Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela. ULA
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. FACES
Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial. Cide

**Año 23 • N° 02 • Julio – Diciembre 2024**
p-ISSN 1317-8822
e-ISSN 2477-9547

https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

# Visión gerencial

**Revista del Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE)**

23

# Visión gerencial

Año 23 • N° 02 • Julio – Diciembre 2024

p-ISSN 1317-8822
e-ISSN 2477-9547

https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

Depósito Legal pp 200102me1179 / ISSN 1317-8822

Es una publicación de carácter científico, según la normativa del Consejo de Desarrollo Científico Humanístico y Tecnológico de la Universidad de Los Andes

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR:** Mario Bonucci Rossini
**VICERRECTOR ACADÉMICO:** Patricia Rosenzweig Levy
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:** Manuel Aranguren Rincón
**SECRETARIO:** José María Andérez
**DIRECTOR CDCHTA:** Alejandro Gutiérrez
**JEFE EDITORIAL DEL CDCHTA:** Mariela Ramírez
**DECANO FACES:** Raúl Guillermo Huizzi Gamarra
**DIRECTORA CIDE**: Marlene Peñaloza de García
**COORDINADOR DE EXTENSIÓN**: Francisco Antonio García Santiago
**EDITORA:** Marysela Coromoto Morillo Moreno

**Consejo Editorial**

Kleber Luna Altamirano, Universidad Católica de Cuenca (UCACUE), Ecuador
Carlos Castilla Gutiérrez, Universidad de La Laguna, España
Flora María Díaz Pérez – Universidad de La Laguna (España)
Carlos Eduardo Méndez Álvarez, Universidad del Rosario (UR), Colombia
César Enrique Mora Contreras, Universidad de Los Andes (ULA) Mérida, Venezuela.
Diego Cisneros Quintanilla, Universidad Católica de Cuenca, Ecuador
Eleonora Peliza, Universidad Tres de Febrero (UNTREF), Argentina
José Antonio Álvarez , Universidad de La Laguna, España
José Jaime Ronzón Contreras, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), México
José Sánchez Pérez, Universidad de La Laguna, España
Juan Carlos Delgado Barrios, Universidad de Los Andes (ULA), Venezuela.
Magda Francisca Cejas Martínez, Universidad de Las Fuerzas Armadas (ESPE), Ecuador
Mariana del Valle Buitrago Rodríguez, Universidad de Los Andes (ULA), Venezuela.
Miguel Ángel Sastre Castillo, Universidad Complutense de Madrid, España
Olga Gonzalez Morales – Universidad de La Laguna, España.
María Auxiliadora Briceño - Universidad de Los Andes, Venezuela.
Osvaldo Agustín Marcón, Universidad Nacional del Litoral (UNL), Argentina
Sandra Rolim Ensslin, Universidad de Santa Catarina, Brasil
Vidigal Fernandes Martins, Universidade Fereral de Uberlândia (UFU), Brasil
Ricardo José Pahlen Acuña, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina
Jaime Tinto A., Universidad Católica de Cuenca (UCAECUE), Ecuador
Juan Carlos Leiva, Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC), Costa Rica
Daniel Ramírez Calderón - Universidad de Los Andes (ULA), Venezuela.
Lisbeth Cathiana Pailacho Bolaños – Universidad de Sevilla, España.

**Coordinador editorial – Editor Jefe**

Marysela Coromoto Morillo Moreno –
Universidad de Los Andes (Venezuela)

**Comité Editorial**

Marlene Peñaloza - Universidad de Los Andes (Venezuela)
Cecilia García Muñoz - Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México)
Ismaira Josefina Contreras de Ussher - Universidad de Los Andes (Venezuela)
María Auxiliadora Briceño - Universidad de Los Andes (Venezuela)
Fernando de Almeida Santos, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil)
María Lilinana Quintero Rizzuto - Universidad de Los Andes (Venezuela)
Flora María Díaz Pérez- Universidad de La Laguna (España)
Francklin Rivas-Echeverría - Universidad Técnica Federico Santa María (Chile)

**Comité de arbitraje para la presente edición**

Melissa Maiella - Universidad de Los Andes (Venezuela)
Eriván José Rondón V. – Universidad de Los Andes (Venezuela).
Ghelly Ramírez Moreno – Universidad de Los Andes (Venezuela).
Raquel Marquenz - Universidad de Los Andes (Venezuela).
Francklin Rivas Echevería - Universidad Técnica Federico Santa María (Chile)
Marysela C. Morillo Moreno – Universidad de Los Andes (Venezuela)
Marling Cormoto Rojas - Universidad de Los Andes (Venezuela).
Laura Daniela Vidal U. - Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México).
Lisbeth Cathiana Pailacho Bolaños – Universidad de Sevilla (España).

**Traducción y corrección:**
Prof. Maya Rosa Scortinio Contreras - Universidad de Los Andes (Venezuela).
Prof. José Manuel Plata - Universidad de Los Andes (Venezuela).

Fuentes de Financiamiento: Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial, de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de Los Andes.
Se agradece además el aopoyo institucional del CDCHTA, de la Universidad de Los Andes por la permanente ayuda y colaboración para la publicación de esta revista, apoyo sin el cual sería imposible desarrollar esta labor.

**Indización y registro nacional e internacional**

- Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades –CLASE – BIBLAT – México.
- Sistema de Información sobre las revistas de investigación científica: LATINDEX- Directorio - México
- Sistema de indización y Biblioteca Electrónica: REVENCYT – Clase A-
- Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal –**REDALYC-**.
- Directory of Open Access Journalds – DOAJ –
- Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico –REDIB-
- Matriz de Información para el Análisis de Revistas – MIAR-
- The European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences - ERIH PLUS-
- Emerging Sources Citation Index de Thomson Reuters – ESCI –
- Amelica –Conocimiento Abierto para América Latina y el Sur Global-
- Actualidad Iberoamericana. Google Scholar Metrics.




**Visión Gerencial** como revista arbitrada e indizada, de periodicidad semestral y órgano de divulgación de productos científicos, tiene por finalidad promover la discusión sobre temas de actualidad relacionados con las organizaciones, aplicados a las ciencias administrativas y hallazgos de las ciencias sociales en general. El eje temático sobre el cual versa el contenido de esta revista, tiene un espectro amplio de utilidad a lectores de variada naturaleza, como investigadores, docentes, estudiantes de pre y postgrado de las ciencias sociales, gerentes, profesionales y demás interesados en las ciencias administrativas y sus aplicaciones. La revista recibe durante todo el año trabajos inéditos y originales que versen sobre temas relativos a la gerencia, como aportes teóricos y empíricos con enfoques locales y/o internacionales. También recibe trabajos en áreas afines a las ciencias administrativas (economía, contaduría, estadística, sociología, psicología, informática, filosofía, legales y jurídicas y políticas, matemáticas, etc.) siempre que aporten al estudio de la gerencia.

23

visión gerencial
revista del centro de investigaciones y desarrollo empresarial cide

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • N° 2 Julio – Diciembre 2024 •
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

visión gerencial

# ÍNDICE - TABLA DE CONTENIDO

EDITORIAL ..... 128-129

**Informes de investigación y estudios de caso**

**Análisis cuantitativo del impacto de la transformación digital en la competitividad de las PYMES**
*Eucaris del Carmen Agüero Corzo, Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Venezuela,* y Roberto Carlos Dávila-Morán, Universidad Continental, Perú
***Recibido:*** *10-04-24* ***Revisado:*** *30-05-24* ***Aceptado:*** *18-07-24* ..... 130-138

**Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico**
José Álvaro Alarcón García y Franklin Deiber Buitrago Echeverry, Universidad Autónoma de Manizales, Colombia; y Flor Marlen Ávila Guerrero, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
**Recibido:** 11-11-23 **Revisado:** 30-01-24 **Aceptado:** 01-04-24 ..... 139-153

**Análisis del gobierno corporativo por grupos etarios en las cooperativas financieras populares y solidarias en Ecuador**
Wilmer Medardo Arias-Collaguazo, Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ambato – Ecuador; Olga Germania Arciniegas-Paspuel, Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero. Ibarra – Ecuador; Sary del Rocío Álvarez-Hernández, Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ambato – Ecuador; y Wendy Vanessa Jácome-Pavón, Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero, Ecuador.
**Recibido:** 13-03-24 **Revisado:** 30-03-24 **Aceptado:** 12-07-24..... 154-167

**Percepciones de los jóvenes sobre la atención al cliente a través de medios electrónicos previo a la nueva normalidad COVID-19**
Roberto José Baskin Totesaut. *Universidad Simón Bolívar, Caracas - Venezuela.*
**Recibido:** 12-12-23 **Revisado:** 28-02-24 **Aceptado:** 26-04-24..... 168-180

**Estrategias y prácticas de responsabilidad social en el contexto universitario: Estudio de caso en la Universidad Nacional Agraria de La Selva, Perú**
Víctor Chacón López, Misael Alvarado Paucar, y David Ancobar Berrospi, *de la* Universidad Nacional Agraria de la Selva, Perú.
**Recibido:** 10-01-24 **Revisado:** 03-03-24 ***Aceptado*:** 04-05-24 ..... 181-192

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 2 Julio – Diciembre 2024 •
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

**Capacidad emprendedora percibida por los estudiantes de universidades privadas y públicas de Perú**
Roberto Carlos Dávila-Morán, Universidad Continental, Perú
**Recibido:** 10-04-24 **Revisado:** 30-05-24 ***Aceptado*:** 18-07-24 ..... 193-202

**Gobierno Corporativo: Un Análisis por Género en el Sector Financiero Popular y Solidario de Ecuador**
Jenny Fernanda Enríquez Chugá, Universidad Técnica del Norte, Ecuador; Ruth Gabriela Enríquez Chugá, Instituto Tecnológico Universitario ITCA, Ecuador; Tuli Aracelly García Arciniegas y Alexandra Antonieta Mena Vásquez, Universidad Técnica del Norte, Ecuador
**Recibido:** 13-10-23 **Revisado:** 11-12-23 ***Aceptado*:** 14-02-24 ..... 203-216

**Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos**
Edmundo Lizarzaburu Bolaños, Universidad Esan, Perú; Conrado Diego García Gómez, Universidad de Valladolid, Perú; y Hugo Gustavo Florez Alata, Pontificia Universidad Católica del Perú
**Recibido:** 14-02-24 **Revisado:** 10-03-24 ***Aceptado*:** 28-05-24..... 217-233

**Responsabilidad social de los estudiantes universitarios desde la formación profesional**
Josefa Melgar Bayardo, Patricia Ramos Rubio y Marie Leiner De La Cabada, *de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez* 234-248
**Recibido:** 29-02-24 **Revisado:** 18-03-24 ***Aceptado*:** 28-06-24.....

