

POLÍTICA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

VOL.2 NÚM.2
2023

JULIO - DICIEMBRE



CONTENIDO

PÁGINA LEGAL 4

Importancia del manejo de la ira en los jóvenes y adultos	6
Análisis comparativo del proceso de reclutamiento y selección de personal en sector público y privado del Distrito metropolitano de Quito	19
Identificación de los factores que inciden en la fijación de precios en las Pymes comerciales en la ciudad de Quito	40
Sostenibilidad y gestión educativa: Implementación de prácticas eco-amigables en la administración de campus universitarios	63

PÁGINA LEGAL

EDITOR REVISTA

Mg. Paúl Baldeón Egas, Editorial Scientific Future, Ecuador

COMITÉ EDITORIAL

PhD. Johanna Patricia Bustamante Torres, Universidad Central del Ecuador, Ecuador

PhD. Julio Adolfo Bravo Mancero, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador

PhD. Yolanda Azucena Borja López, Universidad Central del Ecuador, Ecuador

PhD. Javier Guaña Moya, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador

MSc. Santiago David Muñoz Solorzano, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador

MSc. Jeanneth Caroline Galarza Galarza, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

MSc. Alexandra Gladys Alvear Escobar, Universidad Central del Ecuador, Ecuador

MSc. Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza, Instituto Superior Tecnológico Nelson Torres, Ecuador

MSc. Cristina Rocío Cuenca Tinitana, Instituto Tecnológico Superior Quito Metropolitano, Ecuador

**GESTIÓN DE LA REVISTA
DIGITAL**

Mg. Paúl Baldeón Egas, Editorial Scientific
Future, Ecuador

**RESPONSABLE DE ESTILO
PERIODICIDAD DE
PUBLICACIÓN**

Lcda. Carla Florez
Semestral – publicación continua
julio-diciembre

ENTIDAD EDITORA

Editorial Scientific Future
info@editorialscientificfuture.com
(593) 98 289 5312

Importancia del manejo de la ira en los jóvenes y adultos

Importance of anger management in youth and adults

• Fecha de recepción: 2023-05-20 • Fecha de aceptación: 2023-07-02 • Fecha de publicación: 2023-07-29

Lorena Fernanda Cusme Vélez
Instituto Superior Tecnológico Japón
lcusme@itsjapon.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-9783-1219>

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo analizar la importancia del manejo de la ira en jóvenes y adultos, revisando la literatura científica disponible en la materia. La ira es una emoción natural que puede llevar a problemas físicos, mentales y sociales si no se maneja adecuadamente. A través de la revisión de la literatura y los resultados obtenidos, se ha demostrado que el manejo de la ira es crucial para mejorar la calidad de vida, las relaciones interpersonales y el bienestar emocional de las personas jóvenes y adultas. Se han identificado diversas técnicas y estrategias para el manejo de la ira, como la relajación muscular progresiva, la respiración profunda, el mindfulness, la terapia cognitivo-conductual, entre otras, así como la importancia del apoyo social y la comunicación efectiva en este proceso. La implementación de programas de intervención para el manejo de la ira en diferentes contextos, como en el ámbito laboral, educativo y de salud mental, es recomendable para mejorar el manejo de la ira y reducir sus consecuencias negativas. Además, se destaca la importancia de la prevención, enseñando habilidades para el manejo de la ira desde la infancia. En conclusión, este trabajo destaca la necesidad de prestar atención al manejo de la ira en las personas jóvenes y adultas y la importancia de proporcionar herramientas y recursos adecuados para su manejo y prevención, para así mejorar la calidad de vida y bienestar emocional de las personas.

Palabras claves: Manejo de la ira, regulación emocional, desencadenantes de la ira, estrategias de afrontamiento, personas adultas, adultos jóvenes.

Abstract

This work aims to analyze the importance of anger management in young people and adults, reviewing the available scientific literature on the subject. Anger is a natural emotion that can lead to physical, mental, and social problems if not managed properly. Through the review of the literature and the results obtained, it has been shown that anger management is crucial to improve the quality of life, interpersonal relationships and emotional well-being of young people and adults. Various techniques and strategies for anger management have been identified, such as progressive muscle relaxation, deep breathing, mindfulness, cognitive-behavioral therapy, among others, as well as the importance of social support and effective communication in this process. The implementation of intervention programs for anger management in different contexts, such as in the workplace, education and mental health, is recommended to improve anger management and reduce its negative consequences. In addition, the importance of prevention is highlighted, teaching anger management skills from childhood. In conclusion, this work highlights the need to pay attention to anger management in young people and adults and the importance of providing adequate tools and resources for its management and prevention, in order to improve the quality of life and emotional well-being of people.

Keywords: Anger management, emotional regulation, anger triggers, coping strategies, adults, young adults.

Introducción

La ira es una emoción humana natural y común que puede surgir en diversas situaciones y por diferentes motivos. Sin embargo, cuando se expresa de manera inapropiada, la ira puede tener consecuencias negativas en la vida de las personas, especialmente en su salud mental y relaciones interpersonales. Por esta razón, el manejo adecuado de la ira se ha convertido en un tema relevante para la psicología y la salud mental (Maynaguez, 2015).

En este sentido, la importancia del manejo de la ira en las personas adultas se vuelve cada vez más evidente. En el transcurso de la vida, las personas pueden enfrentar situaciones difíciles que pueden generar estrés, frustración, resentimiento, entre otros sentimientos que pueden derivar en episodios de ira (Benjamin, 1992). A medida que las personas crecen y enfrentan una variedad de situaciones en su vida laboral, social y personal, la habilidad para manejar adecuadamente la ira se vuelve fundamental para su bienestar.

Posteriormente, en el ámbito laboral, la ira mal gestionada puede tener graves consecuencias, como la pérdida de empleo o problemas de relaciones laborales. En el ámbito social, la ira puede afectar negativamente las relaciones interpersonales, llevando a la pérdida de amistades o aislamiento social. En el ámbito personal, la ira puede desencadenar en problemas de salud mental, como depresión, ansiedad, trastornos alimentarios, entre otros (Cely, 2023).

También, el manejo adecuado de la ira en las personas adultas puede ser una herramienta importante para prevenir estas consecuencias negativas. Es por esto que se hace cada vez más necesario profundizar en el estudio de las técnicas y estrategias para el manejo de la ira en las personas adultas (Herrera, 2022).

El objetivo de esta investigación es explorar la importancia del manejo de la ira en las personas adultas, discutir los factores que influyen en la expresión de la ira en la edad adulta y proponer estrategias para el manejo adecuado de la ira en esta población.

En la revisión de la literatura se abordarán estudios previos sobre el manejo de la ira en las personas adultas, los factores que influyen en la expresión de la ira y las consecuencias negativas del manejo inadecuado de la misma. La metodología que se utilizará para la investigación será la revisión sistemática de la literatura, que permitirá explorar la información disponible en bases de datos especializadas y seleccionar los estudios más relevantes para el tema.

Finalmente, se espera que los resultados de esta investigación contribuyan al desarrollo de estrategias y herramientas efectivas para el manejo adecuado de la ira en las personas adultas, que puedan ser aplicadas en diferentes ámbitos de la vida cotidiana y contribuir al bienestar de las personas.

Marco teórico

En este marco teórico se revisarán los principales conceptos y teorías relacionadas con el manejo de la ira en las personas adultas. Se analizarán los diferentes enfoques teóricos que se han utilizado para estudiar la ira, incluyendo el modelo cognitivo-conductual, la teoría psicodinámica y la teoría de la evolución emocional. También se examinarán los factores que influyen en la expresión de la ira en las personas adultas, así como las consecuencias negativas del manejo inadecuado de la misma.

- **Modelo Cognitivo-Conductual**

El modelo cognitivo-conductual es una teoría que ha sido ampliamente utilizada para el estudio del manejo de la ira en las personas adultas. Según este modelo, la ira es el resultado de una interpretación cognitiva de una situación que se percibe como injusta o amenazante (Maldonado, 2019). Esta interpretación puede ser influenciada por factores como las creencias, expectativas y pensamientos automáticos de la persona.

El modelo cognitivo-conductual también propone que la ira es una respuesta aprendida que puede ser modificada a través de la terapia conductual. La terapia cognitivo-conductual se enfoca en ayudar a las personas a identificar y cuestionar sus pensamientos negativos y distorsionados, y a desarrollar habilidades para manejar situaciones que pueden desencadenar la ira (Lira, 2007).

- **Teoría Psicodinámica**

La teoría psicodinámica sugiere que la ira es una emoción que surge de conflictos inconscientes y que puede ser un mecanismo de defensa para protegerse de sentimientos más dolorosos (Castelblanco, 2020). Según esta teoría, las personas pueden experimentar ira cuando se sienten amenazadas o cuando se sienten impotentes para controlar una situación.

La terapia psicodinámica se enfoca en explorar los motivos inconscientes detrás de la ira, ayudando a las personas a comprender la raíz de su enojo y a desarrollar una mayor conciencia de sus emociones (Hendel, 2020). La terapia también se enfoca en la resolución de conflictos y en el desarrollo de habilidades de comunicación interpersonal efectiva.

- **Teoría de la Evolución Emocional**

La teoría de la evolución emocional sugiere que la ira es una emoción que evolucionó como una respuesta adaptativa a las amenazas. La ira puede ser útil en situaciones de peligro, ya que puede ayudar a las personas a responder de manera rápida y eficiente (García, 2019). Sin embargo, la expresión inadecuada de la ira puede llevar a consecuencias negativas.

- **Factores que Influyen en la Expresión de la Ira en las Personas Adultas**

Existen varios factores que pueden influir en la expresión de la ira en las personas adultas, incluyendo factores individuales, situacionales y culturales. Algunos de los factores individuales que pueden influir en la expresión de la ira incluyen la personalidad, la historia de traumas y la presencia de trastornos mentales (García, 2023). Los factores situacionales pueden incluir el estrés y la presencia de estímulos desencadenantes a través de la ira.

Consecutivamente, un aspecto importante del manejo de la ira es la identificación de los desencadenantes de la misma. Los desencadenantes son situaciones o eventos que provocan una respuesta emocional negativa en una persona y pueden llevar a la expresión de la ira. Según el modelo cognitivo de la ira propuesto por Novaco (2002), los desencadenantes pueden ser internos o externos (Nieto et al., 2008). Los desencadenantes internos incluyen pensamientos, recuerdos, creencias y expectativas, mientras que los desencadenantes externos incluyen situaciones, eventos, personas y objetos. La identificación de los desencadenantes de la ira es importante para poder controlarla y prevenirla, ya que una vez que se conocen los desencadenantes, se pueden tomar medidas para evitarlos o para cambiar la forma en que se responde a ellos.

Otro aspecto importante del manejo de la ira es la regulación emocional. La regulación emocional se refiere a la capacidad de una persona para controlar y modificar sus emociones. La capacidad de regular las emociones es importante para el manejo de la ira, ya que permite a las personas controlar y regular la intensidad y duración de su ira, evitando así comportamientos impulsivos o destructivos (Enríquez, 2011). La regulación emocional también puede ayudar a las personas a identificar las emociones subyacentes que se esconden detrás de la ira, lo que puede facilitar la resolución de problemas y la toma de decisiones efectivas.

En concreto, el manejo de la ira es un proceso complejo que implica la identificación de los desencadenantes de la ira y la regulación emocional. La identificación de los desencadenantes

de la ira es importante para prevenirla, mientras que la regulación emocional es necesaria para controlar la intensidad y duración de la ira y evitar comportamientos impulsivos o destructivos. El conocimiento y la aplicación de técnicas y estrategias efectivas para el manejo de la ira pueden ayudar a las personas a controlar su ira y mejorar su bienestar emocional y relaciones interpersonales.

Metodología

Para llevar a cabo esta investigación se realizó una búsqueda bibliográfica en diferentes bases de datos electrónicas, tales como PubMed, PsycINFO y Web of Science. La búsqueda se centró en artículos científicos publicados en los últimos 10 años y se utilizaron palabras clave como "manejo de la ira", "regulación emocional", "desencadenantes de la ira" y "estrategias de afrontamiento". También se incluyeron términos específicos relacionados con la población de interés, como "adultos", "personas adultas" y "adultos jóvenes".

También, se utilizaron criterios de inclusión y exclusión para seleccionar los artículos relevantes, que incluían estudios empíricos y revisiones sistemáticas que abordaran el tema del manejo de la ira en las personas adultas. Y se excluyeron los artículos que no estaban escritos en inglés o español, que no se centraban en la población de interés o que no eran relevantes para la temática del estudio.

Después, una vez seleccionados los artículos relevantes, se ejecutó una revisión exhaustiva de cada uno de ellos y se extrajeron los datos relevantes sobre los desencadenantes de la ira, las estrategias de manejo de la ira y la regulación emocional en personas adultas. Los datos se analizaron y se sintetizaron para identificar patrones y tendencias en la literatura.

En definitiva, se utilizó una metodología de búsqueda sistemática y rigurosa para identificar y seleccionar los estudios relevantes que abordaran la importancia del manejo de la ira en las personas adultas. La revisión exhaustiva y el análisis de los datos de los estudios

seleccionados permitieron obtener una comprensión clara y precisa de los desencadenantes de la ira, las estrategias de manejo y la regulación emocional en la población adulta.

Resultados

Los resultados obtenidos a partir de la revisión sistemática de la literatura sobre la importancia del manejo de la ira en las personas adultas son los siguientes:

Desencadenantes de la ira: Se encontró que los desencadenantes de la ira en las personas adultas son diversos y pueden variar dependiendo de las experiencias de vida y las situaciones individuales. Sin embargo, algunos de los desencadenantes más comunes incluyen el estrés laboral, la tensión en las relaciones interpersonales, la falta de sueño y la exposición a situaciones estresantes.

Estrategias de manejo de la ira: Se identificaron diversas estrategias efectivas de manejo de la ira en las personas adultas, que incluyen técnicas de relajación, como la meditación y la respiración profunda, así como técnicas de resolución de conflictos, como la comunicación efectiva y el compromiso. Además, se encontró que el apoyo social y la participación en actividades placenteras y relajantes pueden ser beneficiosos para el manejo de la ira.

Regulación emocional: Se encontró que la regulación emocional es clave para el manejo efectivo de la ira en las personas adultas. Los estudios sugieren que las personas que tienen una mejor capacidad para regular sus emociones tienden a manejar la ira de manera más efectiva. Las estrategias efectivas de regulación emocional incluyen la identificación y el reconocimiento de las emociones, la expresión adecuada de las mismas, y el desarrollo de habilidades de resolución de problemas.

