente, mientras que otras fueron respondidas por correo electrónico. Se empezó la recolección el 1 de febrero de 2017. Cabe resaltar que, al finalizar ambas, cuando se observó que existían omisiones en las respuestas de algunas preguntas, se decidió volver a entrevistar a estas personas. Posteriormente, se transcribió toda la grabación mediante el procesador de texto Microsoft Word®. Se trabajó con un total de 97 códigos, que se agruparon en 2 categorías (tabla 2).

Tabla 2. Cantidad de citas de factores internos y externos

Categorías	<i>f</i>
Factores internos	
Diseño e ingeniería industrial	13
Adquisición de maquinaria	7
Certificación y control de calidad	5
Capacitación de personal	5
Adquisición de <i>software</i>	4
Personal capacitado	3
Estudio de mercado	3
Total	40
Factores externos	
Clientes	16
Proveedores	13
Competencia	12
Consultores externos	7
Universidades	5
Asociación de empresas	3
Institutos de investigación gubernamentales	1
Total	57
Total de códigos	97

Nota: Para la codificación, el análisis y la elaboración de redes, se usó el software de análisis cualitativo (QDA) Atlas ti®. El análisis final de los resultados se completó el 31 de mayo de 2018.

La parte del análisis se compone de clasificación, comparación, ponderación y la combinación de los datos obtenidos mediante las entrevistas, de manera que se extrajeran significados e implicaciones para revelar patrones o realizar una narrativa coherente. El modelo de análisis consiste en dos partes. En la primera parte, se prepararon las transcripciones, y se encontraron, refinaron y elaboraron conceptos, temas y eventos. Luego, se codificaron las entrevistas para esclarecer lo que el entrevistado ha dicho acerca de los conceptos identificados, temas y eventos. En la segunda parte, se siguieron varios caminos: Se compararon conceptos y temas a lo largo de las entrevistas o se combinaron eventos separados para formular una descripción del medio. De esta manera, se buscaba responder a las preguntas de investigación para sacar conclusiones teóricas generales.

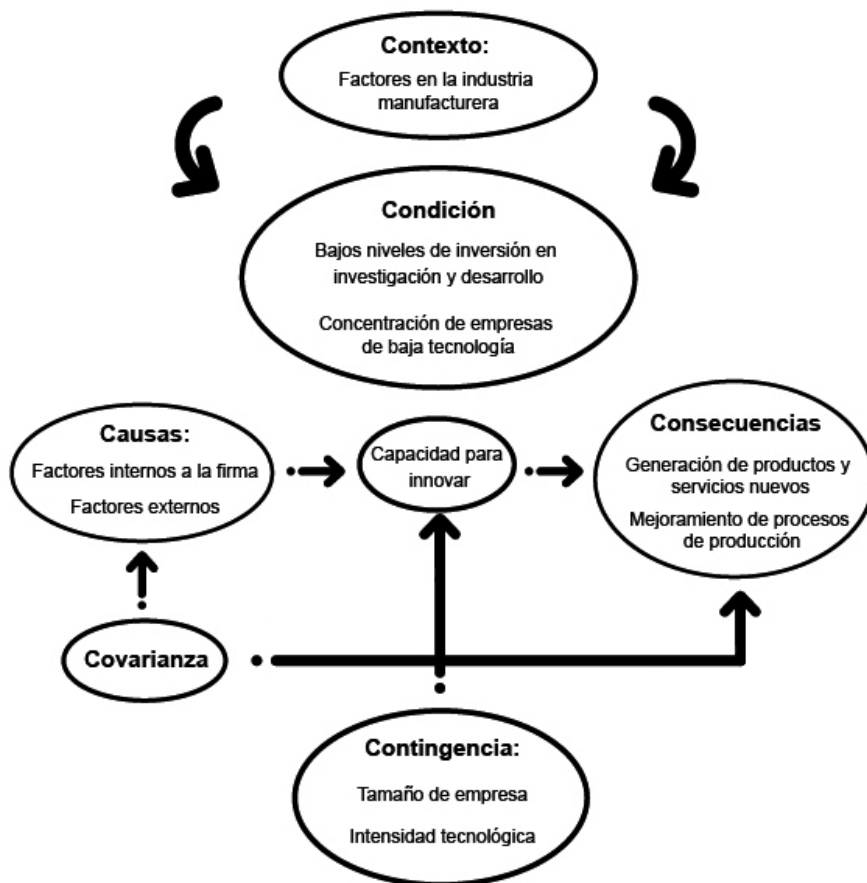
3. Análisis y resultados

Los resultados son presentados, a continuación, a partir de la aplicación del «modelo de las seis C» de Glaser y el uso del *software* de análisis cualitativo (QDA) Atlas ti®.

3.1. Aplicación del modelo de las seis C de Glaser

En la figura 1, se muestra el «modelo de las seis C» de Glaser (Gandomani *et al.*, 2015), y que se utilizará para presentar los resultados del presente estudio.