**Modelo de recursos en el rendimiento laboral del teletrabajo en México**
Javier Pérez Durán, José Marcos Bustos Aguayo, y María Cristina Vanegas Rico, de la Universidad Nacional Autónoma de México; y Cristina Barrientos Durán, de la Universidad La Salle Nezahualcóyotl, México
**Recibido:** 30-01-24 **Revisado:** 18-03-24 **Aceptado:** 13-06-24..... 249-270

**Profesionalización en Turismo a través de la educación inclusiva en espacios colaborativos**
Nancy Testón Franco, Aide Maricel Carrizal Alonso y Sonia Gayosso Mexia, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México 271-280
**Recibido:** 10-12-23 **Revisado:** 30-01-24 **Aceptado:** 13-05-24.....

**Comunciaciones cortas**

**Desafíos de la gestión editorial universitaria**
María Teresa Celis y Armando Rodríguez Rodríguez, de la Universidad de Los Andes – Venezuela
**Recibido:** 14-02-24 **Revisado:** 30-03-24 **Aceptado:** 20-05-24 ..... 281-283

**Normas de la revista** ..... 284-292

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • N°02 • Julio - Diciembre – 2024 • pp. 128- 129
Editorial
Morillo, M.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

visión gerencial

# EDITORIAL

Para el Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de Los Andes, es un honor presentar un nuevo número, en su edición N° 23, de la Revista Visión Gerencial, donde se exponen en su mayoría reportes de investigaciones en temáticas de vanguardia y de estrecha vinculación a las Ciencias Administrativas. En esta oportunidad las temáticas se agrupan, en torno al emprendimiento, la digitalización, las finanzas populares y solidarias, la inclusión, y la gestión universitaria desde la responsabilidad social. Tales reportes de investigación representan aportes a los esfuerzos investigativos que se realizan constantemente en la sección de investigación del CIDE. Estos aportes, a su vez, cuentan con el apoyo de un valioso equipo de árbitros, revisores y asesores, que minuciosamente seleccionan los trabajos a ser presentados en la revista.

Para iniciar, en materia de digitalización, automatización y servicios electrónicos aplicados a la gerencia, se presenta un análisis cuantitativo descriptivo del impacto de la transformación digital en la competitividad de las Pymes, en Perú, como un estudio en la operatividad de las empresas. Desde el punto de vista del marketing y la atención al cliente, en Venezuela, se muestra el resultado de un estudio sobre las percepciones que tiene los jóvenes consumidores sobre la atención dada a los clientes a través de medios electrónicos, durante la etapa inmediata y posterior al COVID-19. Finalmente, en materia de digitalización, el presente número de la revista, aborda el tema del teletrabajo mexicano, y la digitalización de la gestión editorial; el primero aplica un modelo para estudiar los factores que han impactado en el rendimiento del teletrabajo en México; mientras que el segundo, expone la necesidad de la transformación de la gestión editorial universitaria, a partir del libro digital, tomando como caso particular la gestión editorial ejercida desde la Universidad de Los Andes, de Venezuela.

En materia de emprendimiento, el presente número contiene el resultado de dos investigaciones; la primera, es un estudio documental basado en un análisis bibliométrico sobre las principales tendencias del emprendimiento en Latinoamérica, según el conocido *Global Entrepreneurship Monitor*; en segundo trabajo, es un estudio descriptivo y comparativo que mide la capacidad emprendedora percibida por los estudiantes de dos universidades peruanas.

Sobre las finanzas solidarias y los tópicos inclusivos, se presenta un primer trabajo que analiza la ocupación de altos cargos gerencial en las cooperativas financieras populares y solidarias en Ecuador, según las edades

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • N°02 • Julio - Diciembre – 2024 • pp. 128- 129
Editorial
Morillo, M.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

de sus ocupantes o grupos etarios; un segundo trabajo, aborda el caso del gobierno corporativo en el sector financiero popular y solidario de Ecuador, mediante un análisis por género. Finalmente, en materia de inclusión, se muestra una investigación documental acompañada de una importante reflexión sobre la problemática de la integración de la migración venezolana en Perú, con miras a la provisión de servicios básicos.

Finalmente, para tratar la temática de la gestión responsabilidad social universitaria, se expone un caso de estudio aplicado a la Universidad Nacional Agraria de La Selva, de Perú, en el cual se presentan las estrategias y prácticas de responsabilidad social en el contexto universitario; en el mismo sentido, se estudia la formación profesional en responsabilidad social de los estudiantes universitarios mexicanos, así como una novedosa estrategia de profesionalización en turismo a través de la educación inclusiva en espacios colaborativos, desarrollada en el contexto mexicano.

Agradecemos altamente los aportes de los profesores que han participado en calidad de árbitros en el presente número, los cual sin escatimar esfuerzos, han dedicado muchas horas a la revisión detallada de cada trabajo; igualmente, agradecemos a los correctores, traductores y equipo técnico de apoyo, sin los cuales no sería posible la publicación de la revista.

**Dra. Marysela Coromoto Morillo Moreno**
*Editor - Jefe*

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 130-138
Análisis cuantitativo del impacto de la transformación digital en la competitividad de las PYMES
Dávila, R. y Agüero, E.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.01

visión gerencial

# Análisis cuantitativo del impacto de la transformación digital en la competitividad de las PYMES

**Roberto Carlos Dávila-Morán**[1]
Universidad Continental, Perú
https://orcid.org/0000-0003-3181-8801
rdavilam@continental.edu.pe

**Eucaris del Carmen Agüero Corzo**[2]
Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Venezuela
https://orcid.org/0000-0003-4587-3852
caricorzo@gmail.com

## Resumen

En la era digital, la transformación digital se ha convertido en un factor crucial para el éxito y la supervivencia de las pequeñas y mediana empresas (Pymes). Este artículo presenta un análisis cuantitativo descriptivo del impacto de la transformación digital en la competitividad de las Pymes, en Perú. Para llevar a cabo este estudio, se recopilaron datos de una muestra representativa de Pymes de diferentes sectores industriales, de Perú. Los resultados revelan que un alto porcentaje de las Pymes participantes han adoptado tecnologías digitales en sus procesos empresariales. Se encontró que el comercio electrónico fue la tecnología más utilizada, seguida del marketing digital y la automatización de procesos. Esta tendencia indica una clara inclinación hacia la digitalización de las operaciones de las Pymes. Descriptivamente se observó que aquellas empresas que implementaron de manera más amplia y efectiva las tecnologías digitales mostraron mayores índices de cuota de mercado, rentabilidad y satisfacción del cliente. Estos resultados respaldan la importancia de la transformación digital como una estrategia clave para mejorar la competitividad empresarial. Además, se observó que la transformación digital generó impactos positivos en la eficiencia operativa de las Pymes. Se encontró que aquellas Pymes estudiadas que han adoptado tecnologías digitales han experimentado una reducción en los tiempos de producción, una mayor precisión en los procesos y una optimización de los recursos. En estas empresas, la transformación digital les permitió expandir su alcance y acceder a nuevos mercados, a través de la implementación de estrategias de comercio electrónico y marketing digital. Por último, se constató que la transformación digital les otorgó a las Pymes estudiadas una mayor capacidad para competir con empresas más grandes, posiblemente al mejorar la calidad de sus productos y servicios, ofrecer una experiencia del cliente personalizada y establecer alianzas estratégicas.

**Palabras clave:** transformación digital, competitividad, pymes, impacto cuantitativo, tecnologías digitales.

## *Quantitative analysis of the impact of digital transformation in the competitiveness of SMEs*

***Abstract***

*In the digital era, digital transformation has become a crucial factor for the success and survival of small and medium-sized businesses (SMEs). This article presents a descriptive quantitative analysis of the impact of digital transformation on the competitiveness of SMEs, in Perú. To carry out this study, data was collected from a representative sample of SMEs from different industrial sectors, of Perú. The results reveal that a high percentage of participating SMEs have adopted digital technologies in their business processes. It was found that e-commerce was the most used technology, followed by digital marketing and process automation. This trend indicates a clear inclination towards the digitalization of SME operations. Descriptively, it was observed that those companies that implemented digital technologies more widely and effectively showed higher market share, profitability and customer satisfaction rates. These results support the importance of digital transformation as a key strategy to improve business competitiveness. In addition, it was observed that the digital transformation generated positive impacts on the operational efficiency of SMEs. It was found that those SMEs studied that have adopted digital technologies have experienced a reduction in production times, greater precision in processes and optimization of resources. In these companies, digital transformation allowed them to expand their reach and access new markets, through the implementation of e-commerce and digital marketing strategies. Finally, it was found that digital transformation gave the SMEs studied a greater ability to compete with larger companies, possibly by improving the quality of their products and services, offering a personalized customer experience and establishing strategic alliances.*

***Keywords:*** *digital transformation, competitiveness, SMEs, quantitative impact, digital technologies.*

**Recibido:** 10-04-24
**Revisado:** 30-05-24
***Aceptado*:** 18-07-24

## Cómo citar este trabajo:

Dávila, R. y Agüero, E. (2024). Análisis cuantitativo del impacto de la transformación digital en la competitividad de las PYMES. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 130-138. Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.01

[1] Ingeniero industrial. Magíster en Ingeniería Química, Mención: Gerencia de la Calidad y Desarrollo Humano, de la Universidad Nacional del Callao. Líneas de investigación: Ingeniería, Salud Publica, Administración y Educación a distancia. Amplia experiencia en diversos proyectos de investigación de carácter multidisciplinario, en el ámbito de la ingeniería industrial. Autor de artículos en revistas científicas indexadas, internacionales.

https://scholar.google.com/citations?user=- PzTgrQAAAAJ&hl=es

[2] Magíster en Educación Superior. Ingeniera Geodesta. Docente e Investigadora de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), Venezuela.