Concisamente, los resultados de la revisión sistemática de la literatura sugieren que el manejo efectivo de la ira en las personas adultas requiere la identificación de los desencadenantes de la ira, la aplicación de estrategias de manejo efectivas y la mejora de la regulación emocional.

Estos hallazgos son importantes para los profesionales de la salud mental que trabajan con personas que experimentan dificultades en el manejo de la ira.

Discusión

La presente revisión sistemática de la literatura sobre la importancia del manejo de la ira en las personas adultas ha proporcionado información valiosa sobre los desencadenantes de la ira, las estrategias de manejo y la regulación emocional en la población adulta.

Por lo que, uno de los principales hallazgos de esta revisión es que los desencadenantes de la ira son diversos y pueden variar ampliamente. Aunque los desencadenantes de la ira son específicos para cada individuo, es importante que los profesionales de la salud mental trabajen con los pacientes para identificar sus desencadenantes específicos y ayudarlos a desarrollar estrategias de manejo de la ira efectivas.

Otro hallazgo importante de esta revisión es que hay varias estrategias efectivas de manejo de la ira que pueden ser aplicadas en la población adulta. Las estrategias de manejo de la ira incluyen técnicas de relajación, resolución de conflictos y participación en actividades placenteras y relajantes. Estas estrategias pueden ser efectivas en el manejo de la ira en la población adulta y pueden ser adaptadas a las necesidades individuales de cada paciente.

Asimismo, esta revisión sugiere que la regulación emocional es clave para el manejo efectivo de la ira en las personas adultas. Las personas que tienen una mejor capacidad para regular sus emociones tienden a manejar la ira de manera más efectiva. Las estrategias efectivas de regulación emocional incluyen la identificación y el reconocimiento de las emociones, la expresión adecuada de las mismas y el desarrollo de habilidades de resolución de problemas.

En definitiva, esta revisión también destaca la importancia de la intervención temprana en el manejo de la ira. La identificación temprana de la ira y el tratamiento de las dificultades

asociadas con el manejo de la ira pueden prevenir la escalada de la ira y disminuir la probabilidad de conductas violentas o agresivas.

En virtud de lo expuesto, la revisión sistemática de la literatura sugiere que el manejo efectivo de la ira en las personas adultas es crucial para la salud mental y el bienestar. La identificación temprana de los desencadenantes de la ira, la aplicación de estrategias efectivas de manejo y la mejora de la regulación emocional son importantes para el manejo efectivo de la ira. Los profesionales de la salud mental deben trabajar con los pacientes para desarrollar un plan individualizado de manejo de la ira y proporcionar apoyo continuo para garantizar resultados positivos a largo plazo.

Conclusiones

A fin de cuentas, la ira es una emoción natural que puede ser experimentada por cualquier persona. Sin embargo, si no se maneja adecuadamente, puede llevar a problemas físicos, mentales y sociales. A través de la revisión de la literatura y los resultados obtenidos, se ha demostrado la importancia del manejo de la ira en las personas adultas. Se han identificado diversas técnicas y estrategias para el manejo de la ira, como la relajación muscular progresiva, la respiración profunda, el mindfulness, la terapia cognitivo-conductual, entre otras. También se ha encontrado que el apoyo social y la comunicación efectiva son claves en el manejo de la ira.

Por último, es importante destacar que el manejo de la ira no es algo que se pueda lograr de la noche a la mañana, requiere tiempo, esfuerzo y compromiso por parte de la persona. Sin embargo, los beneficios de aprender a manejar la ira son significativos, ya que puede mejorar la calidad de vida de la persona, sus relaciones interpersonales y su bienestar emocional.

Consecuentemente, se recomienda la implementación de programas de intervención para el manejo de la ira en diferentes contextos, como en el ámbito laboral, educativo y de salud

mental. Asimismo, se destaca la importancia de la prevención, enseñando habilidades para el manejo de la ira desde la infancia.

Por último, el manejo de la ira es esencial para el bienestar emocional y físico de las personas adultas. A través del uso de técnicas y estrategias efectivas, el apoyo social y la comunicación efectiva, se puede mejorar el manejo de la ira y reducir sus consecuencias negativas.

Referencias

- Benjamin, J. (1992). *El Estrés* (Vol. 12). Publicaciones Cruz O., SA.
- Castelblanco Torres, C. A., & Manrique Noguera, L. F. (2020). Estilos defensivos en pacientes oncológicos y pacientes crónicos de la ciudad de Pamplona, Norte de Santander.
- Cely Contreras, A. A. (2023). Representaciones sociales sobre el estrés y sus efectos en la salud de docentes y funcionarios de una institución educativa privada de la ciudad de Tunja.
- Enríquez-Anchondo, H. A. (2011). La inteligencia emocional plena: hacia un programa de regulación emocional basado en la conciencia plena.
- García, I. S. (2019). *La cara positiva de las emociones negativas*. Editorial AMAT.
- Hendel, H. J. (2020). *No siempre es depresión: escucha tu cuerpo, descubre tus emociones fundamentales y conecta con tu auténtico ser*. Eleftheria.
- Herrera Peña, V. (2022). Habilidades de la inteligencia emocional en relación con el consumo de sustancias psicoactivas en adultos intermedios en proceso de rehabilitación.
- Lira, N. A. H. (2007). *Manual de psicoterapia cognitivo-conductual para trastornos de la salud*. LibrosEnRed.
- Maldonado Silva, H. I. (2019). Estrategias terapéuticas para el manejo de la ira.
- Maynaguez Canacuan, S. P. (2015). *Uso de la inteligencia emocional como factor de producción de una buena salud mental en los estudiantes de los décimos años de Educación Básica del Colegio Nacional Atahualpa* (Bachelor's thesis).

Nieto, M. Á. P., Delgado, M. M. R., & León, L. (2008). Aproximaciones a la emoción de ira: de la conceptualización a la intervención psicológica. *Reme*, 11(28), 5. Copyright (2023) © Lorena Fernanda Cusme Vélez

Este texto está protegido bajo una licencia internacional Creative Commons 4.0.



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

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

Análisis comparativo del proceso de reclutamiento y selección de personal en sector público y privado del Distrito metropolitano de Quito

Comparative analysis of the recruitment and selection process of personnel in the public and private sector of the Metropolitan District of Quito

• Fecha de recepción: 2023-05-02 • Fecha de aceptación: 2023-07-01 • Fecha de publicación: 2023-07-29

Geoconda Magdalena Días Vallejos¹, Miguel Angel Aizaga Villate¹, Renato M. Toasa¹

¹ Universidad Tecnológica Israel, Quito, Ecuador

diasgeoconda@gmail.com, maizaga@uisrael.edu.ec, rtoasa@uisrael.edu.ec

ORCID: 0000-0003-2735-3327, 0000-0002-4492-1181, 0000-0002-2138-300X

Resumen

Todas las organizaciones, ya sean privadas o públicas, gastan recursos en el proceso de reclutamiento y de selección de sus trabajadores, sin embargo, no consideran los mismos criterios. En este artículo se hace un análisis comparativo de estos procesos, para hacer diferenciaciones entre el sector público y el privado. El estudio es de campo, con enfoque cuantitativo y de alcance correlacional, mediante el coeficiente de Pearson, considerando como muestra a cuatro empresas públicas y cuatro privadas, seleccionadas de manera no probabilística a juicio de los autores. La principal conclusión es que todos los criterios analizados, son mejor valorados en el sector privado que en el público, a excepción del proceso en general, valorado en ambos sectores como Malo. Acorde al análisis general de todas las preguntas se determina una correlación de 0,144, esto quiere decir que no existe una asociación significativa entre las percepciones de los criterios analizados entre el Sector Público y el Sector Privado. Mientras que, en las correlaciones por cada uno de los criterios, existe asociación positiva, es decir afinidad entre empresas públicas y privadas, en criterios como la preparación de los encargados, el desempeño de los trabajadores y en la valoración del proceso en general.

Palabras clave

Reclutamiento y selección, análisis comparativo, empresas públicas y privadas, correlación

Abstract

All organizations, whether private or public, spend resources on the recruitment and selection process of their workers, however, they do not consider the same criteria. This article makes a comparative analysis of these processes, to make differentiations between the public and private sectors. The study is field, with a quantitative approach and correlational scope, using the Pearson coefficient, considering as a sample four public and four private companies, selected in a non-probabilistic way in the opinion of the authors. The main conclusion is that all the criteria analyzed are better valued in the private sector than in the public sector, except for the process in general, valued in both sectors as Malo. According to the general analysis of all the questions, a correlation of 0.144, is determined, this means that there is no significant association between the perceptions of the criteria analyzed between the Public and Private Sectors. While, in the correlations for each of the criteria, there is a positive association, that is, affinity between public and private companies, in criteria such as the preparation of those in charge, the performance of the workers and in the evaluation of the process in general.

Keywords

Recruitment and selection, comparative analysis, public and private companies, correlation

Introducción

El reclutamiento y selección de recurso humano es un asunto de importancia estratégica para las empresas. El capital humano apto para los puestos requeridos es imprescindible para que la organización, ya que la competitividad ya que esta no depende de máquinas o infraestructura, sino del capital humano que posea. El presente estudio busca establecer un análisis comparativo que permita identificar los parámetros establecidos, la aplicación de las normativas vigentes, la planificación adecuada, logrando obtener los contrastes que existen

en los criterios, técnicas y procedimientos utilizadas al momento de realizar estos procesos de gestión de personal.

El reclutamiento consiste en desarrollar las acciones necesarias para localizar y atraer a las personas que poseen los requisitos necesarios para ocupar un puesto vacante en la empresa. Existen básicamente dos tipos de reclutamiento que son: Reclutamiento Externo: Proceso de Head hunting Búsqueda de Internet, Mediante Servicios de Empleo, Procesos de Outsourcing. Y el Reclutamiento Interno: Base de talento, Programas de referidos, Promoción Interna y Recontratación.

“La selección Es el proceso mediante el cual se escoge, de entre un conjunto de individuos, a aquel que tenga mayores aptitudes para ejercer un trabajo y cuyos rasgos de personalidad le permitan una adaptación satisfactoria al puesto y a la organización.” (Corrales, 2005). La importancia de este proceso se deduce del hecho de que “el futuro de cualquier organización, pasa por componer una buena estrategia de captación de personal que se anticipe y prevenga cualquier desajuste que puedas necesitar la empresa ya sea para afrontar retos presentes o futuros”. (Publicaciones Vértice, 2008)

En cuanto a las fases del proceso de selección se pueden mencionar: Pre-screening (un primer contacto con el candidato para conocer sus habilidades), Criba curricular,(revisión de los currículo para verificar credenciales) Entrevista (encuentro), pruebas (conocimientos habilidad, psicotécnicas, etc) y Contratación (Bizneo, s.f.)

En este sentido, la selección de personal en el sector público se hace de acuerdo a la Ley Orgánica el Servicio público (LOSEP) y a su respectivo reglamento, mientras que en el sector privado hay libertad por parte de las empresas para este proceso, solo con la salvedad de que, en aspectos de contratos, remuneración y otros beneficios deben regirse por el Código del Trabajo. De allí que se debe hacer la diferenciación entre la administración pública y la privada, señalando que el enfoque de la primera es la implementación de la política gubernamental, mientras que la segunda se orienta en la implementación de políticas de la empresa. Las políticas y programas gubernamentales están dirigidas al sector público, en función de la promoción del bienestar general y se rigen por un marco legal que tiene como

objetivo prevenir el abuso de poder, el trato injusto e injusto del público. y el bien del público, mientras que las políticas empresariales. Buscan como propósito principal la rentabilidad, expandir el crecimiento y el desarrollo de la empresa.

Materiales y Métodos

El diseño de investigación representa las herramientas y métodos a utilizar para el desarrollo de la misma, en este caso se enmarca en un estudio de campo, con enfoque cuantitativo y de alcance correlacional

Según (Palella & Martins, 2012), la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente. El tipo de investigación del presente proyecto, se basa en la Investigación de Campo; porque recolecta la información de la problemática existente en entes de los diferentes sectores desde la perspectiva de sus actores.

El análisis cuantitativo “Refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación (Hernandez et al., 2014). Se logra a través de la aplicación de la encuesta en base cuestionarios con preguntas cerradas, a través de la lista de estimación para así poder evaluar la condición entre las distintas variables.

El alcance correlacional implica trascender el nivel descriptivo, profundizando en el análisis acerca de las formas en que se relacionan variables y grupos de variables. “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.” (Hernandez et al., 2014). En esta investigación se harán tablas y medidas para establecer las asociaciones entre las variables estudiadas.

Esta correlación se hace mediante la aplicación de la Teoría de Pearson: “El coeficiente de correlación de Pearson es una prueba que mide la relación estadística entre dos variables continuas. (Question Pro)

Formula:

$$r_{xy} = \frac{\sum z_x z_y}{N}$$

Población se refiere al “grupo de todos los elementos que se proponen para obtener una medida característica” (Rodriguez, 2015, pág. 8) Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación.

La muestra Es un conjunto de elementos seleccionados de una población de acuerdo a un plan de acción previamente establecido (muestreo), para obtener conclusiones que pueden ser extensivas hacia toda la población. (Salazar, 2018)

En el presente proyecto se realiza un muestreo no probabilístico a juicio de los investigadores, considerando el número de 4 Empresas Públicas y 4 Empresas Privadas del Distrito Metropolitano de Quito, para en base a ello establecer las comparaciones pertinentes. En este sentido, se tomaron entes de un tamaño equivalente en cuanto al número de trabajadores y en cuanto al giro del negocio en el caso de los entes públicos fueron Ministerios y en el de las empresas privadas fueron empresas de servicios financieros (Bancos). Para ello se aplicó el cuestionario a gerentes medios que cumplen el rol de organizar y aprovechar eficientemente los recursos de la organización.