Figura 1. Modelo de las seis C de Glaser



Fuente: Gandomani *et al.* (2015, p. 300)

3.2. Contexto

Hace quince años, la economía peruana mostró un crecimiento sostenido (Scott & Chaston, 2012), que la convirtió en una de las economías de mayor crecimiento en la región. Sin embargo, después de la crisis de los *commodities* (Brenes *et al.*, 2016) se obligó a las empresas a enfrentar un cambio de realidad. A pesar de esta situación, las empresas peruanas tienden a invertir muy poco en Investigación y Desarrollo (I+D),

y prefieren innovar comprando maquinaria, *hardware* y *software* (Tello, 2017). También enfrentan competencia informal (Heredia *et al.*, 2017) y tienen problemas para obtener recursos financieros para promover la innovación (Pérez *et al.*, 2018).

3.2. Condiciones

El Ministerio de la Producción (2016), en su estudio de la situación actual de la innovación en la industria manufacturera, señaló que “la manufactura es uno de los sectores que tienen mayor participación en el Producto Interno Bruto, llegando a 13.5 % en el 2015” (*ob. cit.*, p.15). También indicó que para 2014, “más del 95 % de las empresas manufactureras son nacionales y en su mayoría pequeñas empresas” (*ob. cit.*, p. 16).

3.4. Causas

La tabla 3 muestra ejemplos representativos de las respuestas que se obtuvieron en relación a los factores internos que alientan el desarrollo de la capacidad de innovación de las empresas:

Tabla 3. Respuestas de los entrevistados sobre factores internos

Descripción del tipo de factores internos	Ejemplo de citas
Diseño e ingeniería industrial	“En el rubro del calzado, la evolución es casi constante, pues la tecnología manifiesta notoriamente su aporte. Más allá de aumentar la productividad, aumenta la calidad”. (Fabricación de productos de cuero, empresa 15)
Adquisición de maquinaria	“La adquisición de maquinaria, que involucra incorporación de maquinarias y herramientas para mejoras del proceso y así lograr optimizar todos los recursos”. (Elaboración de cerámicos, empresa 14)
Certificación y control de calidad	“No todas las empresas aplican prácticas de control de calidad en todas las áreas. Por ello, no se mantienen y muchas fracasan con el pasar del tiempo... tenemos un área de innovación y gestión que ayuda a mantener las ISO actualizadas”. (Industrias básicas de hierro y acero, empresa 12)
Capacitación del personal	“Para adquirir conocimientos en la vida laboral y profesional, mejorando aptitudes y habilidades”. (Fabricación de productos metálicos, empresa 12)

Las empresas de manufactura de baja y baja-media intensidad tecnológica desarrollan actividades de diseño e ingeniería industrial, adquisición de maquinaria, certificación y control de calidad, y la capacitación del personal. De esta manera, logran mejorar su capacidad de innovación. Estas actividades son realizadas independientemente del tamaño de la empresa. La tabla 4 muestra respuestas representativas que se obtuvieron en relación a los factores externos que alientan el desarrollo de la capacidad de innovación de las empresas:

Tabla 4. Respuesta de los entrevistados sobre factores externos

Descripción del tipo de factores externos	Ejemplo de citas
Consumidores y/o Clientes	[...] “los clientes nos ayudan mucho a saber si vamos en la dirección correcta con cada cambio hecho en la empresa, tanto en procesos como en productos” (Elaboración de otros productos alimenticios, empresa 3)
Proveedores	[...] “la retroalimentación con los proveedores que te mantienen al tanto de mejoras en sus productos y los clientes que te impulsan a la mejora continua” (Otras industrias manufactureras, empresa 14)
Competencia	“Se realiza constante benchmarking con empresas competidoras, analizando sus estrategias de venta” (Preparación de fibras textiles, gran empresa, empresa 5)
Consultores externos	“Adicionalmente la empresa tiene en la visión la expansión en las unidades de negocio, para lo cual se está trabajando en actividades relacionadas a I+D, tanto interna como externa, con ayuda de consultores externos” (Preparación de fibras textiles, empresa 5)

Las empresas de manufactura de baja y baja-media intensidad tecnológica tienden a vincularse con los consumidores, clientes, proveedores y consultores para obtener información o conocimiento que les permita mejorar su capacidad de innovación. Alguna de estas empresas ven a la competencia como un referente que las alienta a ser más competitivas. Por último, tenemos, en la tabla 5, las respuestas de las distintas empresas sobre la innovación:

Tabla 5. Respuesta de los entrevistados sobre innovación

Descripción de tipo de innovación	Ejemplo de citas
Innovación en producto	[...] “La empresa identificó una necesidad sobre un nuevo producto, que fueron las bolas de Molino, que no comercializábamos y que se vio que las mineras lo utilizan con frecuencia” (Industrias básica de hierro y acero, empresa 12)
Innovación en proceso	[...] “Después de un análisis exhaustivo acerca de cada proceso se pudo modificar ciertos pasos con la finalidad de que se optimizaran tiempos y las mermas disminuyan de forma significativa” (Elaboración y conservación de carne, empresa 1)

3.5. Consecuencias

El desarrollo de la capacidad de innovación de la empresa tiene como consecuencia la implementación de innovaciones tecnológicas y no tecnológicas.