## 1. Introducción

En el entorno empresarial, la transformación digital actualmente ha emergido como un factor clave para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) (Ordóñez, 2019). La adopción de tecnologías digitales y la reconfiguración de los procesos de negocio han demostrado tener un impacto significativo en la eficiencia operativa, la expansión de mercado y la capacidad para competir con empresas más grandes (Cuevas & Parga, 2018). Sin embargo, aunque existe una creciente evidencia de los beneficios potenciales de la transformación digital, es necesario realizar un análisis cuantitativo riguroso para comprender mejor su impacto real en la competitividad de las Pymes.

Dentro de este contexto, es crucial comprender el papel fundamental que desempeñan las Pymes en la economía, y cómo su éxito en la era digital no solo impulsa su propio crecimiento, sino que también contribuye al desarrollo económico en general (Rodrigues et al., 2021). Las pequeñas y medianas empresas (pymes) han desempeñado un papel fundamental en el fortalecimiento de la competencia, la innovación y la productividad general. Además, han servido como un importante canal para que los emprendedores aporten de manera constante ideas innovadoras y habilidades a la economía (Al-Haddad et al., 2019).

A pesar de que la crisis económica ha impactado a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en todo el mundo, su capacidad y flexibilidad para adaptarse se han convertido en una herramienta clave para enfrentar este desafío y asegurar su supervivencia, al mismo tiempo que contribuirá al crecimiento económico y la generación de empleo de manera simultánea (Robu, 2013). Las Pymes fomentan la innovación, la iniciativa y el espíritu emprendedor a nivel global. Gracias a su estructura organizativa, muestra una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación, especialmente durante períodos de crisis (Stefanović et al., 2009).

El objetivo de este estudio fue realizar un análisis cuantitativo del impacto de la transformación digital en la competitividad de las Pymes. A través de la recopilación de datos y el análisis de variables relevantes, se buscó obtener una comprensión más profunda de como la transformación digital influye en diversos aspectos de la competitividad empresarial. Este análisis cuantitativo permitió identificar patrones, correlaciones y tendencias que ayudan a respaldar la importancia estratégica de la transformación digital para las Pymes.

Para llevar a cabo este estudio, se utilizó una metodología rigurosa que combinó la recopilación de datos cuantitativos de una muestra representativa de Pymes y el análisis estadístico de las variables relacionadas con la transformación digital y la competitividad. Se consideraron indicadores como la eficiencia operativa, los costos, el acceso a nuevos mercados y la capacidad de competir con empresas más grandes. Estos datos nos permitieron evaluar el impacto real de la transformación digital en la competitividad de las Pymes de manera cuantitativa y objetiva.

Los resultados de este análisis cuantitativo proporcionan una visión más precisa y fundamentada sobre como la transformación digital impacta en la competitividad de las Pymes. Además, servirán como una guía práctica para las Pymes que deseen embarcarse en este proceso, brindando recomendaciones y directrices basadas en evidencia empírica. A través de este estudio, esperamos contribuir al conocimiento existente sobre la importancia estratégica de la transformación digital y su impacto en la competitividad empresarial.

## 2. Marco Teórico

### 2.1. Transformación digital y competitividad empresarial

La transformación digital se refiere al proceso de integrar tecnologías digitales en todos los aspectos de una organización, redefiniendo la forma en que opera y crea valor (Valderrama, 2019). En la era digital actual, esta transformación se ha vuelto crucial para que las empresas puedan adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio y mantener su competitividad (Ávila et al., 2023).

De acuerdo con Kraus et al. (2021), la digitalización está transformando los negocios a nivel mundial debido a la influencia de la globalización. Por su parte, Bai et al. (2021), señalan

que incorporar la digitalización y la sostenibilidad en los planes estratégicos de las organizaciones.

Por su parte, Gong & Ribiere (2021), argumentan que la transformación digital se refiere a una transformación de gran envergadura, impulsada por la implementación creativa de tecnologías digitales y la utilización estratégica de recursos y capacidades esenciales, con el propósito de generar una mejora profunda en una entidad y redefinir la propuesta de valor que ofrece a todas sus partes interesadas.

La competitividad empresarial se refiere a la capacidad de una organización para sobresalir en su mercado y superar a sus competidores (Silva et al., 2020). Implica la capacidad de ofrecer productos o servicios de alta calidad, diferenciarse de la competencia, satisfacer las necesidades de los clientes de manera eficiente y lograr una rentabilidad sostenible (Farida & Setiawan, 2022).

Para Gorynia & Łaźniewska (2009), la competitividad es un concepto complejo y versátil que abarca múltiples aspectos y criterios. La literatura especializada en este tema aborda la competitividad desde diferentes enfoques y en el marco de diversas teorías económicas. En esencia, puede ser analizada desde dos perspectivas principales: i) como una característica y consecuencia de las acciones emprendidas, y ii) como una secuencia de acciones planificadas e implementadas (cambios) que suceden de manera consecutiva, están interconectadas entre sí y se desarrollan dentro de un período de tiempo determinado.

Dentro de este contexto, la competitividad se entiende como una cualidad relativa, cuyo significado depende de las relaciones específicas entre un objeto en cuestión y otros objetos en términos de características comparativas. Esta comparación puede estar vinculada a los estándares utilizados para evaluarla (Ahmedova, 2015).

La transformación digital puede tener un impacto significativo en la competitividad de las Pymes. Al adoptar tecnologías digitales, las Pymes pueden mejorar la eficiencia operativa, reducir costos, acceder a nuevos mercados y ampliar su base de clientes (Shehadeh et al., 2023). La automatización de procesos, el comercio electrónico, el marketing digital y la inteligencia artificial son solo algunas de las tecnologías digitales que pueden impulsar la competitividad de las Pymes (Rupeika et al., 2022).

### 2.2. Características y desafíos de las Pymes frente a la competitividad y la tecnología digital

Las Pymes presentan características distintivas, como su tamaño reducido, recursos limitados y estructuras organizativas flexibles (Kaczmarek, 2022). Estas características pueden influir en su competitividad y su capacidad para llevar a cabo la transformación digital. Las Pymes enfrentan desafíos específicos, como la falta de acceso a recursos financieros, la limitada capacidad de investigación y desarrollo, y la competencia con grandes empresas (Prasanna et al., 2019). Es importante comprender estos desafíos, para diseñar estrategias de transformación digital adaptadas a las necesidades de las Pymes.

En el marco de la transformación digital, existen diversas tecnologías digitales relevantes para las Pymes. Estas incluyen el comercio electrónico, el marketing digital, la automatización de procesos, la inteligencia artificial y el análisis de datos (Vrontis et al., 2022). Cada una de estas tecnologías puede tener un impacto significativo en diferentes aspectos de la competitividad de las Pymes, como la eficiencia operativa, la innovación, la gestión de la cadena de suministro y la experiencia del cliente (Brodny & Tutak, 2022). Es fundamental identificar las tecnologías más adecuadas para cada PYME y aprovechar su potencial para mejorar la competitividad (Ta & Lin, 2023).

Se han realizado investigaciones pertinentes sobre la transformación digital y la competitividad de las Pymes, que respaldaron el desarrollo de esta investigación. Entre estos estudios se incluyen:

Rupeika et al. (2022), quienes efectuaron un estudio con el propósito de reconocer las acciones de apoyo público que las Pymes requieren, y así proporcionar asesoramiento a los responsables políticos para facilitar una implementación exitosa de la transformación digital, donde participaron 425 Pymes letonas. Los hallazgos de esta investigación revelan que muchas Pymes reconocen necesitar varios tipos de ayuda para afrontar la transformación digital, y consideran que el respaldo financiero directo del gobierno o de los fondos de la Unión Europea, junto con los incentivos fiscales, desempeñan un papel fundamental. Identificó

diferencias estadísticamente significativas en las necesidades de apoyo público entre las Pymes , dependiendo de su tamaño y capacidad para gestionar la transformación digital de manera independiente.

Asimismo, Teng et al. (2022), en una indagación realizó un análisis empírico del desempeño de las Pymes en proceso de transformación digital. Realizaron entrevistas y se evaluaron 335 cuestionarios; los resultados reportan que la transformación digital muestra una correlación positiva con el rendimiento y actúa como mediador del impacto de las estrategias de transformación digital en el rendimiento.

Adicionalmente, Shehadeh et al. (2023), examinó el impacto de la transformación digital en la ventaja competitiva y el papel mediador de la orientación empresarial. Los resultados indicaron que la transformación digital no solo tiene un impacto en la ventaja competitiva, también afecta la orientación empresarial. Además, encontró que la orientación empresarial juega un papel mediador importante en la relación entre la transformación digital y la ventaja competitiva.

## 3. Materiales y Métodos

En este estudio, se utilizó un enfoque cuantitativo descriptivo (Hernández & Mendoza, 2018) para analizar el impacto de la transformación digital en la competitividad de las Pymes. A continuación, se describe la metodología utilizada para llevar a cabo este análisis:

Se empleó un diseño de investigación transversal (Arias, 2016). Se seleccionó una muestra de Pymes de diferentes sectores y ubicaciones geográficas del país para garantizar la diversidad, constituida por 61 Pymes peruanas.