El análisis de datos es el proceso de exploración, transformación y examinación de datos para identificar tendencias y patrones que revelen insights importantes y aumenten la eficiencia para respaldar la toma de decisiones. Una estrategia moderna de análisis de datos les permite

a los sistemas y a las organizaciones trabajar a partir de análisis automatizados en tiempo real, lo que garantiza resultados inmediatos y de gran impacto. (Alteryx, 2022)

Los instrumentos de investigación son necesarios en los tipos de recopilación de datos y tecnología más utilizadas en la investigación científica. En cuanto a las herramientas, señala que las adecuadas son aquellas que se utilizan para registrar datos observables, de modo que puedan representar verdaderamente la definición de variable que tienen los investigadores. (Hernández, 1991)

En el presente estudio se emplea la técnica de la encuesta para recolectar la información y el instrumento utilizado es un cuestionario aplicado a las Empresas Públicas y Privadas del Distrito Metropolitano de Quito, que se formula en base a un número de 8 preguntas con el objetivo de:

1. Determinar la calidad de procesos establecidos en manuales y su aplicación
2. Establecer el nivel de preparación de los reclutadores.
3. Evaluar el nivel de aplicación de los filtros y requisitos
4. Analizar el proceso de verificación de documentos
5. Identificar el uso correcto de pruebas y entrevistas
6. Examinar la influencia de recomendaciones de terceros a los candidatos.
7. Comprobar el nivel de rotación de personal.
8. Estipular la apreciación del Proceso de selección en general en los diferentes sectores

Estas 8 preguntas tiene como opciones de respuesta una escala de Likert con estimacion de valor que va desde el 1 al 5, considerando apreciaciones con 5 opciones; Pésimo, Malo, Malo, Regular y Excelente. (Hammond, s.f.)

Estas respuestas se tabulan, colocando las opciones (del 1 al 5), estos resultados se procesan mediante la estadística descriptiva, mediamnte la elaboracion de gráficos en los que se colocan las frecuencias relativas (porcentajes) obtenidos en cada una de las respuestas a los items planteados. Adicionalmente se calcula un promedio de los puntajes por cada uno de los

ítems considerando por separado los sectores público y privado. Estos promedios se comparan en ambos sectores y el puntaje más alto evidencia que esa variable del proceso es mejor apreciada desde el punto de vista de los encuestados.

Las variables que son comparadas se miden mediante el coeficiente de Pearson usando la herramienta del SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Este índice de correlación de Pearson se hace mediante la Estadística Inferencial que busca obtener conclusiones sólidas y más profundas, basado en el trabajo con muestras y su posterior generalización de resultados para la toma de decisiones y conclusiones sólidas, permite inducir conclusiones de situaciones, sucesos o fenómenos previamente estudiados. (Guerrero & Buitrago, 2007). La estadística inferencial permite extraer las conclusiones del problema planteado, permite averiguar características de comportamiento de una población, donde en el conjunto de todas las empresas públicas y privadas analizara el proceso de reclutamiento y selección de personal en cada una de ellas, logrando obtener una media comparativa de los factores que intervienen así como los diferentes actores de comportamiento, para en base a ello poder obtener la muestra representativa que mantenga las proporciones de la población.

El coeficiente de correlación de Pearson se utiliza para determinar el nivel de asociación que existe entre las variables, oscila entre -1 y $+1$: Un valor menor que 0 indica que existe una correlación negativa, es decir, que las dos variables están asociadas en sentido inverso. Cuánto más se acerca a -1 , mayor es la fuerza de esa relación invertida (cuando el valor en una sea muy alto, el valor en la otra será muy bajo). Cuando es exactamente -1 , eso significa que tienen una correlación negativa perfecta.

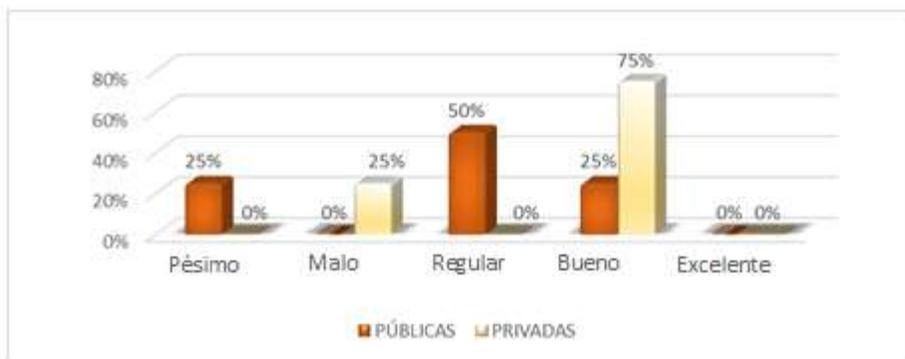
Un valor mayor que 0 indica que existe una correlación positiva. En este caso las variables estarían asociadas en sentido directo. Cuanto más cerca de $+1$, más alta es su asociación. Un valor exacto de $+1$ indicaría una relación lineal positiva perfecta. Finalmente, una correlación de 0, o próxima a 0, indica que no hay relación lineal entre las dos variables. (CIMEC, 2019) En este caso se hace la correlación de cada uno de los ítems para asociar las respuestas en las empresas públicas y las respuestas en las empresas privadas. Y además se calcula un coeficiente de correlación general, tomando en cuenta todas las preguntas del cuestionario.

Resultados

En principio se hace un análisis univariante en el cual se muestran las respuestas de las percepciones de los encuestados.

Figura 1

PREGUNTA 1. ¿Cómo calificaría la aplicación de los procesos de selección establecido en el manual de procedimientos?



Análisis Sector Público P1:

La aplicación de manuales y procedimientos en las Empresas Públicas representa un 50% Regular, 25% Bueno y 25 % Pésimo, que significa que la mitad del conjunto poblacional no tiene el conocimiento y actualización constante en las diferentes normativas, que incurren en el sector público, en las observaciones realizadas por contraloría que se evidencia en diferentes incurrencias sobre juicios laborales, demandas, nepotismo entre otros.

Análisis Sector Privado P1:

Del personal entrevistado en el Sector Privado se puede evidenciar que en un 75%, lo consideran Bueno, de empresas existen Manuales de Procesos de Reclutamiento y Selección de Personal los mismos que sirven de directrices al momento de ejecutar este proceso, En un 25% es considerado como Malo, se puede determinar que a pesar que existen estos manuales el proceso no depende del mismo y únicamente lo utilizan como formalismo.

Figura 2

PREGUNTA 2, ¿Cómo evalúa el nivel de preparación, conocimientos del o los reclutadores?



Análisis Sector Público P2:

El nivel de preparación se puede evidenciar en un 50% Regular, 25% Malo y 25 Pésimo, ya que los reclutadores no tienen la capacitación constante o autoeducación y actualización en los procedimientos de contratación de personal, siguiendo paradigmas establecidos y monótona del mismo, no tiene la evaluación constante de conocimientos y aplicación de nuevas metodologías y estrategias , así como en la rotación de personal que por años son los encargados de llevar los procesos de reclutamiento, manteniéndose retrograda y poco técnico

Análisis Sector Privado P2:

De acuerdo al análisis de los entrevistados acerca del personal de reclutamiento y selección de personal con el que cuentan para este proceso, el 50% lo aprecia como Bueno, determina que cuenta con personal capacitado para esta función, el 25% concluyó que es un proceso Regular, del cual se encarga la gerencia misma, y el otro 25% lo determinó como Malo, el personal que realiza este proceso es de otras áreas según la necesidad más no del Departamento de RRHH.

Figura 3

PREGUNTA 3, ¿Cómo considera la aplicación de filtros y requisitos de contratación establecidos en las herramientas de selección?



Análisis Sector Público P3:

Las herramientas de contratación se pueden evaluar en un 75% Regular de aplicación adecuada, y un 25% Malo vista que deberían mejorar sus políticas de control y supervisión como en el caso de la evaluación en el concurso de méritos y oposición, que no permiten de forma general e individual evaluar a los seleccionados siendo preguntas de conocimiento general, mas no de aptitudes que deberían incluir, así como de personalidad en pruebas de bolígrafos, antecedentes personales, verificación de veracidad en documentación presentadas por los candidato, evaluadores que desconozca los métodos.

Análisis Sector Privado P3:

Un 75% de encuestados lo considera como Bueno, las empresas del Sector privado cuentan con herramientas de contratación tanto de uso popular como de su propia autoría (aplicaciones, portales, páginas web), las mismas que mediante suscripciones mensuales o anuales les permite tener un sinfín de opciones al momento de realizar los filtros requeridos, Un 25% de encuestados lo aprecia como Regular, no aplican estas herramientas por falta de fondos asignados a la contratación del personal.

Figura 4

PREGUNTA 4.- ¿Cómo califica el proceso de la verificación de documentos de los candidatos?



Análisis Sector Público P4:

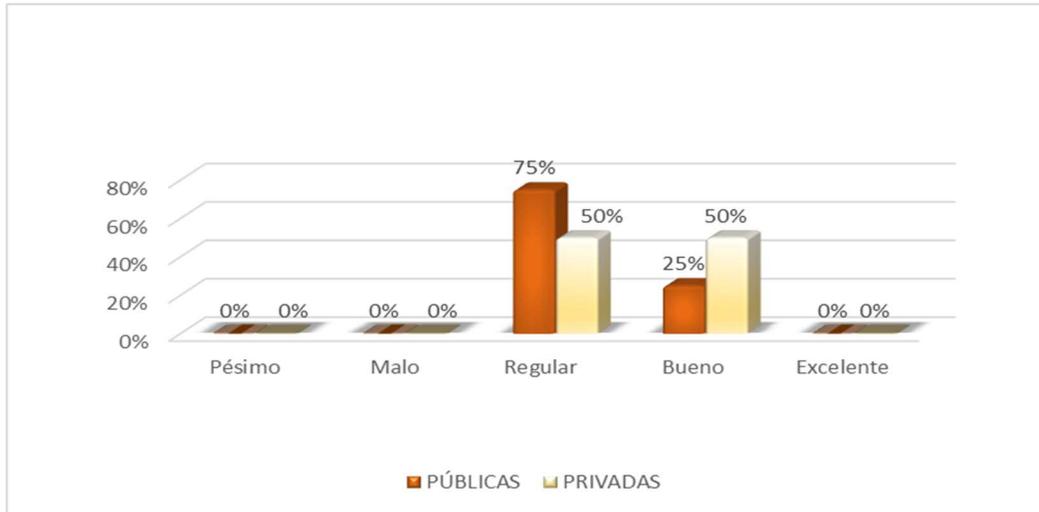
El seguimiento y control obtenido en un 50% Regular el 25% Bueno y un 25% Excelente de la verificación al personal considerado como idóneo, precisa una alta deficiencia de supervisión que existe dentro del sector Público , ya que son personal ineficiente y con poco criterio profesional en muchas ocasiones sin experiencia laboral, que se encuentran ejerciendo cargos de alto nivel jerárquico, y con sueldos establecidas en los niveles de remuneraciones del sector público que no representa su desempeño, cargo y más aún que cumplan con el perfil de acuerdo a sus estudios superiores, que en muchos casos por temas apolíticos han sido identificados como falsos.

Análisis Sector Privado P4:

En un 50% de los entrevistados lo consideran como Bueno, realizan procesos y filtros requeridos Buenos, aplicando un salario acorde con el perfil y no establecido por ningún organismo de control tomando en considerando 90 días de contrato a prueba para evaluar resultados, el 25% un proceso excelente que va de la mano con las herramientas y filtros aplicados en la pregunta 3, adicional un 25% también se inclinó por la ponderación Regular que corresponde a oportunidades que se descartan por falta de experiencia pese a tener un buen perfil de estudios.

Figura 5

PREGUNTA 5. ¿Cómo aprecia a aplicación de preguntas en la entrevista y evaluaciones establecidas para cada perfil?



Análisis Sector Público P5:

El 75% Regular y 25 % Bueno de aplicación de los cuestionarios y entrevistas que se realizan dentro de las empresas Públicas son los adecuados, ya que establecen las políticas para cada perfil y cargo con el estándar de calidad en los resultados obtenidos, ya que son objetivas el momento de evaluar, se enfoca en la hoja de vida presentado y en aplicar al nivel de conocimientos, debería ser más subjetivas a los conocimientos y desenvolvimiento del candidato que a los intereses personales.

Análisis Sector Privado P5:

El 75% de respuestas lo consideran como Bueno en lo referente a las preguntas en la entrevista y evaluaciones establecidas según el perfil, el sector privado las evalúa como muy buenas, esto se debe a que al tener herramientas y un previo análisis y estudio de la solicitud del cargo, se realizan preguntas con el grado de dificultad acorde a la vacante y perfil del nuevo empleado, sin embargo un 25% calificaron este proceso como Regular debido a que no hay división de funciones ni un encargado de realizar este requisito.

Figura 6

PREGUNTA 6. ¿Cómo estima que influyen las recomendaciones de terceros el momento de realizar un proceso de selección?



Análisis Sector Público P6:

En un 50% calificado como Regular, cree que tiene como influencia favoritismos del dentro del sector Público, El 25% lo aprecia como Malo y otro 25 % como Pésimo representa la otra mitad, que piensa que no se ingresa por méritos personales, sino por recomendaciones externas, porque permiten que personal ineficiente ingrese a cumplir puesto sin tener el profesionalismo necesario, y se deja sin oportunidades a personas ético que se desempeñaría de mejor manera y con eficiencia

Análisis Sector Privado P6:

De acuerdo al análisis y la experiencia de los entrevistados un 50% lo consideran como Bueno, que una recomendación influye más en una contratación esto se realiza independiente del perfil un 25% consideran Regular y otro 25% Pésimo esto quiere decir que en algunas empresas se consideran estas referencias, en algunas ocasiones esto resulta bien debido a que se tiene un testimonio de un tercero, pero en otras no por no haber considerado el cumplimiento de todos los filtros para realizar la contratación.

Figura 7

PREGUNTA 7. ¿Cómo considera usted que ha sido el desempeño laboral del personal contratado basándose en la rotación de personal del último año?



Análisis Sector Público P7:

De acuerdo al análisis de rotación de personal en un 75% Regular, se puede evaluar que la calificación del personal ha sido optima ya que la rotación ha permitido generar un mejor clima laboral y que el personal tenga conocimiento de las diferentes áreas para solventar ausentismo, así como falta de personal, convirtiéndose en personal capaz de desarrollarse dentro de la institución profesionalmente e involucrándose con los objetivos de la institución. En un 25% como Malo vista que hay personal con contratos indefinidos y bajo el código de trabajo que no permite la normativa realizar su rotación o cambio de cargos para no incurrir en observaciones por la contraloría.

Análisis Sector Privado P7:

Según el 75% de entrevistados determinan que es Bueno hay una buena permanencia en el trabajo que no hay una considerable rotación de personal en los últimos años y esto se debe a todo el proceso de reclutamiento y selección que se realiza basado en el manual de procedimientos, sin embargo, un 25% de entrevistados lo consideran Regular, que la rotación de personal que se ha dado en los últimos años ha sido a causa de la pandemia.