- **Empresas de alimentos (baja intensidad tecnológica)**

La empresa 1 realizó innovación en procesos con la finalidad de reducir tiempos y mermas. Además, implementa innovación en el área de comercialización para mejorar las estrategias que les permita incrementar las ventas.

- **Empresas textiles (baja intensidad tecnológica)**

La empresa 5 realiza adquisiciones de máquinas de producción y equipo de laboratorio para mejorar la formulación de recetas para el teñido de tejidos. Así mismo, la empresa siempre mejora la relación con sus clientes.

- **Empresas de productos de plástico o caucho**

La empresa 8 ha realizado el lanzamiento de dos nuevos productos y se encuentran registrando dos nuevas patentes. También, mediante la adquisición de *software*, ha podido realizar mejoras en los procesos productivos.

- **Empresas de fabricación de partes de vehículo**

La empresa 9 ha ingresado a una nueva línea de producción que consiste en la fabricación de repuestos para camiones. En las innovaciones no tecnológicas, ha implementado una página web que le permite estar en contacto con sus clientes durante 24 horas al día y 7 días a la semana.

- **Empresa de fabricación de maquinaria**

La empresa 16 tiene planeado lanzar un nuevo tipo de maquinaria llamada *Scoop*, que mejora la línea de equipos de perforación de rocas. También, en la innovación por procesos, implementó un estudio de tiempos y movimientos, y compró un instrumento de torqueo regulable, que es utilizado por un solo operario y reduce los tiempos de montaje de 5 horas a casi 8 minutos.

3.6. Covarianzas

En la medida en que las empresas desarrollan mayor capacidad de innovación, tienen mayor predisposición a implementar innovaciones en productos y procesos. Así se puede afirmar que, a mayor capacidad de innovación, mayor número de innovaciones.

3.7. Contingencias

Las empresas peruanas de manufactura enfrentan contingencias particulares para el desempeño de sus actividades. Así, el Ministerio de la Producción (2016), al analizar la encuesta nacional de innovación de la industria de manufactura en el Perú de 2015, encontró que la mayoría de las empresas encuestadas son pequeñas y medianas, y presentan una intensidad tecnológica baja y media-baja.

4. Discusiones y conclusiones

Los hallazgos se pueden dividir en relación a dos aspectos: los factores internos y los factores externos, que están asociados a la capacidad de innovación de la empresa. En relación a los factores internos, se empezará señalando que el diseño y la aplicación de técnicas de ingeniería industrial es una de las actividades más realizadas por las pequeñas empresas de baja intensidad tecnológica. El diseño es una actividad relevante en la industria del calzado, en especial en la elaboración de nuevos modelos (innovación en productos), o en la industria de fibras textiles, en la que, aplicando

técnicas de mejora continua, se logra reducir tiempos y costos, lo cual conlleva a la mejora del desempeño de la empresa.

La siguiente actividad más realizada es la adquisición de maquinaria, que es muy frecuente en las empresas de baja intensidad tecnológica. Las empresas pequeñas la realizan porque, de esta manera, logran introducir innovación en procesos. A las empresas medianas les permite ingresar a nuevos mercados con productos mejorados. Este resultado se condice con lo señalado por Tello (2017), quien indica que la adquisición de la maquinaria permite a las empresas mejorar su capacidad de innovación e implementar innovaciones en productos y procesos.

En relación a las empresas que obtienen certificación y control de calidad, se puede apreciar que, en su mayoría, son empresas grandes y presentan media-baja intensidad tecnológica. Estas prácticas de control de calidad llevan a las empresas a desarrollar innovación en procesos y en otros casos a implementar «sistemas ERP», lo cual lleva a implementar innovaciones organizacionales. Esto coincide con el punto de vista examinado por Bourke & Roper (2017), quienes arguyen que la consistencia de la calidad de los productos generará más satisfacción en los clientes.

Por otro lado, Papa *et al.* (2018) señalan que la capacitación al personal mejora la capacidad de innovación de la empresa, lo cual concuerda con los resultados señalados por los entrevistados en las empresas pequeñas y grandes, tanto en las empresas de baja y baja-media intensidad tecnológica. Ellos manifiestan también que la capacitación al personal permite que éste conozca mejor la operación de las máquinas, así como el desarrollo de habilidades que fomentarán la innovación.

Analizando los hallazgos para los factores externos, se encontró que uno de los factores que más influye en el desarrollo de la capacidad de innovación de las empresas es su relación con los clientes o consumidores. Esto se aprecia tanto en las empresas pequeñas y grandes de baja intensidad. Los clientes proporcionan valiosa información para mejorar los productos y los procesos. Este resultado está en línea por lo señalado por Saldanha *et al.* (2017), quienes afirman que el consumidor ayuda a mejorar la capacidad de innovación de la empresa.