La selección de la muestra de realizó utilizando una combinación de muestreo aleatorio simple y estratificado. En primer lugar, se generó una lista de empresas Pymes en diferentes sectores económicos. A partir de esta lista, se seleccionó aleatoriamente un número adecuado de Pymes para cada estrato, considerando variables como el tamaño de la empresa y su ubicación geográfica. Esto permitió obtener una muestra diversa y representativa de las Pymes en el estudio.

Se diseñó un cuestionario estructurado y validado por juicio de expertos (Ñaupas et al., 2014) para recopilar datos relevantes sobre la transformación digital y la competitividad de las Pymes. El cuestionario incluyó preguntas que abordaron diferentes dimensiones de la transformación digital, como la adopción de tecnologías digitales, la capacitación de empleados en habilidades digitales, la gestión de datos y la implementación de estrategias de marketing digital. También se incluyeron ítems relacionados con la competitividad empresarial, como la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y el rendimiento financiero.

Una vez diseñado el cuestionario, se procedió a su administración. Los investigadores visitaron personalmente las Pymes seleccionadas y realizaron entrevistas con los responsables designados. Se explicó el propósito del estudio y se solicitó la colaboración de las Pymes para completar el cuestionario. Se garantizó la confidencialidad y la privacidad de los datos recopilados.

Una vez recopilados los datos, se realizó un análisis estadístico exhaustivo utilizando software especializado SPSS. Se emplearon técnicas estadísticas descriptivas para examinar la distribución de las variables y obtener medidas resumen, a través de tablas de contingencia, apropiadas para interpretar los resultados.

Se realizó una verificación cruzada de los datos recopilados, para garantizar su precisión y confiabilidad. Se llevaron a cabo procedimientos de verificación y validación para identificar posibles errores o sesgos en los datos. Asimismo, se aplicaron técnicas de limpieza de datos para eliminar valores atípicos o inconsistentes.

## 4. Resultados

El análisis descriptivo realizado reveló importantes hallazgos sobre el impacto de la transformación digital en la competitividad de las Pymes. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

En la Tabla N° 1 se observa que un alto porcentaje de Pymes participantes en el estudio han adoptado tecnologías digitales en sus procesos empresariales. Se encontró que el comercio electrónico fue la tecnología digital más utilizada por las Pymes, con un 60% de las empresas que han implementado plataformas de ventas en línea. En

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 130-138
Análisis cuantitativo del impacto de la transformación digital en la competitividad de las PYMES
Dávila, R. y Agüero, E.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.01

segundo lugar, se encuentra el marketing digital, con un 45% de las Pymes, que han invertido en estrategias de marketing digital. Además, se observó que el 30% de las Pymes han automatizado sus procesos a través de herramientas de automatización de procesos. Esta adopción de la automatización refuerza la búsqueda de eficiencia y optimización de recursos por parte de las Pymes.

**Tabla N° 1. Adopción de tecnologías digitales en las PYMES participantes**

| Tecnología Digital | Porcentaje de Pymes que la han adoptado |
|---|---|
| Comercio electrónico | 60% |
| Marketing Digital | 45% |
| Automatización de Procesos | 30% |

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la Tabla N° 2, construida como tabla de contingencias, muestra una posible relación positiva entre el nivel de transformación digital y la competitividad de las Pymes. Las empresas que han implementado de manera más amplia y efectiva las tecnologías digitales han logrado mayores índices de cuota de mercado, rentabilidad y satisfacción del cliente. En la Tabla N° 2, se observa descriptivamente que las empresas con un alto nivel de transformación digital tienen una cuota de mercado significativamente mayor (78%) en comparación con aquellas con nivel medio (55%) y bajo (40%). Esto sugiere que la implementación de tecnologías digitales esta probablemente relacionada con una mayor capacidad de captar clientes y competir en el mercado.

Además, las empresas con un alto nivel de transformación digital también han logrado una mayor rentabilidad, con un promedio del 15%. En contraste, las empresas con niveles medio y bajo de transformación digital obtuvieron una rentabilidad promedio del 9% y 5% respectivamente. Esto indica que la adopción de tecnologías digitales puede contribuir a mejorar la eficiencia operativa y reducir costos, lo que a su vez impacta positivamente en la rentabilidad de las Pymes. La satisfacción del cliente es otro indicador importante de competitividad. Los resultados muestran descriptivamente que las empresas con un alto nivel de transformación digital lograron una alta satisfacción del cliente, con un promedio del 92%. En comparación, las empresas con niveles medio y bajo de transformación digital obtuvieron una satisfacción del cliente promedio del 79% y 63% respectivamente. Esto podría representar que la implementación de tecnologías digitales permite ofrecer una mejor experiencia al cliente, brindando mayor eficiencia y personalización en los productos y servicios.

**Tabla N° 2. Transformación digital y la competitividad de las PYMES**

| Nivel de transformación Digital | Cuota de Mercado | Rentabilidad (%) | Satisfacción del cliente (%) |
|---|---|---|---|
| Alto | 78 | 15 | 92 |
| Medio | 55 | 9 | 79 |
| Bajo | 40 | 5 | 63 |

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados muestran un indicio que las Pymes que adoptaron tecnologías digitales experimentaron una reducción significativa en los tiempos de producción, lo que les permitió ser mas eficientes en sus operaciones. En la Tabla N° 3, se observa que las tecnologías digitales adoptadas, como el comercio electrónico, la automatización de procesos y el marketing digital, pueden tener un impacto positivo en la eficiencia operativa. Por ejemplo, se encontró que las empresas que han implementado el comercio electrónico han reducido el 15% en sus tiempos de producción, lo que implica una mayor agilidad y capacidad de respuesta ante la demanda del mercado. Además, se observó en estas empresas una mejora del 12% en la precisión de los procesos, lo que contribuyó a una mayor calidad en la ejecución de tareas. Por último, lograron una optimización del 20% en los recursos utilizados (rendimiento y minimización del desperdicio).

Los resultados pueden ser indicio de que la implementación de tecnologías digitales, como el comercio electrónico y el marketing digital, permite a las Pymes acceder a nuevos mercados y expandir su base de clientes. En la Tabla N° 4, descriptivamente, se observa que un alto porcentaje de las empresas participantes lograron

expandir su alcance y llegar a audiencias que antes no tenían acceso. Por ejemplo, las empresas que han adoptado el comercio electrónico han experiementado un acceso al 35% de nuevos mercados, mientras que el marketing digital facilitó el acceso al 45% de nuevos mercados. Además, registraron un incremento significativo en la base de sus clientes, gracias a la adopción de estas tecnologías, contribuyendo a un incremento sostenido de sus operaciones.

**Tabla N° 3. Adopción de tecnologías digitales y la eficacia operativa**

| Tecnologías Digitales Adoptadas | Reducción en los tiempos de producción (%) | Mejora en la precisión de los procesos (%) | Optimización de los recursos (%) |
|---|---|---|---|
| Comercio electrónico | 15 | 12 | 20 |
| Automatización de procesos | 10 | 8 | 15 |
| Marketing digital | 12 | 10 | 18 |

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la Tabla N° 5, descriptivamente muestran que las Pymes que implementaron con éxito la transformación digital lograron mejorar la calidad de sus productos y servicios en un porcentaje significativo. Esto les pudo haber permitido competir en igualdad de condiciones con empresas más grandes en términos de calidad y ofrecer propuestas de valor atractivas para los clientes. Además, se observó un incremento en la satisfacción del cliente, lo que puede indicar que las tecnologías digitales les permitieron brindar una experiencia más personalizada y ágil. Por último, se registró un porcentaje de empresas que establecieron alianzas estratégicas con otras organizaciones del sector, estas colaboraciones fomentaron la innovación y la generación de ideas, fortaleciendo así la competitividad de las Pymes en el mercado.

**Tabla N° 4. Adopción de tecnologías digitales y el acceso a nuevos mercados y ampliación de la base de clientes**

| Tecnologías Digitales Adoptadas | Porcentaje de acceso a nuevos mercados (%) | Incremento en la base de clientes (%) |
|---|---|---|
| Comercio electrónico | 35 | 20 |
| Marketing digital | 45 | 25 |
| Automatización de procesos | 20 | 12 |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla N° 5. Proporción de la adopción de tecnologías digitales y la competencia con empresas más grandes**

| Nivel de transformación Digital | Mejora en la calidad de productos/servicios (%) | Incremento en la satisfacción del cliente (%) | Establecimiento de alianzas estratégicas (%) |
|---|---|---|---|
| Comercio electrónico | 30 | 25 | 15 |
| Marketing digital | 40 | 35 | 20 |
| Automatización de procesos | 20 | 15 | 10 |

Fuente: Elaboración propia.

## 5. Discusión

Los resultados revelan importantes hallazgos sobre el impacto de la transformación digital en la competitividad de las Pymes. Estos resultados tienen implicaciones significativas para el desarrollo y crecimiento de las empresas en un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico. A continuación, se analizan los principales hallazgos y se discuten sus implicaciones:

En primer lugar, la Tabla N° 1 muestra que un alto porcentaje de las Pymes participantes en el estudio han adoptado tecnologías digitales en sus procesos empresariales, siendo el comercio electrónico y el marketing digital las más utilizadas. Esta alta adopción de tecnologías digitales indica que las empresas están reconociendo la importancia de la digitalización para mejorar sus operaciones y competir en el mercado. La adopción de estas tecnologías refuerza la búsqueda de eficiencia y optimización de recursos por parte de las Pymes, lo que les permite alcanzar una mayor eficacia en sus actividades comerciales.

En relación con el impacto de la transformación digital en la competitividad, los resultados de la Tabla N° 2 muestran una posible relación positiva entre el nivel de transformación digital y el desempeño competitivo de las Pymes. Aquellas empresas con un alto nivel de transformación digital lograron una cuota de mercado significativamente

mayor en comparación con aquellas con niveles medio y bajo de transformación digital. Además, estas empresas alcanzaron una mayor rentabilidad y una alta satisfacción del cliente. Estos hallazgos sugieren que la implementación efectiva de tecnologías digitales permite a las Pymes competir en igualdad de condiciones con empresas más grandes y obtener ventajas competitivas en el mercado.