Figura 8

PREGUNTA 8. ¿Como evalúa el proceso de Reclutamiento y selección de Personal en la organización?



Análisis Sector Público P8:

Del personal entrevistado el 50% considera el proceso como Bueno y el otro 50 % se divide entre una apreciación como malo un 25 % y pésimo un 25%, lo que contraviene el concepto general de que el proceso debe ser completamente imparcial apegado a las normativas y profesionalismo del personal profesional encargado del reclutamiento.

Análisis Sector Privado P8:

Del personal entrevistado el 75% considera que es Regular, que busca establecer un buen equipo de trabajo que genere resultados que acerquen a la empresa al cumplimiento de los objetivos establecidos, sin embargo un 25% considera que es malo en lo referente a la cantidad de requisitos y la dificultad de ocupar un puesto laboral estable y bien remunerado

Tabla 1
Calificaciones del proceso

TEMS	EMPRESAS PUBLICAS					EMPRESAS PRIVADAS				
	Calificaciones				Promedio	Calificaciones				Promedio
1, ¿Cómo calificaría la aplicación de los procesos de selección establecido en el manual de procedimientos?	3	1	4	3	2,75	2	4	4	4	3,50
2, ¿Cómo evalúa el nivel de preparación, conocimientos del o los reclutadores?	1	2	3	3	2,25	2	3	4	4	3,25
3,¿Cómo considera la aplicación de filtros y requisitos de contratación establecidos en las herramientas de selección?	3	2	3	3	2,75	3	4	4	4	3,75
4, ¿Cómo califica el proceso de la verificación de documentos de los candidatos?	5	3	4	3	3,75	3	4	5	4	4,00

5. ¿Cómo califica las entrevistas y evaluaciones establecidas para cada perfil?	3	3	4	3	3,25	3	4	4	4	3,75
6. ¿Cómo estima que influyen las recomendaciones de terceros el momento de realizar un proceso de selección?	3	3	2	1	2,25	1	4	3	4	3,00
7. ¿Cómo considera usted que ha sido el desempeño laboral del personal contratado basándose en la rotación de personal del último año?	3	2	3	3	2,75	4	3	4	4	3,75
8. ¿Como evalúa el proceso de Reclutamiento y selección de Personal en la organización?	2	4	4	1	2,75	3	3	3	2	2,75

De acuerdo a los puntajes promedios obtenidos de las preguntas, se puede señalar que todos los criterios, a excepción del último, fueron mejor valorados en el sector privado que en el público, desde la pregunta 1 hasta la pregunta 7, según la percepción de los encuestados, están catalogadas en un nivel considerado como Regular, la aplicación del manual de procedimientos, el nivel de preparación de los reclutadores, la aplicación de filtros y requisitos, las entrevistas, la influencia de las recomendaciones y el desempeño laboral de los trabajadores, destacando de la verificación de documentos como Bueno. Mientras que la pregunta 8 que se refiere a la percepción sobre e el proceso en general es Malo en ambos sectores, el público y el privado.

Tabla 2

Correlación general

Correlaciones

		V1PUBLICO	V2PRIVADO
V1PUBLICO	Correlación de Pearson	1	,144
	Sig. (bilateral)		,832
	N	4	4
V2PRIVADO	Correlación de Pearson	,142	1
	Sig. (bilateral)	,832	
	N	4	4

Una vez tabuladas las encuestas, y habiendo obtenido el análisis de cada pregunta se procede a realizar la tabulación en el Programa Estadístico SPSS, en el que se realiza la relación de

las preguntas entre sí para obtener una respuesta según la aplicación de la Correlación de variables de Pearson.

Se puede observar en la Tabla 2 que el valor de la correlación es 0.144, lo que significa que no existe asociación entre la percepción sobre los criterios señalados en los 8 ítems, al cotejar las percepciones en el sector público con el sector privado. Esto significa que los criterios bien valorados en el sector público, no fueron bien valorados en el sector privado.

Tabla 3
Coefficiente de correlación (público y privado)

Items	Coefficiente de correlación	DESCRIPCIÓN
1, ¿Cómo calificaría la aplicación de los procesos de selección establecido en el manual de procedimientos?	-0,132	NEGATIVA BAJA
2, ¿Cómo evalúa el nivel de preparación, conocimientos del o los reclutadores?	1,000	POSITIVA ALTA
3, ¿Cómo considera la aplicación de filtros y requisitos de contratación establecidos en las herramientas de selección?	-0,333	NEGATIVA BAJA
4, ¿Cómo califica el proceso de la verificación de documentos de los candidatos?	-0,426	NEGATIVA BAJA
5, ¿Cómo califica las entrevistas y evaluaciones establecidas para cada perfil?	-0,577	NEGATIVA BAJA
6, ¿Cómo estima que influyen las recomendaciones de terceros el momento de realizar un proceso de selección?	-0,492	NEGATIVA BAJA
7, ¿Cómo considera usted que ha sido el desempeño laboral del personal contratado basándose en la rotación de personal del último año?	-0,333	NEGATIVA BAJA
8, ¿Cómo evalúa el proceso de Reclutamiento y selección de Personal en la organización?	0,778	POSITIVA MEDIA

Acorde a la Tabla 3 Se observa que hay asociación positiva en las preguntas 2 y 8, es decir, que la percepción de los encuestados respecto a estas preguntas es similar, lo que significa semejanza en entre el sector público y privado en estos aspectos, la preparación de los encargados y el proceso de reclutamiento y selección en general. Sin embargo, en las demás preguntas, hay asociaciones bajas y negativas, lo que implica que existe diferenciación en cuanto a la percepción de los encuestados respecto a estas preguntas, habiendo antagonismo

respecto a la verificación de documentos y la influencia de las recomendaciones de terceros el momento de realizar un proceso de selección.

Conclusiones

En los criterios analizados, tales como la aplicación del manual de procesos, el nivel de preparación de los reclutadores, la aplicación de filtros, la verificación de documentos, la aplicación de la entrevista, la influencia de recomendaciones y el desempeño laboral, es mejor valorado en el sector privado que en el público. Por lo cual es importante revisar aspectos como los conocimientos por parte de los reclutadores, su formación adecuada y el establecimiento de controles y seguimiento a los mismos. Además de revisar como influyen las recomendaciones de terceros, que son las que generan contratación de personal no calificado, y dejando sin oportunidades a los candidatos aptos, ya que puede considerarse como tráfico de influencias, que impide llevar a cabo un proceso que fluya normalmente y contratar al personal calificado con experiencia profesional y los conocimientos necesarios. Solo en el criterio relacionado con la valoración del proceso de reclutamiento y selección en general en ambos sectores se tiene la misma apreciación por parte de los encuestados, quienes lo consideran como Malo

En un análisis general de todas las preguntas se determina una correlación de 0,144, esto quiere decir que no existe una asociación significativa entre las precepciones de los criterios analizados entre el Sector Público y el Sector Privado, ya que cada uno tiene diferentes metodologías de reclutamiento y selección, en el sector Público se basa en las normativas vigentes regidas a la Ley Orgánica del Servidor Público y Ministerio de trabajo, supervisado por la Contraloría General del Estado y en la empresa Privada únicamente el Ministerio sin ninguna supervisión y control por parte de otro organismo. Por lo cual se correlaciona en forma negativa ya que no se cumplen adecuadamente.

Mientras que las en las correlaciones por cada uno de los criterios, existe asociación positiva es decir asociación en la preparación de los encargados y en la valoración del proceso de reclutamiento y selección en general. Por otro lado, existe correlación negativa aunque baja, lo que implica que existe diferenciación o discrepancia en la aplicación de los procesos establecido en el manual de procedimientos, la aplicación de filtros, requisitos de contratación, la aplicación de preguntas en la entrevista y evaluaciones establecidas, la verificación de documentos, las recomendaciones de terceros, y el desempeño de los trabajadores, lo que puede generar contratación de personal no calificado y dejando sin oportunidades a los candidatos aptos.

Referencias

- Alteryx. (2022). *Análisis de datos*. <https://www.alteryx.com/es-419/glossary/data-analytics>
- Bizneo. (s.f.). *3 claves de la selección de personal: técnicas, tipos y cómo es el proceso ideal*. Blog: <https://www.bizneo.com/blog/seleccion-de-personal/#:~:text=Criba%20curricular%20en%20la%20selecci%C3%B3n%20de%20personal%20La,fases%20y%20una%20puede%20sustituir%20a%20la%20otra.>
- CIMEC. (2019). <https://www.cimec.es/coeficiente-correlacion-pearson/>
- Corrales, A. B. (2005). Administración de Recursos Humanos. En A. B. Corrales, *II Parte* (pág. 188). https://books.google.com.ec/books?id=hfR9aExuRX0C&pg=PA15&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false.
- Guerrero, A., & Buitrago, M. (2007). *Estadística básica*. ITM.
- Hammond, M. (s.f.). *Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla*. <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert#:~:text=La%20escala%20de%20Likert%20contiene%20preguntas%20concretas%20y,opci%C3%B3n%20neutra%20o%20intermedia%20y%20dos%20opciones%20positivas.>
- Hernández, R. (1991). Instrumentos de Investigación – Características, Tipos y Ejemplos. *APDE*.
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. *McGraw Hill Education*.

Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Fedupel.

Publicaciones Vértice. (2008). *Recursos Humanos. Selección de personal*. Editorial Vértice.

Question Pro. (s.f.). *Question Pro*. Correlación de Pearson:
<https://www.questionpro.com/blog/es/coeficiente-de-correlacion-de-pearson/#:~:text=El%20coeficiente%20de%20correlaci%C3%B3n%20de%20Pearson%20es%20una%20prueba%20que,de%20%2B1%20a%20-1>.

Rodriguez, J. J. (2015). *Muestreo y preparación de la muestra*. . Barcelona: Cano Pina. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/43107?page=8>

Salazar, C. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Santiago: s/n.

Copyright (2023) © Geoconda Magdalena Días Vallejos, Miguel Angel Aizaga Villate, Renato M. Toasa

Este texto está protegido bajo una licencia internacional Creative Commons 4.0.



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

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

Identificación de los factores que inciden en la fijación de precios en las Pymes comerciales en la ciudad de Quito

Identification of the factors that affect the pricing of commercial SMEs in the city of Quito

• Fecha de recepción: 2023-06-10 • Fecha de aceptación: 2023-07-10 • Fecha de publicación: 2023-07-29

Juan Carlos Maestre Naranjo¹, Javier Sebastián Maldonado Gutiérrez¹, Miguel Angel Aizaga Villate¹, Renato M. Toasa¹

¹ Universidad Tecnológica Israel, Quito, Ecuador

e1717232076@uisrael.edu.ec, e1722520614@uisrael.edu.ec, maizaga@uisrael.edu.ec,
rtoasa@uisrael.edu.ec

ORCID 0000-0002-4492-1181, 0000-0002-2138-300X

Resumen

Dado que el propósito de las organizaciones es obtener rendimientos económicos, la fijación de precios está estrechamente ligada al margen de rentabilidad que se desea conseguir, Existen diversos factores que influyen en la política de pricing y varios métodos para hacerlo. El objetivo de este estudio es identificar los factores que inciden en la fijación de precios en las Pymes dedicadas al segmento del comercio en la ciudad de Quito. El estudio es descriptivo, con enfoque cuantitativo, para el cual se hizo una encuesta 81 empresas comerciales, mediante un muestreo probabilístico. En conclusión, se puede señalar que en la mayoría de las empresas encuestadas la fijación de precios se realiza anualmente y es una actividad abordada por gerentes y emprendedores, es decir no se recurre a terceros, para lo cual se asigna un presupuesto inferior a los \$500 anuales. El factor interno de mayor relevancia es el costo, y el factor externo es el comportamiento de la oferta y la demanda, teniendo como principal, propósito obtener una buena participación en el mercado.

Palabras clave

Fijación de precios, métodos, factores, Pymes

Abstract

Since the purpose of organizations is to obtain economic returns, pricing is closely linked to the margin of profitability that you want to achieve, There are several factors that influence pricing policy. The objective of this study is to identify the factors that affect the pricing of SMEs dedicated to the trade segment in the city of Quito. The study is descriptive, with a quantitative approach, for which a survey was made to 81 commercial companies, through a probabilistic sampling. In conclusion, it can be noted that in most of the companies surveyed, pricing is carried out annually and is an activity addressed by managers and entrepreneurs, that is, third parties are not used, for which a budget of less than \$ 500 per year is assigned. The most relevant internal factor is cost, and the external factor is the behavior of supply and demand, having as its main purpose, to obtain a good market share.

Keywords

Pricing – methods– factors – SMEs

Introducción

De acuerdo a la página web del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDP) por sus siglas en inglés, en América Latina y el Caribe, al igual que en muchos países de ingresos medios y bajos, las PYMES son una fuente primaria de empleo y un proveedor clave de bienes y servicios para una gran parte de la población. Se estima que las PYMES representan hasta el 99,5% de todas las empresas de la región, el 60% de la población empleada y el 25% del PIB.

En el Ecuador se maneja un referente económico respecto a precios que es el índice de precios al consumidor, que lo calcula el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. El índice de Precios al Consumidor (IPC) es un indicador mensual, nacional, que mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios, correspondientes al consumo final de bienes y servicios de los hogares de estratos de ingreso: alto, medio y bajo, residentes en el área urbana del país. Se evidencia un incremento en la tasa de inflación anual de los precios que llega al 0.72% al mes de enero del 2022, debilitándose así el poder adquisitivo de los consumidores. De tal manera que, en un mercado post pandémico, las pymes ecuatorianas deben manejar estrategias para decidir de manera óptima el precio del producto. Es así que una correcta

fijación de precios, permite que el negocio sea rentable y que los consumidores encuentren equitativo el intercambio de su dinero por el producto, generando un equilibrio comodidad y réditos empresarial. Así poder establecer un costo transaccional que permita llegar a un amplio segmento del mercado y tener participación en el bolsillo del consumidor para alcanzar el éxito esperado

Según el portal web Conexión (Conexión ESAN, 2018) el pricing es una teoría económica que permite encontrar un equilibrio entre lo que percibe el consumidor y la rentabilidad de la empresa de esta manera se da protagonismo a cómo el consumidor percibe el producto o servicio.

Uno de los primeros desafíos dentro de las empresas ecuatorianas es manejar estrategias para decidir de manera óptima el precio del producto, considerando que es una economía dolarizada, lo cual influye directamente en los niveles de posicionamiento del mercado y competitividad. El propósito de la investigación es conocer los factores que inciden en la fijación de los precios.