El siguiente factor externo es la relación o vinculación con los proveedores, que les permite a las pequeñas y grandes de baja y media-baja intensidad tecnológica mejorar su capacidad de innovación de la empresa. Se aprecia que las pequeñas empresas de baja intensidad tecnológica obtienen valiosa información de sus proveedores, que las conduce a realizar una mejora continua, en tanto que las empresas medianas de media-baja intensidad tecnológica visitan las ferias de proveedores para mejorar sus productos y procesos. Los proveedores constituyen una fuente importante de conocimiento, como también lo mencionan Roper *et al.* (2017).

De manera similar, la competencia ayuda a las empresas grandes y a las de baja intensidad tecnológica a mejorar su capacidad de innovación. Las empresas de baja intensidad tecnológica consideran a los competidores como un referente para mejorar sus propias estrategias de ventas y las empresas medianas, como aliciente para innovar. Este resultado concuerda por lo señalado por Qian & Wang (2017), quienes arguyen que la competencia del mercado obliga a las empresas a innovar, y de esta manera diferenciarse de los competidores.

También los consultores externos constituyen una valiosa fuente de conocimiento para las empresas pequeñas y de baja intensidad tecnológica. Las empresas grandes que tienen mayores recursos contratan consultores externos para desarrollar actividades de investigación y desarrollo, en tanto que las pequeñas empresas contratan consultores externos para que les orienten en la mejora de los procesos de fabricación y administrativos. En esa medida, nuestros hallazgos están alineados con los obtenidos por Musioliket *et al.* (2018).

El presente estudio contribuye a la literatura, pues se identifican los factores internos y externos que favorecen el desarrollo de la capacidad de innovación, según su tamaño e intensidad tecnológica. El desarrollo de actividades internas de innovación, tales como diseño y aplicación de técnicas de ingeniería industrial, la adquisición de maquinaria, la obtención de certificados de calidad y aplicación de técnicas de control de calidad, así como la capacitación del personal, permite el desarrollo de la capacidad de innovación de las empresas y, de esta manera, la implementación de innovaciones en productos y en procesos. Las empresas de manufactura se vinculan con los clientes o consumidores, proveedores, competidores y consultores externos para mejorar su capacidad de innovación. En la mayoría de los casos, las vinculaciones generan información o conocimiento que ayudan a las empresas a desarrollar innovaciones en productos o procesos y, en otros, les proporcionan el conocimiento para llevar a cabo actividades de investigación y desarrollo que contribuyen a mejorar el desempeño de sus empresas.

Se pueden señalar tres limitaciones principales: En primer lugar, resulta difícil decidir si se ha alcanzado la saturación teórica. En esta oportunidad, se ha logrado entrevistar a 16 personas que laboran en empresas de distintas industrias, de distintos tamaños, o que muestran tres de las cuatro intensidades tecnológica. Sin embargo, no se logró entrevistar a alguna empresa que presente alta intensidad tecnológica. En segundo lugar, la forma en la que se ha seleccionado la muestra también es una limitación, ya que se eligió a los participantes tomando en cuenta a las distintas industrias (rubros) a las que pertenecían o los distintos tamaños de las empresas, y según la facilidad para poder entrevistarlos. En tercer lugar, la información recolectada es la que fue proporcionada por los entrevistados. No se tuvo la oportunidad de observar directamente las relaciones que se establecían entre las empresas y sus proveedores o clientes.

A pesar de que el presente estudio tiene limitaciones, también es un aporte para la literatura de la innovación de las empresas de manufactura en una economía emergente, debido a que abre líneas de futuras investigaciones. Se recomienda que se analicen las innovaciones organizacionales y de comercialización, y cómo estas influyen en las innovaciones en producto y en proceso. También sería interesante analizar cómo las innovaciones están relacionadas con el mejor desempeño de la empresa o analizar una sola industria, teniendo en cuenta que, dentro ella, se pueden presentar comportamientos heterogéneos, que dependen del tipo de producto que se ofrece al mercado.

Agradecimientos y apoyo

Grupo de investigación: Innovación y emprendimiento, financiamiento interno del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad ESAN, Lima, Perú.