Estos hallazgos son similares a los de Shehadeh et al. (2023) donde los resultados reportaron que la transformación digital no solo tiene un impacto en la ventaja competitiva, sino también afecta la orientación empresarial. Asimismo, se comprobó que la orientación empresarial tiene un rol mediador importante en la relación entre la transformación digital y la ventaja competitiva.

La Tabla N° 3 ofrece información relevante sobre el impacto en la eficiencia operativa posiblemente debido a la adopción de tecnologías digitales. Los resultados descriptivamente muestran que las empresas adaptadoras de tecnologías digitales experimentaron reducciones significativas en los tiempos de producción, mejoras en la precisión de los procesos y optimización de los recursos utilizados. Estos hallazgos son indicios que la transformación digital permite a las Pymes ser más ágiles y eficientes en sus operaciones, lo que resulta en una mayor productividad y una reducción de costos.

Estos resultados tienen correspondencia con los de Teng et al. (2022), donde los resultados reportan que la transformación digital muestra una correlación positiva con el rendimiento y actúa como mediador del impacto de las estrategias de transformación digital en el rendimiento.

Además de mejorar la eficiencia operativa, la implementación de tecnologías digitales también abre oportunidades para el acceso a nuevos mercados y la ampliación de la base de clientes, como se muestra en la Tabla N° 4. La adopción de tecnologías como el comercio electrónico y el marketing digital ha permitido a las Pymes llegar a nuevos segmentos de mercado y expandir sus operaciones a nivel nacional e internacional. Estos resultados subrayan la importancia de la transformación digital como una estrategia para alcanzar un crecimiento sostenido y una mayor penetración en el mercado.

Por último, la Tabla N° 5 destaca que la implementación exitosa de la transformación digital posiblemente ha permitido a las Pymes competir en igualdad de condiciones con empresas más grandes en términos de calidad de productos y servicios. Es decir, las tecnologías digitales les han brindado la capacidad de mejorar la calidad de sus ofertas y ofrecer propuestas de valor atractivas para los clientes. Además, la satisfacción del cliente ha aumentado, por cuanto las tecnologías digitales permite ofrecer una experiencia más personalizada y satisfactoria para sus clientes.

En resumen, los resultados de este estudio descriptivamente destacan el impacto positivo de la transformación digital en la competitividad de las Pymes. La adopción de tecnologías digitales ha permitido a estas empresas mejorar su eficiencia operativa, acceder a nuevos mercados, ampliar su base de clientes y competir en igualdad de condiciones con empresas más grandes. Estos hallazgos subrayan la importancia de la transformación digital como una estrategia clave para el crecimiento y el éxito de las Pymes en el entorno empresarial actual. Al adoptar tecnologías digitales de manera efectiva, las Pymes pueden posicionarse favorablemente en el mercado y obtener ventajas competitivas sostenibles que les permitan prosperar en un entorno empresarial altamente competitivo y en constante cambio.

## 6. Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos y el análisis realizado, se pueden extraer las siguientes conclusiones clave:

La transformación digital es fundamental para mejorar la competitividad de las Pymes: El estudio evidencia descriptivamente que aquellas Pymes que han adoptado de manera efectiva las tecnologías digitales han logrado mejorar su competitividad en el mercado. La implementación de estrategias de transformación digital permite a las Pymes optimizar sus procesos, ampliar su alcance, acceder a nuevos mercados y competir con empresas más grandes.

La digitalización de los procesos empresariales es un elemento crucial, en este sentido, se encontró que el comercio electrónico, el marketing digital y la automatización de procesos fueron las

tecnologías digitales más utilizadas por las Pymes. Estas herramientas permiten a las organizaciones agilizar sus operaciones, llegar a un público más amplio y diversificado, y mejorar la experiencia del cliente.

La transformación digital contribuye a mejorar la eficiencia operativa: Las Pymes estudiadas que han adoptado tecnologías digitales han experimentado mejoras significativas en su eficiencia operativa. Esto puede ser producto de una reducción en los tiempos de producción, una mayor precisión en los procesos y una optimización de los recursos, lo que a su vez contribuye a una mayor productividad.

La transformación digital facilita el acceso a nuevos mercados y la ampliación de la base de clientes: A través de la implementación de estrategias de comercio electrónico y marketing digital, las Pymes pueden haber llegado a un público más amplio y diversificado. Esto les brinda la oportunidad de expandir su alcance, acceder a nuevos mercados y aumentar su base de clientes, lo que a su vez favorece su crecimiento y desarrollo.

Las Pymes pueden competir con empresas más grandes a través de la transformación digital: La implementación efectiva de tecnologías digitales permite a las Pymes estudiadas puede haber mejorado la calidad de sus productos y servicios, ofrecer una experiencia del cliente personalizado y establecer alianzas estratégicas. Estas acciones les brindan una ventaja competitiva frente a empresas más grandes y les permiten posicionarse de manera favorable en el mercado.

## 7. Referencias

Ahmedova, S. (2015). Factors for Increasing the Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Bulgaria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *195*, 1104-1112. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.155

Al-Haddad, L., Sial, M. S., Ali, I., Alam, R., Khuong, N. V., & Khanh, T. H. T. (2019). The Role of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Employment Generation and Economic Growth: A Study of Marble Industry in Emerging Economy. *International Journal of Financial Research*, *10*(6), 174. https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n6p174

Arias, F. (2016). *El Proyecto de investigación. Introducción a la Metodología Científica. 7° Edición*. Episteme.

Ávila, F. M., Bernal Díaz, I. V., & Monroy Gómez, D. A. (2023). Transformación Digital Empresarial: Revisión de producciones investigativas 2017 – 2021. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, *28*(101), 282-296.

Bai, C., Quayson, M., & Sarkis, J. (2021). COVID-19 pandemic digitization lessons for sustainable development of micro-and small- enterprises. *Sustainable Production and Consumption*, *27*, 1989-2001. https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.035

Brodny, J., & Tutak, M. (2022). Digitalization of Small and Medium-Sized Enterprises and Economic Growth: Evidence for the EU-27 Countries. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *8*(2), 67. https://doi.org/10.3390/joitmc8020067

Cuevas, H., & Parga, N. (2018). Adopción de Tecnologías de Información y Comunicación en la Pyme de un País Emergente: Implicaciones en la Innovación al Proceso para un mejor Desempeño Empresarial. *Conciencia Tecnológica*, *56*. https://www.redalyc.org/journal/944/94457671009/

Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *8*(3), 163. https://doi.org/10.3390/joitmc8030163

Gong, C., & Ribiere, V. (2021). Developing a unified definition of digital transformation. *Technovation*, *102*, 102217. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102217

Gorynia, M., & Łaźniewska, E. (2009). *Kompendium wiedzy o konkurencyjności*.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* McGRAW-HILL.

Kaczmarek, J. (2022). The Stance, Factors, and Composition of Competitiveness of SMEs in Poland. *Sustainability*, *14*(3), 1788. https://doi.org/10.3390/su14031788

Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2021). Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. *SAGE Open*, *11*(3), https://doi.org/10.1177/21582440211047576

Ñapas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.

Ordóñez, A. I. G. (2019). Gestión ambiental de las Pymes del sector comercio en el Cantón Machala, Provincia El Oro, Ecuador. *Conference Proceedings (Machala)*, *3*(1), Article 1.

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

Prasanna, R., Jayasundara, J., Naradda Gamage, S. K., Ekanayake, E., Rajapakshe, P., & Abeyrathne, G. (2019). Sustainability of SMEs in the Competition: A Systemic Review on Technological Challenges and SME Performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *5*(4), 100. https://doi.org/10.3390/joitmc5040100

Robu, M. (2013). The Dynamic And Importance Of Smes In Economy. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, *13*(1(17)), 84-89.

Rodrigues, M., Franco, M., Silva, R., & Oliveira, C. (2021). Success Factors of SMEs: Empirical Study Guided by Dynamic Capabilities and Resources-Based View. *Sustainability*, *13*(21), 12301. https://doi.org/10.3390/su132112301

Rupeika, R., Bule, L., & Petrovska, K. (2022). Digital Transformation of Small and Medium Enterprises: Aspects of Public Support. *Journal of Risk and Financial Management*, *15*(2), 45. https://doi.org/10.3390/jrfm15020045

Shehadeh, M., Almohtaseb, A., Aldehayyat, J., & Abu-AlSondos, I. A. (2023). Digital Transformation and Competitive Advantage in the Service Sector: A Moderated-Mediation Model. *Sustainability*, *15*(3), 2077. https://doi.org/10.3390/su15032077

Silva, A. K. L., Barrientos-Monsalve, E. J., & Díaz, M. C. C. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? *AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, *8*(1), Article 1. https://doi.org/10.15649/2346030X.757

Stefanović, I., Milosevic, D., & Miletić, S. (2009). Significance and development problems of SME's in contemporary market economy. *Serbian Journal of Management*. https://www.semanticscholar.org/paper/Significance-and-development-problems-of-SME's-in-Stefanovi%C4%87-Milosevic/3ed9fb3e60e494e6941262adcf3e25e95d83c087

Ta, V. A., & Lin, C.-Y. (2023). Exploring the Determinants of Digital Transformation Adoption for SMEs in an Emerging Economy. *Sustainability*, *15*(9), 7093. https://doi.org/10.3390/su15097093

Teng, X., Wu, Z., & Yang, F. (2022). Research on the Relationship between Digital Transformation and Performance of SMEs. *Sustainability*, *14*(10), 6012. https://doi.org/10.3390/su14106012

Valderrama, B. (2019). Transformación digital y organizaciones ágiles. *ARANDU UTIC*, *6*(1), 15-50.