Esta investigación procura recopilar y analizar información que permita al empresario o personas que se afectan directamente, a tomar decisiones adecuadas para la realización de estrategias en la fijación precios. Los resultados de esta investigación permitirán conocer y analizar las estrategias en la fijación de en las Pymes dedicadas al segmento del comercio en la ciudad de Quito.

Fijación de precios – pricing .- El precio es uno de los cuatro pilares importantes dentro de la mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción). Es una valoración efectuada sobre un producto y que, traducida a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia los atributos o beneficios de dicho producto, atendiendo a su capacidad para satisfacer necesidades. (Kotler & Armstrong, 2017) . Para (Reino Vivanco & Torres Valdez, 2012) “precio es la cantidad de dinero que se cobra por entregar un producto o brindar un servicio. Es decir, es una sumatoria de valores que los compradores pagan a cambio de tener un producto o por beneficiarse de un servicio” (pág. 27).

La fijación de precios implica para la empresa capturar parte de dicho valor en los beneficios obtenidos, por ello (Eslava, 2015) afirma que “nunca debe olvidarse que la fijación de precios es uno de los factores más críticos para garantizar el éxito de una empresa, de sus productos o servicios” (pág. 22). “La diferenciación de precios no es una práctica estrictamente nueva, pero sí lo es la disponibilidad de un amplio menú de estrategias para la misma”. (Castillo Soto & Chiguil Figueroa, 2021). Ciertamente el precio es fundamental dado que el valor asignado al producto de venta, influirá directamente en su rotación. Es así que la fijación de precios es importante para la empresa ya que, de su correcta aplicación, influye directamente en el éxito de la empresa y su durabilidad a largo plazo.

1.1. Factores internos

Los factores de una empresa son aquellos que se encuentran dentro y fuera de una organización, ya que pueden generar un impacto positivo o negativo en la misma (Lidefer, 2021). Toda empresa es influenciada por los factores internos y externos, los factores internos son los propios dentro de la organización, y los factores externos son causados por situaciones ajenas a las decisiones empresariales. Los factores internos que influyen sobre las decisiones sobre la fijación de precios son:

Objetivos de la organización. De acuerdo con (Juárez, 2018), los objetivos dentro de la organización están orientados a maximizar beneficios, ya sea para conseguir consumidores fieles y este análisis de costo beneficio, que selecciona el precio óptimo que permita obtener el máximo beneficio o conseguir una tasa de rentabilidad sobre inversiones. Existen objetivos basado en las ventas para incrementar las mismas en un corto plazo y abarcar mayor cuota de mercado, los objetivos centrados en la situación del mercado, que fijan un precio de acuerdo a la situación externa, que les permita asegurar su supervivencia, eliminar la competencia o mantener el equilibrio. Tal como lo dice (García, 2013) acerca de los objetivos de la organización “Si se buscan beneficios a corto plazo el precio deberá ser alto; si busca aumentar su cuota de mercado, el precio deberá ser bajo” (pág. 157). Los objetivos tienen influencia directa con la dirección de la empresa, por ende, estos van acorde a lo que

aspira la empresa lograr, así puede ir desde aumentar las ventas hasta lograr alcanzar a la competencia.

Ciclo de vida producto. Según (Villanueva & Toro, 2016) , el producto posee cuatro etapas en su ciclo de vida: introducción, crecimiento, madurez y declinación, de igual manera posee cada etapa de vida una influencia sobre el precio, pudiendo ser muy barato o muy caro. Para (Villanueva & Toro, 2016) este factor “Tiene una influencia notable en el precio, ya que según la etapa de vida del producto este puede ser o muy barato o muy caro. Un producto posee cuatro etapas en su ciclo de vida: introducción, crecimiento, madurez y declinación” (pág. 258). Los productos tienen un tiempo de vida, es así que cumplen un ciclo. La empresa debe determinar en qué tipo de fase se encuentra para poder determinar su accionar en la fijación de precios de acorde a la realidad del producto.

Costos de producción Según (Ruiz Conde & Parreño Selva, 2013) “Es decir, salvo que la empresa se encuentre en una situación de crisis externa, el precio que establezca para vender sus productos siempre deberá cubrir los costes en los que se ha incurrido para fabricarlos y comercializarlos” (pág. 88). Las empresas deben fijarse en sus costos de producción, ya que no hacerlo implicaría pérdidas para la misma.

Diferenciación del producto Según (Roldan, 2016) La diferenciación de producto es una estrategia competitiva que tiene como objetivo que el consumidor perciba de forma diferente el bien o servicio ofrecido por una empresa, con respecto a los de la competencia. Para todo negocio la estrategia de diferenciar su producto, marca la diferencia en un mercado competitivo, así parámetros como la calidad, el color, la atención o el reconocimiento son determinantes para la toma de decisiones de los consumidores.

1.2. Factores externos

Precio y demanda y mercado. Para (Rivera Camino & Garcillan, 2012), “las diferencias de precio implican diferentes niveles de demanda. La relación entre el precio y el nivel de demanda es conocida como elasticidad” (pág. 312). Según, (Ponce Vinueza, 2018), varios economistas proponen la teoría de elasticidad precio demanda para fijar precios, sin embargo, considera que las mediciones no son estables y predecibles debido a que los precios se encuentran en contexto cambiante y percepciones inmersas en las necesidades y preferencias del cliente. La demanda nos indica, lo que los consumidores requieren en producto a un determinado precio, es así que estos varían de acuerdo a la situación del mercado, por lo tanto, las empresas deben estar atentas a estas variaciones. Para (Roldán, 2016) el mercado “se representa por la demanda del producto o del servicio por parte de los usuarios, los clientes directos son quienes definen el mercado” (pág. 251)

El mercado tiene características diferenciadas, que agrupan aquellos consumidores que presentan comportamientos de compra y consumo de cierta homogeneidad entre sí. (Zamarreño Aramendia, 2020). El mercado se compone de vendedores y compradores donde existe un intercambio de bienes y servicios, las empresas deben definir hacia que mercado se dirigen, para enfocar de manera correcta sus estrategias.

Competencia. Según (De Jaime Eslava, 2012) “la competencia restringe la discrecionalidad a la hora de fijar el precio y estrecha a un marco más reducido las posibilidades de los distintos precios que se puede fijar para un producto o servicio” (pág. 176)-La competitividad de calidad y de precio se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, lo cual se crea con el uso eficiente de los procesos productivos y por lo tanto su precio de venta es más competitivo (Roldán, 2016). La competencia es un factor externo que afecta a las empresas, ya sea por el poder tecnológico que las diferencia y en la capacidad de producir. Por lo tanto a pesar que la competencia es buena para el progreso, ya que permite la innovación, representa un reto para todo tipo de negocio.

Consumidores. Para (Kotler & Armstrong, 2017), los compradores no usan el precio solamente como una medida de costo, también los usan como un indicador de la calidad del producto. Es así que, si el precio es indicador de costo o sacrificio, la demanda se reduce, sin embargo, si el precio se utiliza como indicador de calidad o beneficio, la demanda se incrementa.

El consumidor tiene una percepción de un determinado producto, ya sea como referencia a lo que considera como el producto ideal o bien en referencia a los productos de los competidores. (Zamarreño Aramendia, 2020). Los consumidores o compradores son indispensables para los negocios, por ende, ellos son los que perciben el producto, si se ajusta a sus necesidades y el precio es el adecuado, lo comprarán, caso contrario elegirán el producto de otro proveedor.

1.3.Métodos fijación de precios

A continuación, se indican los métodos que se utilizan para la fijación de precios tanto en empresas manufactureras como empresas que comercializan los productos.

Método basado en el análisis de costos. Este método utiliza la información contable para establecer los costos de la empresa, costos fijos, costos variables, de igual manera usa información sobre el comportamiento de mercado para establecer los mismos. (Díaz, 2010) Para (Kotler & Armstrong, 2017) los costos establecen un límite inferior del precio, siendo la demanda la que establece el límite superior, de tal manera que toda empresa debe cobrar el precio que cubra costos de producción, distribución y venta del producto y a su vez obtenga un rendimiento justo por su acción.

Esta teoría de la fijación de precios es bastante limitada ya que mayoritariamente se enfoca en materias primas empleadas más la mano de obra y logística. Utiliza la línea de pensamiento se origina en la fábrica, pasa por las oficinas administrativas, luego a gerencia, de ahí al mercado y por último hacia el consumidor. Utiliza en abordaje reduccionista lo cual puede redundar en un escaso panorama de opciones, quizá empleada en casos de guerras donde no existe mayor interés de lucro, también se la podría usar en fundaciones o ciertos

segmentos gubernamentales que no persigan utilidad económica. Es básicamente el trabajo que haría el personal que labora detrás de un escritorio, sin mayor contacto con el dinamismo que se evidencia en el mundo empresarial.

Método basado en el costo total más beneficio deseado. Este método es uno de los más simples de fijación de precios, ya que consiste, solamente, en sumar al coste total de un producto el beneficio deseado siendo, este método es muy utilizado por los comercializadores de productos y menos por los fabricantes debido a que el método no tiene en cuenta que existen distintos tipos de costes que se ven afectados de forma diferente por variaciones en la producción total y por variaciones en las ventas. (Díaz, 2010)

De acuerdo con (Grasset, 2015) , se utilizan dos enfoques basados en la información de la contabilidad gerencial, el Cost- Plus (costo más un margen) que utiliza una fórmula general que agrega un margen al costo base, como inicio en la decisión de fijación de precios.

Esta teoría se puede decir que es un poco más completa que el análisis de costos. No solo considera los costos, sino que también ya incluye un margen de ganancia a la organización. La rentabilidad que se puede obtener está directamente conectada con el precio, generalmente si se buscan rentas a corto plazo se pueden considerar precios elevados, es diferente el escenario cuando se busca participación a largo plazo, donde se opten por precios más bajos para captar mor cuota del mercado

Método basado en la competencia. En este método, la empresa tiene opción de aplicar tres opciones: el sistema de paridad competitiva que consiste en poner sus precios iguales o similares a los de la competencia, la fijación de precios por debajo del nivel competitivo o fijar los precios por encima del nivel competitivo. (Díaz, 2010)

Para (Juárez, 2018) En el método basado en la competencia, la atención se centra en los que hacen los competidores. Equipararse con los precios de la competencia, sucede cuando hay gran cantidad de productos en el mercado y están poco diferenciados, la empresa tiene poco control sobre el precio.

Esta última teoría incorpora una mirada a los competidores, ya que revisa como están actuando los otros proveedores para poder establecer precios. Sin embargo, al ser productos que poseen factores diferenciadores que impactan en la calidad del producto, simplemente la competencia sirve como referencia mas no como eje determinante a la hora de plasmar precios. Es de suma importancia evaluar a los competidores, pero no podemos calcar a ojo cerrado las propuestas de los vecinos, siempre es necesario una evaluación interna en función de características intrínsecas para sacar ventaja en el mercado.

Los sustentos teóricos desarrollados, mencionados y las investigaciones previas sirven para guiar el proceso investigativo, en función del logro de los objetivos planteados en este estudio.

Materiales y Métodos

Según (Monroy & Nava, 2018), “La metodología consiste en la diversidad de métodos y técnicas que se aplican a una investigación científica” (pág. 56). Para la presente investigación se tomará como propósito la investigación de campo, con un alcance descriptivo y un enfoque cuantitativo. Mientras que la técnica de investigación a desarrollarse será la encuesta, que de acuerdo a (García, 2016), “Persigue el objetivo de obtener respuestas a un conjunto de preguntas” (pág. 95).

El presente trabajo de titulación tiene como propósito una investigación básica, se va a realizar usando la recolección de datos de campo, o sea, un estudio de campo. Según lo mencionan (Monroy & Nava, 2018) este tipo de investigación:

Se realiza en el lugar de los hechos, implica tomar la información de fuentes directas, sin manipular ni controlar las variables. Los datos recopilados provienen directamente del individuo o grupo de estudio. La investigación de campo permite observar un fenómeno en sus condiciones reales (pág. 27).

La información que la presente investigación requiere, nos lleva a visitar los espacios donde se toman las decisiones empresariales: los despachos de los altos mandos. Para poder entender los criterios decisivos se deben hacer encuestas preguntas a gerentes y demás

encargados para conocer los elementos que intervienen a la hora de fijar los precios. La realidad del tema a investigar se desarrolla en la utilización de herramientas de recolección de datos como la encuesta. Los participantes de estas encuestas son nuestra meta.

Existen algunos tipos de alcances de investigación, sin embargo, como lo define el alcance de la investigación descriptiva (Santiesteban, 2014):

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así (vágase la redundancia) describir lo que se investiga (pág. 66).

Por lo tanto, el alcance del presente trabajo de titulación es descriptivo. Se pretende describir más detalladamente como se desenvuelve la problemática de la fijación de precios para poder encontrar aquellos factores más relevantes y determinar qué pesa más en las mentes de los gerentes, sin duda un equilibrio entre complacer a los accionistas y ganarse a los consumidores, existen opciones entre esos dos extremos. Así se puede llegar a arrojar luces de este fenómeno y entregar una guía para quienes toman las decisiones sobre los precios, ya sea en empresas nuevas o de productos nuevos.

A lo largo de la historia han surgido diversas corrientes de pensamiento como el Materialismo Dialéctico o el Positivismo, los cuales han dado origen a diferentes caminos en la búsqueda del conocimiento. Desde la segunda mitad del siglo XX estas corrientes se han polarizado en dos enfoques principales, el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación. (Cabezas et al., 2018, pág. 59)

De igual manera (Cabezas et al., 2018) señala que el enfoque de investigación cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para establecer patrones de una población. (pág. 60)

Por lo tanto, el presente trabajo usará un enfoque de investigación cuantitativo, dado que esto va a permitir ponderar los datos que arroje las encuestas, utilizando datos numéricos, reduciendo la probabilidad de sesgo y facilitando la comprensión de los factores que inciden en la fijación de precios.

Según (Villanueva & Toro, 2016) la población es la colección de datos que corresponde a las características de la totalidad de individuos, objetos, cosas o valores en un proceso de investigación. Para su estudio, en general se clasifican en Poblaciones Finitas y Poblaciones Infinitas. (pág. 34)

Para (Naranjo, 2014) es significativo señalar que la población la define el investigador (sus límites y características), en función de los objetivos perseguidos y de las generalizaciones a que desea llegar (pág. 269).

Para el presente proyecto de investigación se seleccionó como población todas las Pymes dedicadas a la actividad comercial, localizadas en la capital de los ecuatorianos, en este caso se considera como población infinita.