Referencias

- Albis, N., & Alvarez, I. (2017). Un análisis comparado del desempeño innovador de las empresas extranjeras y nacionales en la industria manufacturera de Colombia. *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad de Georgetown/ Universia*, 11(2). <https://doi.org/10.3232/GCG.2017.V11.N2.01>
- Bourke, J., & Roper, S. (2017). Innovation, quality management and learning: Short-term and longer-term effects. *Research Policy*, 46(8), 1505-1518. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.07.005>
- Brenes, E. R., Camacho, A. R., Ciravegna, L., & Pichardo, C. A. (2016). Strategy and innovation in emerging economies after the end of the commodity boom—Insights from Latin America. *Journal of Business Research*, 69(10), 4363-4367. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.059>
- Castellacci, F., & Natera, J. M. (2012). Innovation surveys in Latin America: a primer. *Innovation and Development*, 2(1), 199-204. <https://doi.org/10.1080/2157930x.2012.663585>
- Dunne, C. (2011). The place of the literature review in grounded theory research. *International Journal of Social Research Methodology*, 14(2), 111-124. <https://doi.org/10.1080/13645579.2010.494930>
- Ferraris, A., Santoro, G., & Dezi, L. (2017). How MNC's subsidiaries may improve their innovative performance? The role of external sources and knowledge management capabilities. *Journal of Knowledge Management*, 21(3), 540-552. <https://doi.org/10.1108/jkm-09-2016-0411>
- Ferreira de Lara, F., & Neves Guimarães, M. R. (2014). Competitive priorities and innovation in SMEs: A Brazil multi-case study. *Journal of technology management & innovation*, 9(3), 51-64. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242014000300004>
- Gandomani, T. J., Zulzalil, H., Ghani, A. A. A., Sultan, A. B. M., & Parizi, R. M. (2015). The impact of inadequate and dysfunctional training on Agile transformation process: a Grounded Theory study. *Information and Software Technology*, 57, 295-309. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2014.05.011>
- Gandomani, T. J., Zulzalil, H., Ghani, A. A. A., Sultan, A. B. M., & Sharif, K. Y. (2013). Exploring key factors of pilot projects in agile transformation process using a grounded theory study. *International Conference on Information and Software Technologies* (pp. 146-158). Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-41947-8_14
- Heredia, J., Flores, A., Geldes, C., & Heredia, W. (2017). Effects of informal competition on innovation performance: the case of pacific alliance. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12(4), 22-28. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242017000400003>
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 4(08), 08-to. <https://doi.org/10.23958/ijsei/vol04-i08/02>
- M. S. S., Kannan, V. R., Brah, S. A., & Hassan, S. Z. (2017). Linkages between firm innovation strategy, suppliers, product innovation, and business performance: insights from resource dependence theory. *International Journal of Operations & Production Management*, 37(8), 1054-1075. <https://doi.org/10.1108/ijopm-09-2014-0424>
- Ketata, I., Sofka, W., & Grimpe, C. (2015). The role of internal capabilities and firms' environment for sustainable innovation: evidence for Germany. *R&D Management*, 45(1), 60-75. <https://doi.org/10.1111/radm.12052>
- Kim, M. K., Park, J. H., & Paik, J. H. (2018). Factors influencing innovation capability of small and medium-sized enterprises in Korean manufacturing sector: facilitators, barriers and moderators. *International Journal of Technology Management*, 76(3-4), 214-235. <https://doi.org/10.1504/ijtm.2018.10012461>
- Lee, V. H., Leong, L. Y., Hew, T. S., & Ooi, K. B. (2013). Knowledge management: a key determinant in advancing technological innovation. *Journal of Knowledge Management*, 17(6), 848-872. <https://doi.org/10.1108/jkm-08-2013-0315>

- Liu, W., & Atuahene-Gima, K. (2018). Enhancing product innovation performance in a dysfunctional competitive environment: The roles of competitive strategies and market-based assets. *Industrial Marketing Management*, 73, 7-20. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.01.006>
- Martínez-Costa, M., Jimenez-Jimenez, D., & Castro-del-Rosario, Y. D. P. (2018). The performance implications of the UNE 166.000 standardised innovation management system. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/ejim-02-2018-0028>
- Ministerio de la Producción. (2016). *Estudio de la situación actual de la innovación en la industria manufacturera. Análisis de los resultados de la Encuesta Nacional de Innovación de la Industria Manufacturera 2015*.
- Musiolik, J., Markard, J., Hekkert, M., & Furrer, B. (2018). Creating innovation systems: How resource constellations affect the strategies of system builders. *Technological Forecasting and Social Change* (In Press). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.02.002>
- Olavarrieta, S., & Villena, M. G. (2014). Innovation and business research in Latin America: An overview. *Journal of Business Research*, 67(4), 489-497. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.005>
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) (2007). *Science, Technology and Industry Scoreboard*, OECD, Paris. https://doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2007-en
- Papa, A., Dezi, L., Gregori, G. L., Mueller, J., & Miglietta, N. (2018). Improving innovation performance through knowledge acquisition: the moderating role of employee retention and human resource management practices. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2017-0391>
- Paunov, C. (2016). Corruption's asymmetric impacts on firm innovation. *Journal of Development Economics*, 118, 216-231. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2015.07.006>
- Pérez, J. A. H., Geldes, C., Kunc, M. H., & Flores, A. (2018). New approach to the innovation process in emerging economies: The manufacturing sector case in Chile and Peru. *Technovation*, 79, 35-75. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.02.012>
- Qian, L., & Wang, I. K. (2017). Competition and innovation: The tango of the market and technology in the competitive landscape. *Managerial and Decision Economics*, 38(8), 1237-1247. <https://doi.org/10.1002/mde.2861>
- Roper, S., Love, J. H., & Bonner, K. (2017). Firms' knowledge search and local knowledge externalities in innovation performance. *Research Policy*, 46(1), 43-56. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.10.004>
- Saldanha, T. J., Mithas, S., & Krishnan, M. S. (2017). Leveraging Customer Involvement for Fueling Innovation: The Role of Relational and Analytical Information Processing Capabilities. *MIS Quarterly*, 41(1). <https://doi.org/10.25300/misq/2017/41.1.14>
- Sanz, L., & Jones, V. (2013). Advances in business research in Latin American studies. *Journal of Business Research*, 66(3), 397-400. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.04.005>
- Simeone, L., Secundo, G., & Schiuma, G. (2017). Knowledge translation mechanisms in open innovation: the role of design in R&D projects. *Journal of Knowledge Management*, 21(6), 1406-1429. <https://doi.org/10.1108/jkm-10-2016-0432>
- Scott, G. J., & Chaston, I. (2012). Culture and innovation in Peru from a management perspective. *Journal of Global Initiatives*, 7(2), 131-145. <https://doi.org/10.7835/ccwp-2012-09-0010>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1994). Grounded Theory Methodology: An Overview. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (Chapter 17, pp. 273-285). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Tello, M. D. (2017). *Innovation and productivity in services and manufacturing firms: the case of Peru*. CEPAL Review. <https://doi.org/10.18356/a4c7eea5-en>
- Zawislak, P. A., Fracasso, E. M., & Tello-Gamarra, J. (2018). Technological intensity and innovation capability in industrial firms. *Innovation & Management Review*, 15(2), 189-207. <https://doi.org/10.1108/inmr-04-2018-012>