Vrontis, D., Chaudhuri, R., & Chatterjee, S. (2022). Adoption of Digital Technologies by SMEs for Sustainability and Value Creation: Moderating Role of Entrepreneurial Orientation. *Sustainability*, *14*(13), 7949. https://doi.org/10.3390/su14137949

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

# Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico

**José Álvaro Alarcón García**[1]
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
jose.alarcon04@uptc.edu.co
https://orcid.org/0000-0003-1233-3913

**Franklin Deiber Buitrago Echeverry**[2]
Universidad Autónoma de Manizales - Colombia
franklinbuitrago@autonoma.edu.co
https://orcid.org/0000-0001-5543-3282

**Flor Marlen Ávila Guerrero** [3]
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
flormarlen.avila@uptc.edu.co
https://orcid.org/0000-0002-1415-4401

## Resumen

**Introducción:** El *Global Entrepreneurship Monitor* es un proyecto de investigación que se encarga de evaluar anualmente la *actividad emprendedora* en distintas naciones. Actualmente, el estudio contiene los datos recolectados de 115 países, tomados durante más de 20 años. En el caso de Latinoamérica el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) estudia 20 países de la región, en los cuales habitan cerca del 82% de su población y genera el 88% del PIB de la región (Babson College 2023). **Objetivo:** El siguiente artículo de revisión tiene como propósito estudiar el impacto investigativo del proyecto GEM, analizando alrededor de 79 artículos recolectados de la base de datos de *Scopus*, que agrupa publicaciones de alto impacto, vinculados particularmente al contexto latinoamericano. **Métodos:** Se realizó un análisis de red y de co-citas de los artículos seleccionados. **Resultados:** El estudio encontró que las investigaciones han disminuido en los últimos años, al igual que el número de citaciones; el grupo de estudios analizados tiene cuatro áreas temáticas comunes: 1) emprendimiento, negocios e inversión nacional; 2) Metodología y Teoría Global Entrepreneurship Monitor (GEM); 3) Estudios de género y Global Entrepreneurship Monitor (GEM); y 4) Desarrollo económico y libertad empresarial. **Conclusión:** El interés de la comunidad científica en el campo académico ha disminuido en los últimos 8 años y las áreas temáticas de investigación se configuran a partir de las realidades socioeconómicas de las regiones estudiadas.

**Palabras Clave:** Global *Entrepreneurship Monitor* (GEM); Análisis bibliométrico; Análisis de co-citas; Latinoamérica; Emprendimiento.

***Global Entrepreneurship Monitor Methodology in Latin America: A Bibliometric Analysis***

*Abstract*

*The Global Entrepreneurship Monitor is a research project that is responsible for annually evaluating the entrepreneurial activity of different nations. Today, the study contains data collected from 115 countries, taken over more than 20 years. In the Latin American case, the project Global Entrepreneurship Monitor (GEM)studies 20 countries in the region, representing about 82% of the region's population and 88% of its GDP (Babson College 2023). In view of the above, the following review article aims to study the research impact of the project in the Latin American context, analyzing around 79 articles collected from the Scopus database. To achieve this, a network and co-citation analysis of the selected articles was performed. The study found that research has decreased in recent years, as has the number of citations. Likewise, the total group of studies analyzed has four common thematic areas: entrepreneurship, business, and national investment; Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Methodology and Theory; Gender Studies and Global Entrepreneurship Monitor (GEM); and Economic development and business freedom. In conclusion, interest of the scientific community in the academic field has decreased in the last 8 years and the thematic areas of research are configured based on the socioeconomic realities of the regions studied.*

*Keywords: Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Bibliometric Analysis; Co-citation Analysis, Latin America, Entrepreneurship.*

**Recibido:** 11-11-23
**Revisado:** 30-01-24
**Aceptado:** 01-04-24

## Cómo citar este trabajo:

Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F. (2024). Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 139-153. Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

[1] Estudiante Maestría en Administración de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Ingeniero de Sistemas de la Universidad INCCA.

[2] Doctorando en Gestión Universidad EAN, Magister en Gestión Humana y Desarrollo Organizacional, Universidad Externado de Colombia, Especialista en Gerencia Comercial y Mercadeo Universidad EAN, Administrador de Empresas Agropecuarias Universidad Santo Tomás, Docente de la Universidad Autónoma de Manizales. Integrante grupo de Investigación SEAD – UAM.

[3] Magíster en Administración de la Universidad Nacional de Colombia – Colombia; Docente de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Duitama-Colombia, Integrante Grupo de Investigación e Innovación y Desarrollo Productivo – GRINDEP.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

## 1. Introducción

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) tiene una impresionante y verosímil trayectoria en el estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial. Desde el punto de vista numérico, El GEM lleva 23 años recopilando datos, a través de la aplicación de 200.000 entrevistas anuales a expertos y a la población adulta emprendedora de distintas edades; para lograrlo cuenta con la colaboración de 500 especialista en investigación sobre emprendimiento y financiamiento, pertenecientes a más de 200 instituciones. Con la información recopilada elaboran análisis longitudinales a lo largo de distintos lugares geográficos, convirtiendo al consorcio en la más rica fuente de información confiable en materia de emprendimiento y los ecosistemas de emprendimiento en el planeta, a través de la publicación de su reporte global anual y otros reportes especializados, regionales y nacionales. El proyecto GEM inició analizando 15 países; pero su avance y aceptación ha sido rápido, alcanzando una medición anual en cerca de 115 países en el planeta. Como resultado, el GEM ha superado a otros proyectos a nivel mundial, en términos de estudios en la dinámica del emprendimiento (Balson College 2022).

En el caso de América Latina y el Caribe, el proyecto GEM abarca a 18 países: Argentina, Barbados, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Puerto Rico, Uruguay, Bolivia, Costa Rica, Jamaica, Perú, República Dominicana, Trinidad y Tobago, y Venezuela.. Estos países contienen el 82% de la población de la región, y generan el 88% del PIB. Según el GEM, Latinoamérica es la región que posee uno de los mayores índices de emprendimiento respecto al resto del mundo, manteniendo un crecimiento económico moderado (Amorós, Guerrero, and Sepúlveda 2022). Estos antecedentes representan una gran oportunidad para que la comunidad científica y académica retome la investigación en la región latinoamericana.

La importancia de abordar el tema de la Metodología GEM, es estudiar el impacto investigativo del proyecto en el contexto Latinoamericano, el cual reconoce que el *emprendimiento* es un fenómeno multifacético con múltiples definiciones posibles; sin embargo, en el marco de la GEM se adopta la siguiente definición:

"Cualquier intento de creación de nuevos negocios o de nuevas empresas, como el trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial o la expansión de un negocio existente, por parte de un individuo, un equipo de personas o un negocio establecido. (GEM 2023, Traducción propia)

Visto lo anterior con la Metodología GEM el proceso emprendedor puede ser medido por medio de dos mecanismos: *Adult Population Survey* (encuesta de población adulta) (APS) y *National Expert Survey (encuesta nacional de expertos)* (NES). La APS estudia el ciclo de vida del proceso emprendedor de una nación: Características de un determinado negocio, motivaciones personales para iniciarlo y actitudes relacionadas con el emprendimiento. *La NES* es un cuestionario realizado a un mínimo de 36 expertos nacionales sobre las condiciones que posibilitan el emprendimiento, y los factores que estos creen que tienen un impacto significativo en la actividad emprendedora (GEM, 2023). En este artículo el *emprendimiento* es entendido igual que la definición presentada por el GEM.

A razón de esto, el siguiente artículo pretende ampliar la investigación de la literatura acerca de la metodología GEM, además de hacer énfasis en los principales temas investigativos vinculados con América Latina y el Caribe. Para hacer entendible el artículo, el mismo se estructuró en cuatro secciones principales. La primera, describe la metodología empleada para realizar el artículo de revisión. La segunda, expone los resultados del análisis bibliométrico. La tercera, establece y clasifica los documentos más relevantes dentro del área científica de estudio, por medio de un análisis de co-ocurrencia de palabras clave. Finalmente, la cuarta plantea las perspectivas y tendencias de la literatura recolectada, enfocándose en la literatura más citada.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

## 2. Consideraciones metodológicas de la investigación

La metodología aplicada para el desarrollo del artículo fue dividida en dos etapas. En la primera etapa, se realizó un mapeo científico del tema, lo cual ameritó llevar a cabo un análisis bibliométrico con la base de datos de *Scopus*. En la segunda etapa, se efectuó un análisis de red, con el fin de observar las tendencias investigativas en el área de las GEM, además de su relación con las instituciones encargadas de su investigación. Para realizar el análisis bibliométrico y de red se usaron dos *colecciones*: La primera contiene 60 artículos relacionados con la *metodología* GEM. La segunda contiene, 19 artículos relacionados con la metodología GEM *y América Latina*, para un total de 79 artículos. Los resultados recopilados fueron procesados utilizando las herramientas de software *VOS Viewer* y *Bibliometrix, para* construir y visualizar las redes bibliométricas de co-citas y concurrencias de palabras. Esto permitió analizar la red sobre distintas áreas de conocimiento, y más aún, permitió establecer las recurrentes tendencias de la investigación sobre un eje temático en particular, identificando las áreas temáticas y las corrientes de investigación surgidas sobre la metodología GEM.

### 2.1 Mapeo Científico

La visualización de redes bibliométricas, también llamada mapeo científico, ha tomado mucha importancia en las investigaciones especialmente en el área de las métricas de información; con la utilización de estas herramientas de software VOS Viewer y Bibliometrix se pudo ilustrar gráficamente la información científica existente en los 79 artículos relacionados con la *metodología* GEM, tomando miles de nodos para su análisis. Las técnicas para el mapeo científico fueron las siguientes: análisis de citación, análisis de co-citación, análisis de palabras claves y análisis de co-autoría. Estas técnicas, cuando se combinan con un análisis de red, permiten realizar un estudio bibliométrico en cualquier campo investigativo..