Para (Naranjo, 2014) la muestra es un conjunto extraído por un procedimiento técnico de la población. Es un grupo relativamente pequeño sobre la cual se pretende generalizar los resultados, que supuestamente representan en mayor o menor grado las características de la población. (pág. 271)

Siendo el universo todas las pymes del sector comercio de la ciudad de Quito, para la selección de la muestra se empleará la fórmula de cálculo siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Remplazando en la fórmula los valores:

Tabla 2

Variables para cálculo de la muestra

Variables Resultados

Ámbito Geográfico:	Quito
E: Margen de error	±10%=0,10
Z: Nivel de Confianza	1,96
P: Probabilidad de éxito	0,7
Q: probabilidad de fracaso (1-p)	0,3

$$n = \frac{1,96^2 * 0,7 * 0,3}{0,1^2}$$

$$n = 81$$

La toma de muestras en la ciudad de Quito será por muestreo probabilístico aleatorio simple, por lo tanto, el total de negocios a encuestarse será de 81 comercios

En cuanto a la técnica de recolección de datos . Para (Alvira Martin, 2011), es definida como:

Es una técnica de recogida de información con una filosofía subyacente, pero admite diferentes métodos de diseño de investigación, de igual manera presenta características básicas que la distinguen de los demás métodos, es así que recoge información proporcionada verbalmente por un informante mediante cuestionario estructurado. (pág. 5)

La presente investigación utiliza la encuesta como técnica de recolección de datos, la misma que será difundida usando Google Forms. La encuesta está dirigida a gerentes, personal del área de costos y contable, pues son quienes están involucrados directamente con el proceso de fijación de precios en sus establecimientos comerciales en la ciudad de Quito

Los datos para la presente investigación son cuantitativos, por lo tanto, el procesamiento se realiza utilizando matrices de datos mediante el uso programa Microsoft Excel; el uso de esta herramienta de procesamiento de datos permite

obtener tablas y gráficos de la información recolectada, de tal manera que se pueda analizar e interpretar la misma.

Para (Meneses, 2016) el instrumento de recolección de datos conocido como cuestionario se define como: “El instrumento estandarizado que empleamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuesta (pág. 9). Está compuesto por un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, generalmente son respondidas por escrito, sin que sea necesaria la intervención del entrevistador.

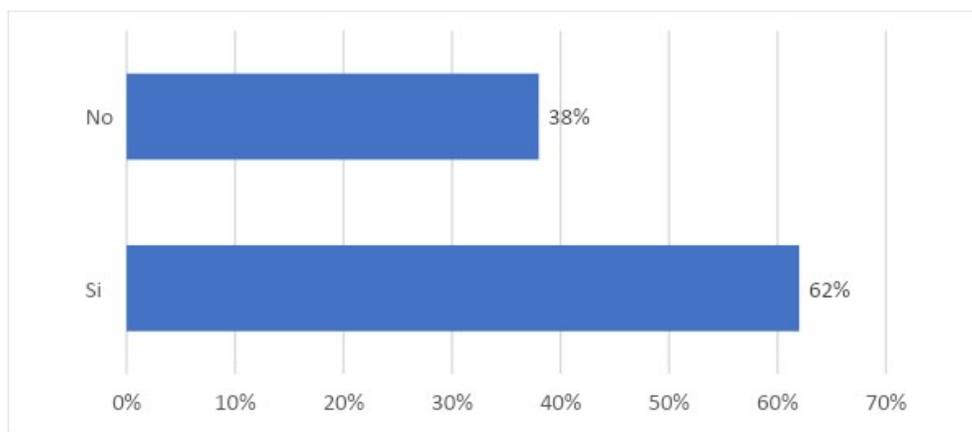
Para el cumplimiento del objetivo principal de investigación, el instrumento de investigación consiste en un cuestionario de 6 preguntas, previamente estructurado, el cual contiene preguntas cerradas, dicotómicas y a continuación, se indica la encuesta a emplearse para la presente investigación:

2.1. Análisis de resultados

Pregunta 1.- ¿Tiene establecida una política para la fijación de precios?

Figura 1

Política para la fijación de precios



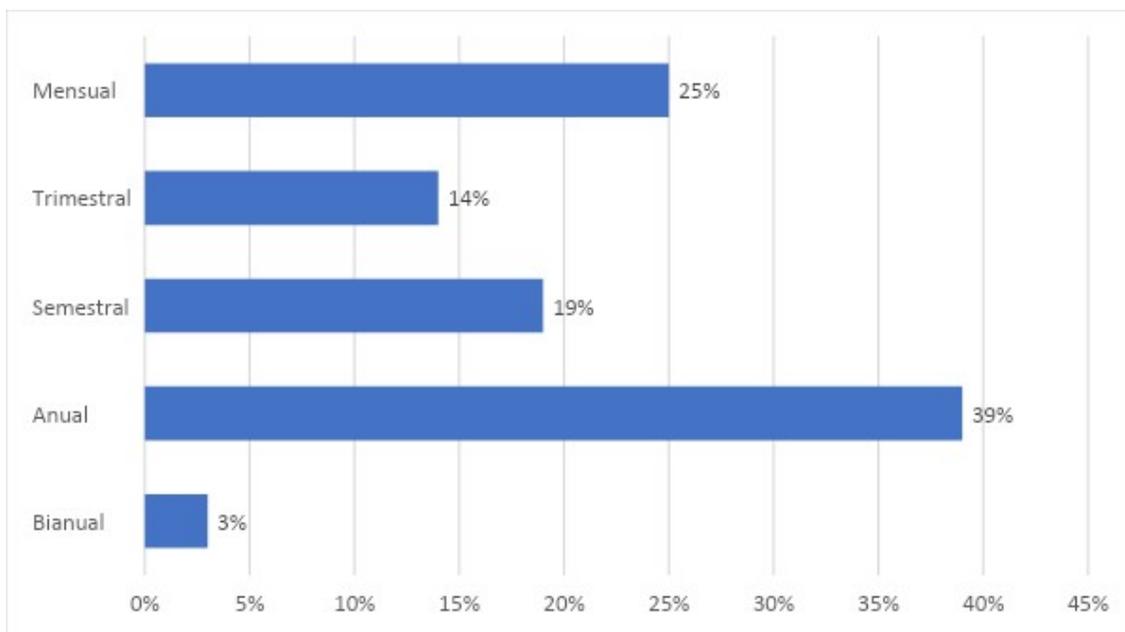
Fuente: Elaboración propia

Análisis: Podemos notar que 6 de cada 10 Pymes dedicadas al comercio en la ciudad de Quito, utilizan una política de fijación de precios, esto nos indica que la mayoría tiene una pauta establecida para la determinación de las mismas. Es así que en 62% de las organizaciones, la toma de decisiones no es improvisada, sino que se atiende a aspectos técnicos que permiten una gran aceptación de los precios por parte de los consumidores. Se entiende que para la elaboración de una política de precios existe un equipo interdisciplinario que nos permite montar este chasis de precios para futuras necesidades de la organización. En contraparte, el 38% restante de los negocios tienden a hacer este procedimiento de forma empírica, lo cual imprime una impronta personal de cada líder de las Pymes, dando espacio a una subjetividad importante de notable impacto.

Pregunta 2.- ¿Con qué frecuencia emplea el procedimiento de fijación de precios?

Figura 2

Frecuencia empleada en la fijación de precios



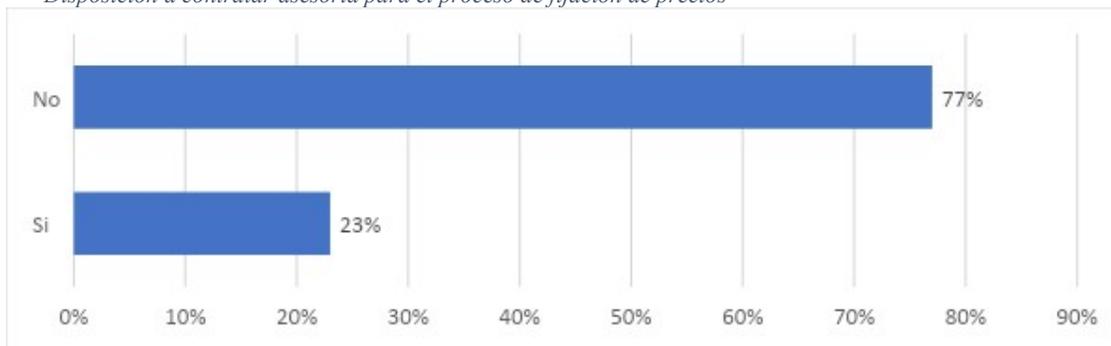
Fuente: *Elaboración propia*

Análisis: Esta pregunta nos permite conocer que, en las Pymes dedicadas al comercio de la ciudad de Quito, se incorporan nuevos productos o se actualiza el valor de los mismos cada dos años en el 3% de las empresas; el 39% de las Pymes fijan anualmente los precios; el 19% de los establecimientos fijan precios cada seis meses; el 14% de los negocios fijan cada tres meses sus precios; el 25% de las empresas fijan mensualmente sus precios. Podemos entender que el 39% de las Pymes fijan una vez al año, lo cual implica que no es tan impactante las variaciones producidas por la inflación, mientras que el 25% de los consultados lo hace con una frecuencia mensual que pudiera implicar un incremento del portafolio de nuevos productos.

Pregunta 3.- ¿Estaría dispuesto a contratar asesoría para el proceso de fijación de precios?

Figura 3

Disposición a contratar asesoría para el proceso de fijación de precios



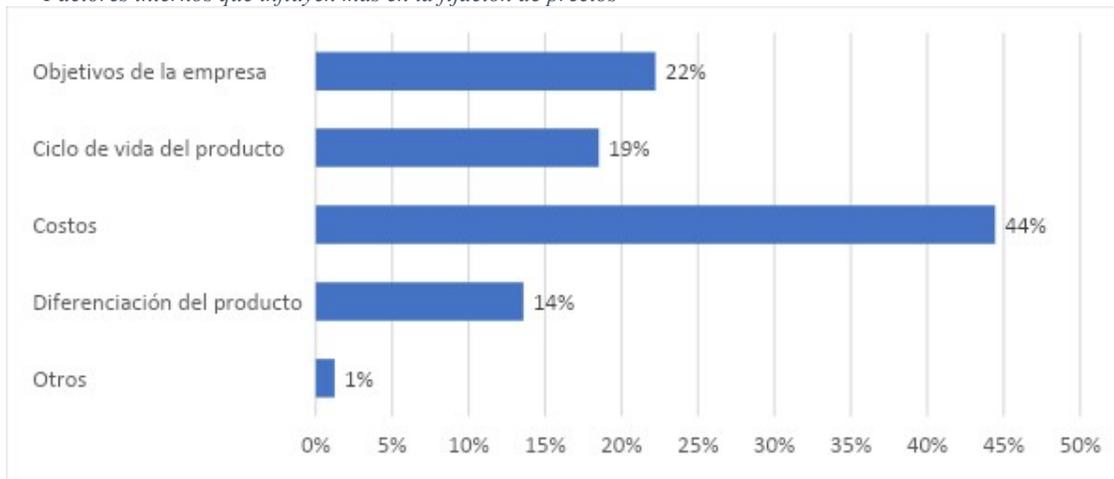
Fuente: *Elaboración propia*

Análisis: 2 de cada 10 Pymes estarían dispuestas a contratar asesoría para fijar los precios, mientras que los 8 restantes decidirían no hacerlo. Esto implica que se abre un pequeño nicho para empresas que decidan ofrecer los servicios estratégicos en la fijación de precios más allá de los puros enfoques financieros. En resumen la mayoría de los negocios creen que con sus equipos estructurados pueden resolver esta tarea sin ayudas externas.

Pregunta 4.- ¿Qué factores internos influyen más en la fijación de precios?

Figura 4

Factores internos que influyen más en la fijación de precios



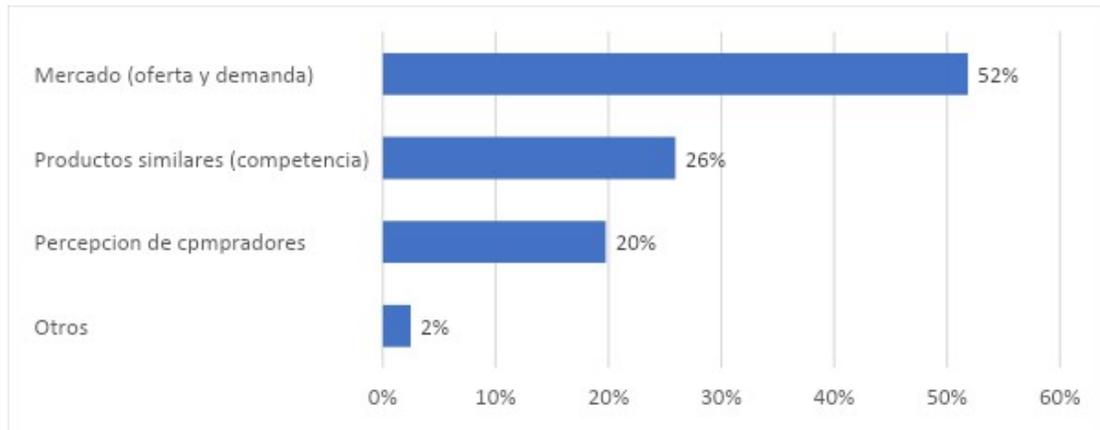
Fuente: Elaboración propia

Análisis: El factor interno que influye mayoritariamente en la fijación de precios es el costo según el 44% de los consultados; luego se encuentra el factor objetivo de la empresa con el 22%; a continuación, se encuentra el factor ciclo de vida con un 19%, ya que el precio va a ser diferente cuando ingresa al mercado que en su madurez; el factor diferenciación de un producto ocupa la cuarta posición con un 14% de los encuestados y en el intervalo otros que equivale al 1% una persona respondió que el factor interno que influye es la tecnología. El método de asignación de precio basado en los costos consiste en agregar al costo de un producto una suma fija o un porcentaje del costo total, lo cual da como resultado el precio de venta.

Pregunta 5- ¿Qué factores externos influyen más en fijación de precios?