Normas editoriales

Normas editoriales básicas

Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

1. Información general

«Retos» es una publicación científica bilingüe de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, editada desde enero de 2011 de forma ininterrumpida, con periodicidad fija semestral, especializada en Desarrollo y sus líneas transdisciplinarias como Administración Pública, Economía Social, Marketing, Turismo, Emprendimiento, Gerencia, Ciencias Administrativas y Económicas, entre otras.

Es una Revista Científica arbitrada, que utiliza el sistema de evaluación externa por expertos (*peer-review*), bajo metodología de pares ciegos (*doble-blind review*), conforme a las normas de publicación de la American Psychological Association (APA). El cumplimiento de este sistema permite garantizar a los autores un proceso de revisión objetivo, imparcial y transparente, lo que facilita a la publicación su inclusión en bases de datos, repositorios e indexaciones internacionales de referencia.

«Retos» se encuentra indexada en el directorio y catálogo selectivo del Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Latindex), en el Sistema de Información Científica REDALYC, en el Directorio de Revistas de Acceso Abierto DOAJ y en repositorios, bibliotecas y catálogos especializados de Iberoamérica.

La Revista se edita en doble versión: impresa (ISSN: 1390-62911) y electrónica (e-ISSN: 1390-8618), en español e inglés, siendo identificado además cada trabajo con un DOI (Digital Object Identifier System).

2. Alcance y política

2.1. Temática

Contribuciones originales en materia de Desarrollo, así como áreas afines: Administración Pública, Economía Social, Marketing, Turismo, Emprendimiento, Gerencia... y todas aquellas disciplinas conexas interdisciplinariamente con la línea temática central.

2.2. Aportaciones

«Retos» edita preferentemente resultados de investigación empírica sobre Desarrollo, redactados en español y/o inglés, siendo también admisibles informes, estudios y propuestas, así como selectas revisiones de la literatura (*state-of-the-art*).

Todos los trabajos deben ser originales, no haber sido publicados en ningún medio ni estar en proceso de arbitraje o publicación. De esta manera, las aportaciones en la revista pueden ser:

- **Investigaciones:** 5.000 a 6.500 palabras de texto, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.
- **Informes, estudios y propuestas:** 5.000 a 6.500 palabras de texto, incluyendo título, resúmenes, tablas y referencias.
- **Revisiones:** 6.000 a 7.000 palabras de texto, incluidas tablas y referencias. Se valorará especialmente las referencias justificadas, actuales y selectivas de alrededor de unas 70 obras.

«Retos» tiene periodicidad semestral (20 artículos por año), publicada en los meses de abril y octubre y cuenta por número con dos secciones de cinco artículos cada una, la primera referida a un tema **Monográfico** preparado con antelación y con editores temáticos y la segunda, una sección de **Misceláneas**, compuesta por aportaciones variadas dentro de la temática de la publicación.

3. Presentación, estructura y envío de los manuscritos

Los trabajos se presentarán en tipo de letra Arial 10, interlineado simple, justificado completo y sin tabuladores ni espacios en blanco entre párrafos. Solo se separarán con un espacio en blanco los grandes bloques (título, autores, resúmenes, descriptores, créditos y epígrafes). La página debe tener 2 centímetros en todos sus márgenes.