A través del análisis bibliométrico se pudo recopilar información de naturaleza tanto objetiva como subjetiva de los artículos estudiados relacionados con la *metodología* GEM, y de esta manera se comprobó que los análisis bibliométricos posibilitan: (1) describir de manera general un tema, (2) identificar lagunas en el conocimiento, (3) derivar ideas novedosas para la investigación, y (4) posicionar las contribuciones investigativas dentro del campo académico. Pese a sus méritos, los análisis bibliométricos tienen una introducción relativamente reciente a investigaciones económicas o de negocios. Del mismo modo, no existe un consenso académico en las ciencias económicas o de negocios para su realización. A pesar de ello, se optó, en este estudio, por tomar la metodología planteada por Donthu et al. (2021) y Zupic y Cater (2015), centrada en las ciencias económicas, de negocios y administrativas.

Siendo este el caso, para la presente investigación se realizaron una serie de pasos para el análisis bibliométrico, recomendados por Zupic y Cater (2015), a saber: un análisis de citaciones, describiendo el registro de investigaciones desarrolladas por países, años, revistas, autores y afiliaciones; en segundo lugar, un análisis de concurrencias de palabras, en donde se determinaron los términos usados con mayor frecuencia a lo largo del conjunto total de las publicaciones; tercero, un análisis temático de acuerdo a un rastreo general de la literatura; cuarto, un análisis de co-citas, documentando la contribución entre los autores y su respectivo sistema de citación. Los criterios de búsqueda para la investigación se encuentran en la Tabla 1.

**Tabla N°1. Criterios de Búsqueda Bibliográfico**

| Base de Datos | Scopus |
|---|---|
| Rango de búsqueda | 2003-2021 |
| Consulta | Octubre 15, 2023 |
| Tipo de Documento | Todo Tipo |
| Criterio de Rastreo | **Título** "GEM" AND OR "Latinoamerica" |
| Criterio de Selección | Número de Citaciones |
| Resultados | 79 |

*Fuente*: Elaboración propia

Una vez formuladas las preguntas de investigación, se procedió a establecer los criterios de búsqueda bibliográfica que estuviera asociada con la *metodología* Global (GEM), como principal y única fuente de investigación a nivel mundial que recoge datos sobre emprendimiento. Posteriormente, utilizando un rango de búsqueda bibliográfica entre los años 2003 y 2021, se seleccionaron 71 artículos de investigación, dos (02) artículos de revisión, cinco (05) artículos que hacen parte de un capítulo de un libro y un (01) artículo que fue expuesto en una conferencia científica, para extraer información drelevante sobre el estudio del emprendimiento en América Latina y el Caribe.

### 2.2 Análisis de Red

El análisis de red es esencial para el uso de la nueva generación de aplicaciones de centros de datos; de acuerdo con Donthu et al. (2021), este análisis tiene tres medidores principales: Betweeness centrality, Closeness centraility y PageRank. El Betweenness centraility mide la centralidad de un artículo estructural sobre una determinada área temática. El Closeness centrality, refiere a la capacidad de cada nodo de transmitir información a los nodos más cercanos de la red. El PageRank, es usado para calcular el prestigio de la publicación, a pesar de no ser ella misma citada.

El *Betweenness centrality* se centra en la medición del porcentaje de centralidad de un determinado artículo, así se obtiene el *weighted degree of centrality*, el cuál es calculado por medio de la multiplicación del número de lazos relacionales de los artículos entre sí. . El *Closeness centrality* se obtienen por el cálculo del número total de un nodo en particular de los artículos recolectados dividido entre el total del número del camino más corto de la red, obtenido a partir de la métrica de la misma. Por último, el *PageRank* es una medida de publicación que es calculada por medio del análisis de co-citas, la cual mide la incidencia de los artículos citados dentro del clúster o conjunto de artículos investigados, con ello, a pesar de que un artículo no sea necesariamente famoso o citado, dentro de la propia área, puede ser referente para toda publicación significativa dentro de un campo de investigación.

## 3. Resultados

### 3.1 Resultados del Mapeo Científico

En la Tabla N° 2 se muestran los datos recolectados a través de la metodología GEM, lo que permite ver en resumen los resultados generales del análisis bibliométrico. Para el caso de las citaciones, el promedio para cada uno de los 60 artículos publicados fue de 163 citaciones, lo que refleja la importancia de este número específico de artículos. Mientras el promedio de autores por artículo es de 2.63, dado que la mayoría de los artículos fueron realizados en coautoría. Los datos presentados en la Tabla N° 2 fueron obtenidos por medio de un análisis estándar de citación, donde se analizó la citación promedio del artículo y los autores promedios que participaron en la realización de cualquiera de estos.

**Tabla N° 2. Resultados Generales de la Literatura GEM**

| Criterios | Scopus |
|---|---|
| Número de artículos publicados | 60 |
| Citaciones promedio por artículo | 163 |
| Número de Autores Promedio por Artículo | 2.63 |
| Número de Autores | 115 |

*Fuente:* Elaboración propia.

La Tabla N° 3 muestra los datos recolectados por la vinculación de la metodología GEM y su contexto en América Latina; en resumen, se presentan los resultados del análisis bibliométrico, sobre la citación promedio por artículo: 20.89 veces para los 19 artículos publicados. El promedio de autores, que vincula América Latina y GEM, es cerca de 2.84 por artículo, lo que es una tasa de coautoría similar a la primera colección. De la misma manera que la Tabla N° 2, los datos presentados en la Tabla N° 3 fueron obtenidos por medio de un análisis de citación estándar.

**Tabla N° 3: Resultados Generales de la literatura GEM y América Latina**

| Criterios | Scopus |
|---|---|
| Número de artículos publicados | 19 |
| Citaciones promedio por artículo | 20.89 |
| Número de Autores Promedio por Artículo | 2.84 |
| Número de Autores | 49` |

*Fuente*: Elaboración propia.

La información que se muestra en la Tabla N° 4 presenta los 10 artículos más citados para la base de datos de la metodología GEM; siendo el articulo más citado (913 veces) en la colección "*Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data*". El artículo, de la autoría de Wong, Ho, y Autio (2005), se enfoca en el espíritu empresarial, la innovación y el crecimiento económico, para lograrlo usó la serie de datos disponibles en la metodología (GEM). Wong, Ho y Autio (2005) muestran que la correlación existente entre emprendimiento y crecimiento económico, solo parece darse a partir de su índice de innovación, más no necesariamente de la creación de nuevas empresas, en especial en los países desarrollados. Lo anterior indica que la actitud emprendedora vinculada a la creación de empresas no se relaciona con un mayor crecimiento económico, a menos, que se incluya un componente innovador en la distribución de bienes o servicios. Los datos obtenidos de la Tabla N° 4 fueron extraídos del análisis estándar de citación, en donde se representan los 10 artículos con mayor número de citaciones totales.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

**Tabla N° 4. Top 10 de Autores Citados: Colección GEM**

| Autor(es) | Artículo | Citaciones Totales |
|---|---|---|
| Wong Pk, 2005, | Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data | 913 |
| Wennekers S, 2005 | Nascent entrepreneurship and the level of economic development | 818 |
| Acs Zj, 2007 | Entrepreneurship, economic growth and public policy | 439 |
| Hessels J, 2008 | Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers | 401 |
| Ács Zj, 2005 | Entrepreneurship, agglomeration and technological change | 380 |
| Levie J, 2008 | A theoretical grounding and test of the GEM model | 312 |
| Autio E, 2013 | Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors | 310 |
| Valliere D, 2009 | Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. | 296 |
| Sternberg R, 2005 | Determinants and effects of new business creation using global entrepreneurship monitor data. | 278 |
| Lepoutre J, 2013 | Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study. | 272 |

*Fuente*: Elaboración propia.

Siguiendo con el análisis para identificar cual fue el siguiente articulo más citado de los 10 seleccionados y mostrados en la colección de la Tabla 4, aparece en segundo lugar el artículo "*Nascent Entrepreneurship and The level of economic development*", de la autoría de Wennekers et al. (2005), el cual describe en forma de "U" la relación existente entre el espíritu empresarial naciente y el nivel de desarrollo económico que experimenta una nación, comprobando que esta relación es mayor en países desarrollados, con respecto a países en vías de desarrollo; los países en desarrollo se centran en explotar ideas científicas e innovadoras, mientras que en los países mal llamados del tercer mundo lo hacen impulsados por la necesidad. Esto indica que las dinámicas de emprendimiento y su relación con el crecimiento económico de un país debe ser estudiada según los niveles de desarrollo económico del mismo.

Por último, el tercer artículo más citado es el de Acs and Szerb (2007), titulado "*Entrepreneurship, economic growth and public policy*". En este

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

artículo, gracias a los datos propuestos por el GEM, el autor analiza la vinculación que tiene el espíritu empresarial, el crecimiento económico y la política pública de un determinado país, para mostrar las diferencias entre países desarrollados y los países en vía de desarrollo, o de ingresos medios, lo cual le permite identificar hallazgos para plantear estrategias de mejoramiento, además de sugerencias para la creación de políticas públicas.

Sobre el año de publicación de los artículos más citados sobre la metodología GEM, se encontró que en promedio los años de publicación se encuentra entre 2013-2017, como se observa en el Gráfico N°1. Lo anterior es un indicador que a lo largo de los años el interés de la academia sobre la metodología GEM ha disminuido, pues los artículos más citados tienen una antigüedad de entre 10 y 15 años. No obstante, el número de citaciones del total de los artículos alcanzó su punto más favorable en años recientes (Gráfico N° 1).