Figura 5

Factores externos que influyen más en fijación de precios



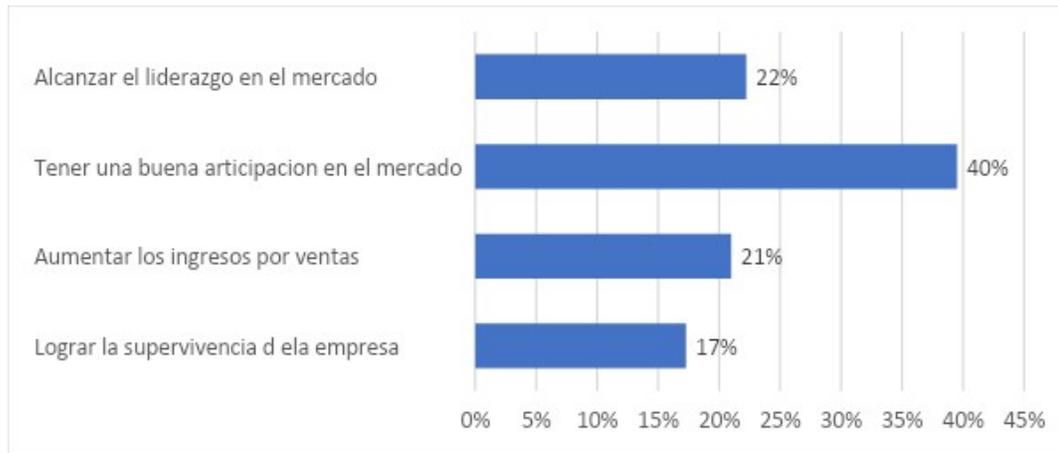
Fuente: Elaboración propia

Análisis: En cuanto a los factores externos, el que más peso tiene es el mercado con un 52%, seguido por los competidores o productos similares que ocupan un 26%, la percepción de los compradores ocupa la tercera posición con el 20% de las preferencias de los encuestados y el 2% responde que son otros factores externos que influyen en el precio, como la inflación proyectada y las decisiones de gobierno que afectan a los insumos. La mayoría de Pymes considera que el factor externo de mercado oferta y demanda tiene mayor predominancia, esto debido a que mientras la demanda sea mayor, el precio del producto aumenta, así si la demanda disminuye el precio del producto se ve afectado, obligando a los negocios a bajar su margen de ganancia.

Pregunta 6.- ¿Qué propósito desea con la política de fijación de precios?

Figura 6

Propósito de la política de fijación de precios



Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayoría de empresarios opta por el propósito de tener una buena participación de mercado con más del 40%, en segundo lugar comparten la posición la propuesta de alcanzar liderazgo en el mercado y el aumento de los ingresos, y por último la estrategia de la supervivencia. En las Pymes dedicadas al segmento de comercio de la ciudad de Quito, los emprendedores apuestan por lograr una buena participación de mercado, lo cual les permite seleccionar precios estratégicos durante el ingreso del producto al mercado en aras de conseguir posteriormente una buena porción del pastel con la promesa de obtener mejores rendimientos a futuro.

Discusión

Haciendo un análisis general se puede considerar que la mayoría de las pequeñas y mediana empresas de actividad comercial en la ciudad de Quito, establecen sus estrategias de precios considerando el costo de producto y la dinámica del mercado, es decir la oferta y la demanda, esto se conjuga con lo señalado por (Gasbarrino, s.f.) quien que Aunque hay varios métodos de fijación de precios, tres son los más comunes que se basan en estos aspectos: el coste, la demanda y la competencia. Lo que implica que falta incorporar estrategias que consideren dos elementos muy importantes en el marketing como son los consumidores y los competidores, dado que las estrategias están basadas en la anticipación de la respuesta de compra del consumidor al precio que se desea fijar, se debe considerar la minimización de

dos factores, por un lado, el excedente de los consumidores, que es la diferencia entre el precio del producto y lo que ellos estarían dispuestos a pagar y por otro lado elasticidad, es decir la afectación que pueda tener la variación del precio en la demanda del mismo. En cuanto a pricing basado en la competencia, aunque es un método complejo, se puede establecer considerando al principal competidor, o establecer precios medios del segmento de mercado en el que compite la empresa.

Conclusiones (solo mayúscula Inicial)

La fijación de precios es una actividad que se debe plantear con regularidad ya que los precios de venta al público (PVP) se deben actualizar en el marco de una economía, con pérdida paulatina del poder adquisitivo, para mantener los niveles de comercialización y el pago de todos los gastos inherentes a la actividad comercial,

Acorde a los resultados en las PYMES dedicadas al segmento comercial de la ciudad de Quito, una gran proporción de las empresas, realiza revisión de precios anualmente y lo hace internamente en la organización, o sea que no es una tarea que se busque tercerizar, es decir, es una actividad abordada por gerentes y emprendedores con el escaso o profundo conocimiento que ellos tiene del mercado y del producto, como parte de las responsabilidades inherentes a su cargo.

La investigación refleja que existen factores internos para establecer los precios, entre los cuales el primordial es el costo, ya que una vez determinado el mismo se establece un margen de ganancia para proyectar la rentabilidad. El ciclo de vida de los productos y la diferenciación de los mismos no son muy tomados en cuenta. En cuanto a los factores externos se toma el termómetro del mercado como principal parámetro, es decir la oferta y la demanda, para establecer el precio de los productos, luego se considera el precio que establece la competencia. El sentir de los consumidores casi no se toma en cuenta, lo cual permitiría ofrecer atributos y características diferenciadoras de las mercancías que pueden influir en la determinación de los precios.

El principal, propósito de las políticas de fijación de precios es obtener una buena participación en el mercado, lo que implicaría obviamente el incremento en relación al promedio de la industria.

Es importante vigilar constantemente los índices de inflación para ajustar los precios, otorgar presupuestos para estudios de mercado y establecer estrategias de marketing mix, para fijar precios, considerando no sólo los atributos del producto, sino también la promoción y la plaza.

Referencias

- Alvira Martin, F. (2011). *La encuesta y la perspectiva general metodológica*. CIS.
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de investigación científica*. ESPE.
- Castillo Soto, M., & Chiguil Figueroa, F. (2021). *Las estrategias en la fijación de precios: modelos y conceptos*. México: Miguel Angel Porrúa.
- Conexión ESAN. (30 de Mayo de 2018). *Conexionesan*.
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/pricing-en-que-consiste-la-teoria-economica-de-la-fijacion-de-precios#:~:text=El%20pricing%20es%20una%20teor%C3%ADa,la%20rentabilidad%20de%20la%20empresa.>
- De Jaime Eslava, J. (2012). *Pricing: Nuevas estrategias de precios*. ESIC.
- Diaz, J. (2010). *Métodos utilizados en la práctica para la fijación de precios*.
<https://doi.org/https://www.negociosyemprendimiento.org/2010/08/metodos-de-fijacion-de-precios.html>
- Eslava, J. d. (2015). *Pricing: Nuevas estrategias de precios*. Esic.
- García , L. R. (2013). *Economía de la Empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Palibrio.
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Boogotá: Ediciones de la U.
- Gasbarrino, S. (s.f.). *Los 3 métodos de fijación de precios más utilizados*. Hubspot:
<https://blog.hubspot.es/sales/metodos-fijacion-precios>

- Grasset, G. (2015). *Fijación de precios costo plus*. lokad:
<https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-por-costo-plus#:~:text=La%20fijaci%C3%B3n%20de%20precios%20por%20costo-plus%20%28costo%20m%C3%A1s,facilita%20el%20c%C3%A1lculo%20con%20grandes%20cantidades%20de%20productos.>
- Juárez, F. (2018). *Principios del marketing*. Universidad del Rosario.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing- 13a Edición*. Pearson.
- Lidefer. (14 de abril de 2021). *Factores internos y externos de una empresa*.
<https://www.lifeder.com/factores-internos-externos-empresa/#:~:text=Los%20factores%20internos%20y%20externos%20de%20una%20e>
- Meneses, J. (2016). *El cuestionario*.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/296934760_El_cuestionario
- Monroy, M. d., & Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. México: Lapslázuli.
- Naranjo, S. (2014). *Metodología de la investigación científica*. Las Tunas.
- Ponce Vinuesa, D. A. (junio de 2018). Estrategias y tácticas de mercadotecnia orientadas a la fijación de precios, basada en el valor hacia el cliente para una empresa proveedora de la industria gráfica de Quito. Quito.
- Reino Vivanco, A. A., & Torres Valdez, K. (2012). Modelo para la fijación de precios en la industria del comercio de electrodomésticos aplicado a Marcimex.
- Rivera Camino, J., & Garcillan, M. (2012). *Dirección de marketing- 3a.Ed.* ESIC.
- Roldán, P. (2 de diciembre de 2016). *Competitividad*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Roldan, P. N. (20 de julio de 2016). *Diferenciación de producto*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/diferenciacion-de-producto.html>
- Ruiz Conde, E., & Parreño Selva, J. (2013). *Dirección de Marketing: variables comerciales*. Club Universitario.
- Santiesteban, E. (2014). *Metodología de la investigación científica*. Las Tunas: Editorial Académica Universitaria (Edacun).

Villanueva, J., & Toro, J. d. (2016). *Marketing estratégico*. Manuales IESE.

Zamarreño Aramendia, G. (2020). *Análisis de Mercado*. Elearning.

Copyright (2023) © Juan Carlos Maestre Naranjo, Javier Sebastián Maldonado Gutiérrez, Miguel Angel Aizaga Villate, Renato M. Toasa

Este texto está protegido bajo una licencia internacional Creative Commons 4.0.



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

Sostenibilidad y gestión educativa: Implementación de prácticas eco-amigables en la administración de campus universitarios

Sustainability and educational management: Implementation of eco-friendly practices in university campus administration

• Fecha de recepción: 2023-05-22 • Fecha de aceptación: 2023-07-02 • Fecha de publicación: 2023-07-29

Cristina Alexandra Chamorro Tapia
Instituto Superior Universitario Sucre
cchamorro@tecnologicosucre.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-9439-4068>

Resumen

El estudio sobre "Sostenibilidad y gestión educativa: Implementación de prácticas eco-amigables en la administración de campus universitarios" busca comprender cómo las instituciones de educación superior están incorporando prácticas sostenibles para crear ambientes educativos más responsables con el medio ambiente. Mediante una revisión bibliográfica y análisis de múltiples casos de estudio en diferentes universidades, este trabajo explora las metodologías empleadas para integrar sistemas de gestión ambiental, como la certificación LEED y la Norma Internacional ISO 14001:2015, en las operaciones diarias de los campus. Los resultados principales indican un avance significativo en la percepción y adopción de hábitos sostenibles entre los estudiantes, un aumento en la implementación de infraestructuras verdes, y la mejora en la gestión de residuos y recursos. Además, se destacó la importancia de la educación ambiental en la formación de una conciencia ecológica en la comunidad estudiantil, lo cual es crucial para perpetuar y expandir estas iniciativas. Estas prácticas no solo contribuyen a la reducción de la huella ecológica de las instituciones

educativas, sino que también fomentan una cultura de sostenibilidad que prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos ambientales del futuro.

Palabras clave: sostenibilidad, gestión educativa, prácticas eco-amigables, educación ambiental, gestión de residuos.

Abstract

The study on "Sustainability and educational management: Implementation of eco-friendly practices in university campus administration" seeks to understand how higher education institutions are incorporating sustainable practices to create more environmentally responsible educational environments. Through a literature review and analysis of multiple case studies in different universities, this work explores the methodologies used to integrate environmental management systems, such as LEED certification and the International Standard ISO 14001:2015, in daily campus operations. The main results indicate significant progress in the perception and adoption of sustainable habits among students, an increase in the implementation of green infrastructures, and improvement in waste and resource management. In addition, the importance of environmental education in the formation of ecological awareness in the student community was highlighted, which is crucial to perpetuate and expand these initiatives. These practices not only contribute to reducing the ecological footprint of educational institutions, but also foster a culture of sustainability that prepares students to face the environmental challenges of the future.

Keywords: sustainability, educational management, eco-friendly practices, environmental education, waste management.

Introducción

La sostenibilidad ambiental en el ámbito educativo ha cobrado una relevancia creciente en la actualidad, siendo imperativo para las instituciones académicas adoptar prácticas eco-amigables en la administración de sus campus universitarios. Como señalan Centeno &

Ramírez (2021), la educación ambiental y la implementación de buenas prácticas sostenibles son fundamentales para promover un entorno universitario más responsable. En este contexto, la Universidad Israel en Quito ha sido un referente en la integración de estas prácticas.

En el estudio de Enriquez et al. (2023) se evidencia la problemática de la contaminación institucional generada por los desechos de los estudiantes en el campus de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Latacunga, resaltando la urgencia de acciones concretas para mitigar este impacto. Restrepo (2021) destaca la importancia de diagnosticar e implementar indicadores de sostenibilidad ambiental en entornos educativos, como parte de un compromiso hacia la preservación del medio ambiente.

La percepción de los estudiantes universitarios frente a la adopción de prácticas sostenibles, como lo abordan Cavinato & Páez (2021), es crucial para fomentar una cultura eco-responsable en las instituciones educativas. Asimismo, la elaboración de planes de sostenibilidad, como el realizado por Calderón & González (2023) para el campus de la Universidad Católica de Santa María, demuestra la viabilidad de implementar estándares internacionales como la certificación LEED.

Propuestas como la de Chavez & Sosa (2021) para la construcción de residencias sostenibles en entornos universitarios reflejan la importancia de integrar la sostenibilidad en todos los aspectos de la vida estudiantil. En este contexto, programas pedagógicos como el propuesto por Lozada & De Jesus (2022) buscan inculcar valores de ética medioambiental en los estudiantes de administración de empresas, preparándolos para liderar con responsabilidad en un mundo cada vez más enfocado en la sostenibilidad.

Revisión de literatura

La gestión de residuos sólidos en entornos educativos ha sido objeto de estudio, como evidencia Verona (2021) en su investigación sobre el fortalecimiento de la cultura ambiental

en una institución educativa en Jaén. Rojas (2020) aborda las prácticas ambientales de estudiantes de turismo, destacando la importancia de sensibilizar a los futuros profesionales sobre la sostenibilidad. En este contexto, Maila & Stefanía (2023) proponen la implementación de un sistema de gestión ambiental basado en la norma ISO 14001 en la Pucese, enfatizando la relevancia de normativas internacionales en la gestión ambiental.

El diseño de espacios universitarios sostenibles también ha sido explorado, como lo demuestran Tumbaco & Salazar (2023) en su trabajo sobre la implementación de arquitectura vernácula en el cantón San Lorenzo Esmeraldas. Salinas et al. (2020) presentan un manual verde universitario que guía procedimientos ambientales en la UAEM, resaltando la importancia de establecer lineamientos claros para la sostenibilidad en el ámbito educativo.