Los trabajos deben presentarse en documento de Microsoft Word (.doc o .docx), siendo necesario que el archivo esté anonimizado en Propiedades de Archivo, de forma que no aparezca la identificación de autor/es.

Los manuscritos deben ser enviados única y exclusivamente a través del OJS (Open Journal System), en el cual todos los autores deben darse de alta previamente. No se aceptan originales enviados a través de correo electrónico u otra interfaz.

3.1. Estructura del manuscrito

Para aquellos trabajos que se traten de investigaciones de carácter empírico, los manuscritos seguirán la estructura IMRDC, siendo opcionales los epígrafes de Notas y Apoyos. Aquellos trabajos que por el contrario se traten de informes, estudios, propuestas y revisiones podrán ser más flexibles en sus epígrafes, especialmente en Material y métodos, Análisis y resultados y Discusión y conclusiones. En todas las tipologías de trabajos son obligatorias las Referencias.

- 1) **Título (español) / Título (inglés):** Conciso pero informativo, en castellano en primera línea y en inglés en segunda. Se aceptan como máximo 80 caracteres con espacio. El título no solo es responsabilidad de los autores, pudiéndose proponer cambios por parte del Consejo Editorial.

- 2) **Nombre y apellidos completos:** De cada uno de los autores, organizados por orden de prelación. Se aceptarán como máximo 3 autores por original, aunque pudieren existir excepciones justificadas por el tema, su complejidad y extensión. Junto a los nombres ha de seguir la categoría profesional, centro de trabajo, correo electrónico de cada autor y número de ORCID. Es obligatorio indicar si se posee el grado académico de doctor (incluir Dr./Dra. antes del nombre).
- 3) **Resumen (español) / Abstract (inglés):** Tendrá como extensión máxima 230 palabras, primero en español y después en inglés. En el resumen se describirá de forma concisa y en este orden: 1) Justificación del tema; 2) Objetivos; 3) Metodología y muestra; 4) Principales resultados; 5) Principales conclusiones. Ha de estar escrito de manera impersonal “El presente trabajo analiza...”. En el caso del abstract no se admitirá el empleo de traductores automáticos por su pésima calidad.
- 4) **Descriptores (español) / Keywords (inglés):** Se deben exponer 6 descriptores por cada versión idiomática relacionados directamente con el tema del trabajo. Será valorado positivamente el uso de las palabras claves expuestas en el Thesaurus de la UNESCO.
- 5) **Introducción y estado de la cuestión:** Debe incluir el planteamiento del problema, el contexto de la problemática, la justificación, fundamentos y propósito del estudio, utilizando citas bibliográficas, así como la literatura más significativa y actual del tema a escala nacional e internacional.
- 6) **Material y métodos:** Debe ser redactado de forma que el lector pueda comprender con facilidad el desarrollo de la investigación. En su caso, describirá la metodología, la muestra y la forma de muestreo, así como se hará referencia al tipo de análisis estadístico empleado. Si se trata de una metodología original, es necesario exponer las razones que han conducido a su empleo y describir sus posibles limitaciones.
- 7) **Análisis y resultados:** Se procurará resaltar las observaciones más importantes, describiéndose, sin hacer juicios de valor, el material y métodos empleados. Aparecerán en una secuencia lógica en el texto y las tablas y figuras imprescindibles evitando la duplicidad de datos.
- 8) **Discusión y conclusiones:** Resumirá los hallazgos más importantes, relacionando las propias observaciones con estudios de interés, señalando aportaciones y limitaciones, sin redundar datos ya comentados en otros apartados. Asimismo, el apartado de discusión y conclusiones debe incluir las deducciones y líneas para futuras investigaciones.
- 9) **Apoyos y agradecimientos (opcionales):** El Council Science Editors recomienda a los autor/es especificar la fuente de financiación de la investigación. Se considerarán prioritarios los trabajos con aval de proyectos competitivos nacionales e internacionales. En todo caso, para la valoración científica del manuscrito, este debe ir anonimizado con XXXX solo para su evaluación inicial, a fin de no identificar autores y equipos de investigación, que deben ser explicitados en la Carta de Presentación y posteriormente en el manuscrito final.
- 10) **Las notas** (opcionales) irán, solo en caso necesario, al final del artículo (antes de las referencias). Deben anotarse manualmente, ya que el sistema de notas al pie o

al final de Word no es reconocido por los sistemas de maquetación. Los números de notas se colocan en superíndice, tanto en el texto como en la nota final. No se permiten notas que recojan citas bibliográficas simples (sin comentarios), pues éstas deben ir en las referencias.

- 11) Referencias:** Las citas bibliográficas deben reseñarse en forma de referencias al texto. Bajo ningún caso deben incluirse referencias no citadas en el texto. Su número debe ser suficiente para contextualizar el marco teórico con criterios de actualidad e importancia. Se presentarán alfabéticamente por el primer apellido del autor.