La planificación de sistemas de transporte sostenible en instituciones educativas es crucial, como lo plantean Salazar & Ocampo (2023) en su propuesta para una institución en Santiago de Cali. Véliz et al. (2020) exploran la gestión de prácticas eco-amigables en supermercados desde la perspectiva de estudiantes universitarios y gerentes, subrayando la importancia de involucrar a diferentes actores en la promoción de la sostenibilidad.

La implementación de blogs educativos interactivos para fomentar prácticas sustentables en universidades, como propone Flores (2022), representa una estrategia innovadora para sensibilizar a la comunidad estudiantil. Coronel (2023) destaca el papel fundamental de la educación ambiental en la formación de ciudadanos conscientes, resaltando la necesidad de integrar estos valores en el currículo educativo. Por último, Zamar et al. (2021) exploran la innovación universitaria y la creatividad como herramientas para mejorar las ecologías emocionales de aprendizaje, evidenciando la importancia de un enfoque integral en la gestión educativa sostenible.

Metodología

Para llevar a cabo la investigación sobre "Sostenibilidad y gestión educativa: Implementación de prácticas eco-amigables en la administración de campus universitarios", se utilizó una metodología de búsqueda exhaustiva y sistemática. Se emplearon bases de datos académicas como Scopus, Web of Science y Google Scholar para identificar artículos científicos, tesis, libros y otros documentos relevantes. Se utilizaron términos de búsqueda como "sostenibilidad educativa", "prácticas eco-amigables", "gestión ambiental universitaria", entre otros, combinados con operadores booleanos para refinar los resultados. Además, se revisaron las referencias bibliográficas de los estudios seleccionados para identificar nuevas fuentes. Se consideraron trabajos publicados en los últimos diez años para asegurar la actualidad de la información y se priorizará la inclusión de investigaciones empíricas, revisiones sistemáticas y estudios de caso que aportaron evidencia relevante para el tema en cuestión.

Resultados

La implementación de prácticas ecológicas en las instituciones educativas se ha vuelto cada vez más importante en los últimos años, a medida que los impactos negativos del cambio climático y la degradación ambiental se vuelven más evidentes. Los estudios y tesis abordan diversos aspectos de las prácticas ecológicas en los campus universitarios, incluido el desarrollo de planes de sostenibilidad, la percepción de los envases sostenibles, la implementación de buenas prácticas ambientales y de consumo sostenible, el diseño de residencias sostenibles, el papel de la educación ambiental en la formación de ciudadanos conscientes, la contaminación institucional producida por los desechos estudiantiles, la creación de sistemas de transporte sustentables, la implementación de sistemas de gestión ambiental, las prácticas ambientales de los estudiantes de turismo, la creación de programas de extensión sustentables, el manejo de residuos sólidos y la innovación y creatividad para el mejoramiento sustentable de las ecologías emocionales del aprendizaje.

Para comenzar, el estudio de Calderón & González (2023) destaca la importancia de desarrollar planes de sostenibilidad para los campus universitarios, específicamente para el pabellón F de la Universidad Católica de Santa María. El plan se basa en la certificación LEED para operación y mantenimiento V4, que incluye medidas de eficiencia energética, conservación de agua y gestión de residuos, entre otras. Este estudio enfatiza la necesidad de que las universidades adopten planes integrales de sostenibilidad que consideren todo el ciclo de vida de sus edificios e infraestructura.

En segundo lugar, el estudio de Cavinato et al. (2021) examina la percepción de estudiantes universitarios de instituciones privadas de Bogotá sobre la decisión de comprar envases sustentables. Los resultados muestran que los estudiantes están dispuestos a pagar más por envases sostenibles si están disponibles. Este estudio destaca la importancia de promover hábitos de consumo sostenible entre los estudiantes universitarios y el mercado potencial de productos sostenibles.

Por otra parte, la tesis de Centeno & Ramírez (2021) explora la implementación de la educación ambiental y buenas prácticas ambientales y de consumo sustentable en la Universidad Israel. El estudio encontró que existe la necesidad de fortalecer la educación ambiental y promover prácticas sustentables entre los estudiantes y el personal. Esta tesis enfatiza la importancia de integrar la educación ambiental en el plan de estudios y promover prácticas sustentables en todas las áreas de la vida universitaria.

Además, la propuesta de Chávez & Sosa (2021) presenta un proyecto para la construcción de una residencia sustentable para estudiantes universitarios en Lima. El proyecto incluye medidas de eficiencia energética, conservación del agua y gestión de residuos, entre otras. Esta propuesta destaca la necesidad de que las universidades brinden opciones de vivienda sostenible para sus estudiantes y los beneficios potenciales de las residencias universitarias sostenibles.

Asimismo, el estudio de Coronel (2023) analiza el papel de la educación ambiental en la formación de ciudadanos conscientes. El estudio encontró que la educación ambiental es esencial para promover comportamientos y actitudes sostenibles entre los estudiantes. Este estudio enfatiza la importancia de integrar la educación ambiental en el plan de estudios y promover prácticas sustentables en todas las áreas de la vida universitaria.

En esa misma línea, el estudio de Enríquez et al. (2023) examina la contaminación institucional producida por desechos estudiantiles en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE campus Latacunga durante el semestre mayo-septiembre de 2023. El estudio encontró que es necesario implementar medidas para la reducción de residuos y el reciclaje en el campus. Este estudio destaca la necesidad de que las universidades adopten estrategias integrales de gestión de residuos que consideren todo el ciclo de vida de los residuos.

Siguiendo con este enfoque, la tesis de Flores (2022) presenta un blog educativo interactivo para promover prácticas sustentables entre estudiantes de la Universidad Técnica del Norte. El blog incluye información sobre prácticas sustentables, noticias y eventos relacionados con la sustentabilidad. Esta tesis destaca el potencial de las herramientas digitales para promover prácticas sostenibles entre los estudiantes universitarios.

Estos estudios y tesis ilustran un amplio compromiso con la sustentabilidad y demuestran la diversidad de enfoques y áreas de impacto que pueden tener las prácticas ecológicas en el contexto educativo y empresarial.

Discusión

La creciente relevancia de las prácticas ecológicas en instituciones educativas refleja un cambio fundamental hacia la sostenibilidad en respuesta a los desafíos ambientales actuales, como el cambio climático y la degradación ambiental. Los estudios revisados abordan una amplia variedad de aspectos relacionados con la implementación de estas prácticas, desde el

desarrollo de planes de sostenibilidad hasta la promoción de hábitos de consumo sostenible y la gestión de residuos.

Sin embargo, es crucial reconocer que la mera implementación de estas prácticas no garantiza automáticamente resultados positivos. Por ejemplo, si bien el estudio de Calderón & González (2023) resalta la importancia de desarrollar planes de sostenibilidad, es fundamental evaluar la efectividad de estos planes en la práctica y asegurar que se integren de manera efectiva en las operaciones cotidianas de las instituciones.

Asimismo, aunque el estudio de Cavinato et al. (2021) destaca la disposición de los estudiantes a pagar más por envases sostenibles, es importante considerar cómo se pueden superar las barreras económicas y logísticas para garantizar la disponibilidad generalizada de productos sostenibles y fomentar un cambio de comportamiento a largo plazo.

La educación ambiental emerge como un tema recurrente en varios estudios, como el de Centeno & Ramírez (2021) y Coronel (2023). Si bien estos hallazgos resaltan la importancia de integrar la educación ambiental en el plan de estudios, es fundamental asegurar que estas iniciativas educativas vayan más allá de la teoría y se traduzcan en acciones concretas y cambios significativos en el comportamiento de los estudiantes.

Además, si bien proyectos como la residencia sustentable propuesta por Chávez & Sosa (2021) muestran promesa en términos de infraestructura ecológica, es esencial considerar aspectos de accesibilidad y equidad para garantizar que todos los estudiantes tengan la oportunidad de vivir de manera sostenible.

Por último, si bien el potencial de las herramientas digitales para promover prácticas sostenibles, como se ilustra en el estudio de Flores (2022), es innegable, es necesario evaluar críticamente cómo se pueden superar las barreras tecnológicas y de acceso para garantizar que estas herramientas lleguen a todos los segmentos de la población estudiantil.

En resumen, si bien los estudios revisados muestran un compromiso significativo con la sostenibilidad en el ámbito educativo, es fundamental abordar de manera crítica los desafíos y limitaciones inherentes a la implementación efectiva de prácticas ecológicas. Solo a través de una evaluación constante y un compromiso continuo con la mejora podemos asegurar un progreso significativo hacia un futuro más sostenible.

Conclusiones

La incorporación de prácticas sostenibles en la gestión de los campus universitarios no solo transforma las infraestructuras y los procesos operativos, sino que también forja una conciencia ecológica en la comunidad educativa. Esta transformación está cada vez más centrada en la eficiencia de recursos y la educación como pilares de un modelo institucional respetuoso con el medio ambiente. Las universidades, al adoptar sistemas de gestión ambiental y sostenibilidad reconocidos, se convierten en espacios de aprendizaje vivencial donde los estudiantes pueden observar y participar activamente en la aplicación de conocimientos teóricos sobre sostenibilidad.

El enfoque progresivo hacia el consumo responsable en los campus refleja un cambio significativo en la percepción y el comportamiento de la comunidad estudiantil. Esta evolución no sólo se manifiesta en la preferencia por productos ecológicamente responsables, sino también en la participación estudiantil en iniciativas de reciclaje y gestión de residuos. A través de estos comportamientos, las instituciones educativas ejercen una influencia directa en la formación de hábitos sostenibles que los estudiantes pueden llevar más allá de los límites del campus.

Además, la educación ambiental emerge como un componente esencial del currículo universitario, apuntando a una integración más profunda de los principios de sostenibilidad en las disciplinas académicas. Al equipar a los estudiantes con el conocimiento y las habilidades necesarias para enfrentar y resolver problemas ambientales, las universidades están cultivando una nueva generación de profesionales preparados para liderar e innovar en

el campo de la sostenibilidad. Este enfoque holístico no sólo enriquece la experiencia educativa, sino que también amplía el impacto de las universidades en la promoción de comunidades más sostenibles.

Finalmente, la adopción de tecnologías digitales en la educación sobre sostenibilidad permite una difusión más amplia y efectiva de prácticas ecológicas. El uso de plataformas en línea para promover la sostenibilidad demuestra cómo la integración de herramientas digitales facilita la participación y el compromiso continuo de la comunidad universitaria en la sostenibilidad. Esta estrategia no sólo amplifica el alcance de las iniciativas ecológicas, sino que también proporciona un espacio para la colaboración y el intercambio de ideas innovadoras en pro de un futuro sostenible.

Referencias bibliográficas

- Calderón Sanz, A. P., & González Cueva, B. B. (2023). Elaboración de un plan de sostenibilidad para el pabellón F del Campus Central de la universidad Católica de Santa María de acuerdo a la certificación LEED: operaciones y mantenimiento V4.
- Cavinato Benito Revollo, S., & Páez Sáenz, F. (2021). Percepción de la decisión de compra en empaques sostenibles de los estudiantes universitarios de instituciones privadas de Bogotá.
- Centeno Guerrón, M. L., & Ramírez Ortiz, C. Y. N. T. H. I. A. (2021). *Educación ambiental e implementación de buenas prácticas ambientales y de consumo sostenible en la Universidad Israel* (Bachelor's thesis, Quito).
- Chavez Estela, K. A., & Sosa Loaiza, J. J. (2021). Propuesta de Proyecto de Gestión Integral para la Construcción de una Residencia Sostenible para Estudiantes Universitarios de la UPC en el distrito de Chorrillos.

- Coronel, A. L. E. (2023). El papel de la educación ambiental en la formación de ciudadanos conscientes. *Nexus Research Journal*, 2(2), 3-13.
- Enriquez, J. A. A., Flores, J. J. C., Calvopiña, M. B. G., Uribe, M. A. Q., & Tigasi, A. L. U. (2023). Institutional contamination produced by student waste at the Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Latacunga campus during the may-september 2023 semester. *AG Multidisciplinar*, 1, 22-22.
- Flores Ruano, J. P. (2022). *Blog educativo interactivo para promover prácticas sustentables en la Universidad Técnica del Norte, ciudad de Ibarra* (Master's thesis).
- Lozada, A. D. J. M., & De Jesus, A. (2022). Programa pedagógico para fomentar la ética medioambiental en los estudiantes de administración de empresas de un instituto superior tecnológico de Piura.
- Maila, S., & Stefanía, N. (2023). *Propuesta de implementación de un sistema de gestión ambiental basado en la Norma Internacional ISO 14001: 2015 en la Pucese* (Doctoral dissertation, Ecuador-Pucese-Escuela de Gestión Ambiental).
- Restrepo Valencia, M. (2021). Diagnóstico de la implementación de prácticas e indicadores de sostenibilidad ambiental en pymes del sector manufacturero de Colombia y el Valle del Cauca.
- Rojas Peña, R. K. (2020). Prácticas ambientales de estudiantes de turismo de una universidad privada de Lima Norte, 2020.
- Salazar, M. H., & Ocampo, D. P. (2023). Plan de gestión para la creación de un sistema de transporte estudiantil sostenible en una institución privada de educación superior en Santiago de Cali-Colombia.

- Salinas, E. S., Abarca, B. M., Hoyos, H. T., Manrique, J. C. L., & Hernández, M. L. O. (2020). Manual verde universitario. Guía de procedimientos ambientales en la UAEM.
- Tumbaco Quimi, M. D. L. Á., & Salazar Midero, B. J. (2023). *Diseño de una extensión universitaria con implementación de arquitectura vernácula en el cantón San Lorenzo Esmeraldas* (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2023.).
- Véliz, T., Gonzales, C. V., Silva, M., & Escobedo, R. (2020). Gestión de prácticas eco amigables con el medio ambiente en supermercados: una percepción de estudiantes universitarios y gerentes. *Revista Innova Educación*, 2(3), 474-490.
- Verona Guerrero, J. F. (2021). Gestión de recojo de residuos sólidos para fortalecer la cultura ambiental en la Institución Educativa N° 16006 “Cristo Rey”–Jaén.
- Zamar, M. D. G., Segura, E. A., Padilla, A. H. M., & García, L. M. (2021). Innovación universitaria y creatividad para la mejora sostenible de ecologías emocionales de aprendizaje. Ediciones Octaedro.

Este texto está protegido bajo una licencia internacional Creative Commons 4.0.



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