3.2. Normas para las referencias

Publicaciones periódicas

Artículo de revista (un autor): Valdés-Pérez, D. (2016). Incidencia de las técnicas de gestión en la mejora de decisiones administrativas [Impact of Management Techniques on the Improvement of Administrative Decisions]. *Retos*, 12(6), 199-2013. <https://doi.org/10.17163/ret.n12.2016.05>

Artículo de revista (hasta seis autores): Ospina, M.C., Alvarado, S.V., Fefferman, M., & Llanos, D. (2016). Introducción del dossier temático “Infancias y juventudes: violencias, conflictos, memorias y procesos de construcción de paz” [Introduction of the thematic dossier “Infancy and Youth: Violence, Conflicts, Memories and Peace Construction Processes”]. *Universitas*, 25(14), 91-95. <https://doi.org/10.17163/uni.n25.%25x>

Artículo de revista (más de seis autores): Smith, S.W., Smith, S.L. Pieper, K.M., Yoo, J.H., Ferrys, A.L., Downs, E.,... Bowden, B. (2006). Altruism on American Television: Examining the Amount of, and Context Surrounding. Acts of Helping and Sharing. *Journal of Communication*, 56(4), 707-727. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00316.x>

Artículo de revista (sin DOI): Rodríguez, A. (2007). Desde la promoción de salud mental hacia la promoción de salud: La concepción de lo comunitario en la implementación de proyectos sociales. *Alteridad*, 2(1), 28-40. (<https://goo.gl/zDb3Me>) (2017-01-29).

Libros y capítulos de libro

Libros completos: Cuéllar, J.C., & Moncada-Paredes, M.C. (2014). *El peso de la deuda externa ecuatoriana*. Quito: Abya-Yala.

Capítulos de libro: Zambrano-Quiñones, D. (2015). *El ecoturismo comunitario en Manglaralto y Colonche*. En V.H. Torres (Ed.), *Alternativas de Vida: Trece experiencias de desarrollo endógeno en Ecuador* (pp. 175-198). Quito: Abya-Yala.

Medios electrónicos

Pérez-Rodríguez, M.A., Ramírez, A., & García-Ruíz, R. (2015). La competencia mediática en educación infantil. Análisis del nivel de desarrollo en España.

Universitas Psychologica, 14(2), 619-630. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-2.cmei>

Es prescriptivo que todas las citas que cuenten con DOI (Digital Object Identifier System) estén reflejadas en las Referencias (pueden obtenerse en <http://goo.gl/gfruh1>). Todas las revistas y libros que no tengan DOI deben aparecer con su link (en su versión on-line, en caso de que la tengan, acortada, mediante Google Shortener: <http://goo.gl>) y fecha de consulta en el formato indicado.

Los artículos de revistas deben ser expuestos en idioma inglés, a excepción de aquellos que se encuentren en español e inglés, caso en el que se expondrá en ambos idiomas utilizando corchetes. Todas las direcciones web que se presenten tienen que ser acortadas en el manuscrito, a excepción de los DOI que deben ir en el formato indicado (<https://doi.org/XXX>).

3.3. *Epígrafes, tablas y gráficos*

Los epígrafes del cuerpo del artículo se numerarán en arábigo. Irán sin caja completa de mayúsculas, ni subrayados, ni negritas. La numeración ha de ser como máximo de tres niveles: 1. / 1.1. / 1.1.1. Al final de cada epígrafe numerado se establecerá un retorno de carro.

Las tablas deben presentarse incluidas en el texto en formato Word según orden de aparición, numeradas en arábigo y subtituladas con la descripción del contenido.

Los gráficos o figuras se ajustarán al número mínimo necesario y se presentarán incorporadas al texto, según su orden de aparición, numeradas en arábigo y subtituladas con la descripción abreviada. Su calidad no debe ser inferior a 300 ppp, pudiendo ser necesario contar con el gráfico en formato TIFF, PNG o JPEG.

4. Proceso de envío

Deben remitirse a través del sistema OJS de la revista dos archivos:

- 1) **Presentación y portada**, en la que aparecerá el título en español e inglés, nombres y apellidos de los autores de forma estandarizada con número de ORCID, resumen, abstract, descriptores y keywords y una declaración de que el manuscrito se trata de una aportación original, no enviada ni en proceso de evaluación en otra revista, confirmación de las autorías firmantes, aceptación (si procede) de cambios formales en el manuscrito conforme a las normas y cesión parcial de derechos a la editorial (usar modelo oficial de portada).
- 2) **Manuscrito** totalmente anonimizado, conforme a las normas referidas en precedencia.

Todos los autores han de darse de alta, con sus créditos, en la plataforma OJS, si bien uno solo de ellos será el responsable de correspondencia. Ningún autor podrá enviar o tener en revisión dos manuscritos de forma simultánea, estimándose una carencia de cuatro números consecutivos (2 años).