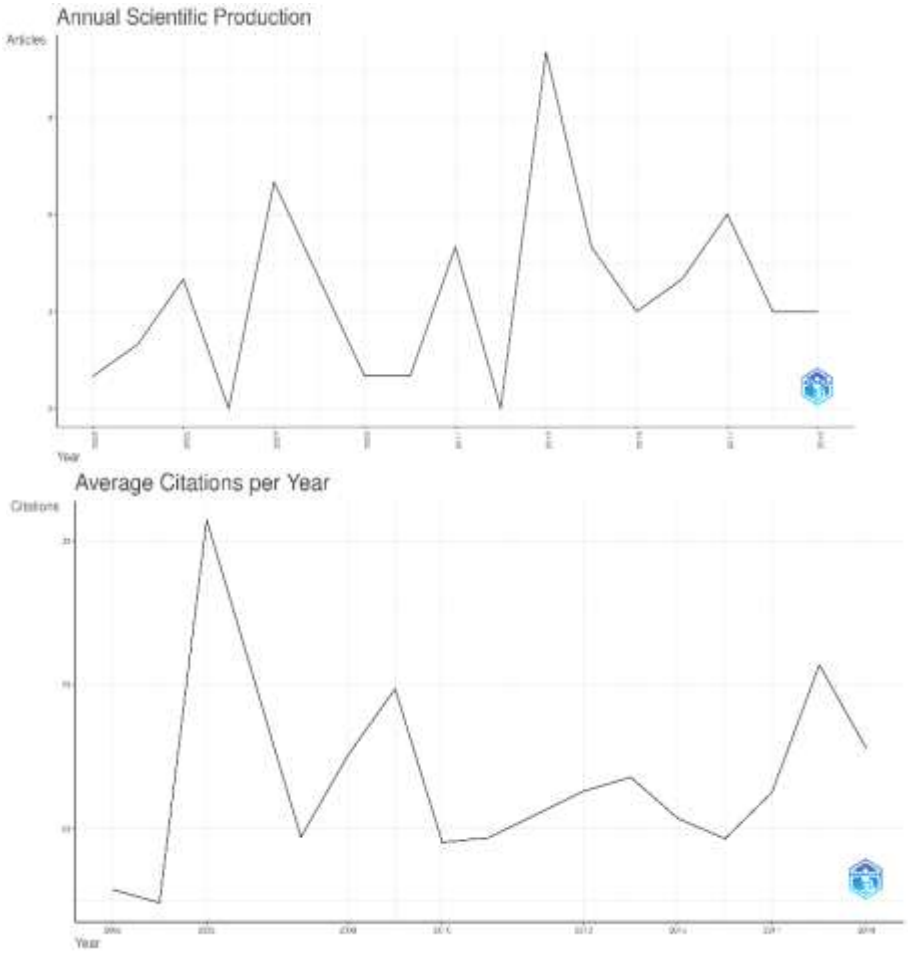



**Gráfico N°1: Producción científica y Citaciones Promedio por Año.** *Fuente:* Elaboración propia.

La Tabla N° 5 muestra los resultados de los artículos más citados en la segunda colección, es decir, aquella referida a metodología GEM en Latinoamérica. Al igual que el caso de la primera colección (Véase la Tabla N° 4), los diez artículos más citados dentro de la colección fueron hallados por medio de un análisis estándar de citación.

El artículo con mayor número de citaciones en esta colección es el artículo "E*nvironmental factors and entrepreneurial activity in Latin America*" realizado por Álvarez y Urbano (2011) (Véase la Tabla N° 5). En este artículo se vinculan factores ambientales (Estabilidad política y control de la corrupción) con la actividad empresarial en Latinoamérica. Para ello, Álvarez y Urbano (2011) usaron la base de datos del GEM para establecer los factores ambientales que intervienen en la actividad empresarial de una determinada región.

El segundo artículo más citado corresponde a Nishimura y Tristán (2011), titulado: "*Using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship*", en el cual su autor utilizó la teoría del comportamiento planificado para predecir la creación de empresas, y así estudiar individualmente el perfil del emprendedor para identificar el comportamiento y las tendencias psicológicas sobresalientes del nuevo emprendedor; para llevar a cabo el estudio utilizó la base de datos GEM de Perú. El tercer artículo más citado pertenece a Larroulet y Couyoumdjian (2009), con el título "*Entrepreneurship and growth: A Latin American paradox?*". En este artículo el autor relaciona el espíritu empresarial con el crecimiento y le confiere el nombre de una paradoja latinoamericana, porque, aunque los niveles de emprendimiento en América Latina son bastantes altos, el crecimiento económico es moderado.

Cabe resaltar que *José Ernesto Amorós* es el investigador con la mayor cantidad de citaciones dentro de la colección, produciendo en co-autoría tres investigaciones dentro de la colección de los artículos más citados: Amorós, Fernández, and Tapia (2012), Amorós, Poblete, and Mandakovic (2019), y Amorós (2011).

**Tabla N° 5: Top 10 de Autores Citados: Colección GEM-Latino América**

| Autor(es) | Artículo | Citaciones Totales |
|---|---|---|
| Álvarez C, 2011 | Environmental factors and entrepreneurial activity in Latin America | 88 |
| Nishimura JS, 2011 | Using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship. | 70 |
| Larroulet C, 2009 | Entrepreneurship and growth: A Latin American paradox | 41 |
| Puente R, 2019 | Necessity entrepreneurship in Latin America: it is not that simple. | 40 |
| Amorós JE, 2011 | The Global Entrepreneurship Monitor project (GEM): A Latin-American context approach | 30 |
| Kantis H, 2005 | The emergence of dynamic ventures in Latin America, Southern Europe and East Asia: An international comparison | 22 |
| Fernández-Serrano J, 2014 | Culture and entrepreneurship: The case of latin america | 20 |
| Lopes J, 2021 | Business dynamism and innovation capacity, an entrepreneurship worldwide perspective | 20 |
| Von Bloh J, 2020 | Transnational entrepreneurs: opportunity or necessity driven? Empirical evidence from two dynamic economies from Latin America and Europe | 19 |
| Rubach Mj, 2015 | Necessity entrepreneurship: a Latin American study | 13 |

*Fuente*: Elaboración Propia.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

### 3.1.1 Mapas de Co-ocurrencias

Para identificar las relaciones de co-ocurrencias entre los 79 documentos incluidos en la muestra, se realizó un análisis de co-citación, para ver el comportamiento de la información, es así como la red de co-citas muestra que la investigación se concentra principalmente en cuatro clústeres, donde cada clúster involucra el eje temático de las GEM, con otra disciplina, los cuales se explican a continuación, basados en la red de co-citación de la Gráfico N°2. En el primer clúster se visualizan los artículos relacionados con los negocios, la inversión nacional e internacional y la metodología GEM, se representan con líneas de color rojo. En el segundo clúster, demarcado con líneas de color azul, concentra la metodología GEM y sus bases teóricas. En el tercer clúster, que aparece con líneas de color verde, concentran los estudios sobreel emprendimiento según género y los datos del GEM. Finalmente, el cuarto clúster, representado por las líneas de color amarillo, se centra en la libertad económica y el desarrollo empresarial, tomando como base los datos del GEM.

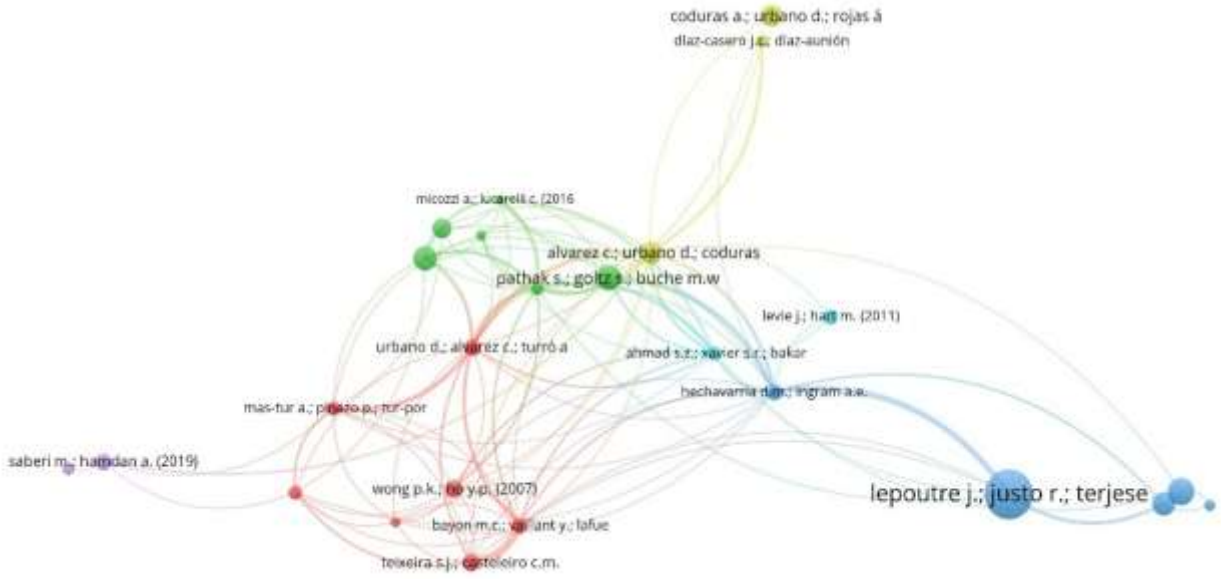



**Gráfico N°2: Red de co-citación de la colección de metodología GEM.** *Fuente:* Elaboración propia.

La colección de GEM y Latinoamérica se ilustra en la red de co-citación de la Gráfico N°3 y gira alrededor de cuatro clústeres principales. En el primer clúster, las líneas de color rojo representan los estudios de Álvarez, Urbano, and Amorós (2014) cuyas temáticas están centradas en las influencias ambientales que intervienen en la actividad empresarial, de una determinada región. El segundo clúster, de color amarillo, se centra en los estudios de Amorós, Fernández, y Tapia (2012) y Kantis (2005), con un eje temático asociado a la importancia cultural de una región en las percepciones del espíritu empresarial local. El tercer clúster, de color verde, se centra en las investigaciones de Amorós, Poblete y Mandakovic (2019), Puente, González Espitia y Cervilla (2019), los cuales abordan los contextos culturales y económicos que explican la alta tasa de emprendimiento en Latinoamérica. El cuarto clúster, de color azul, tiene como temática la contextualización de la tasa de emprendimiento de Latinoamérica, con respecto a otros casos mundiales (Larroulet and Couyoumdjian, 2009, y Amorós, 2011).

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

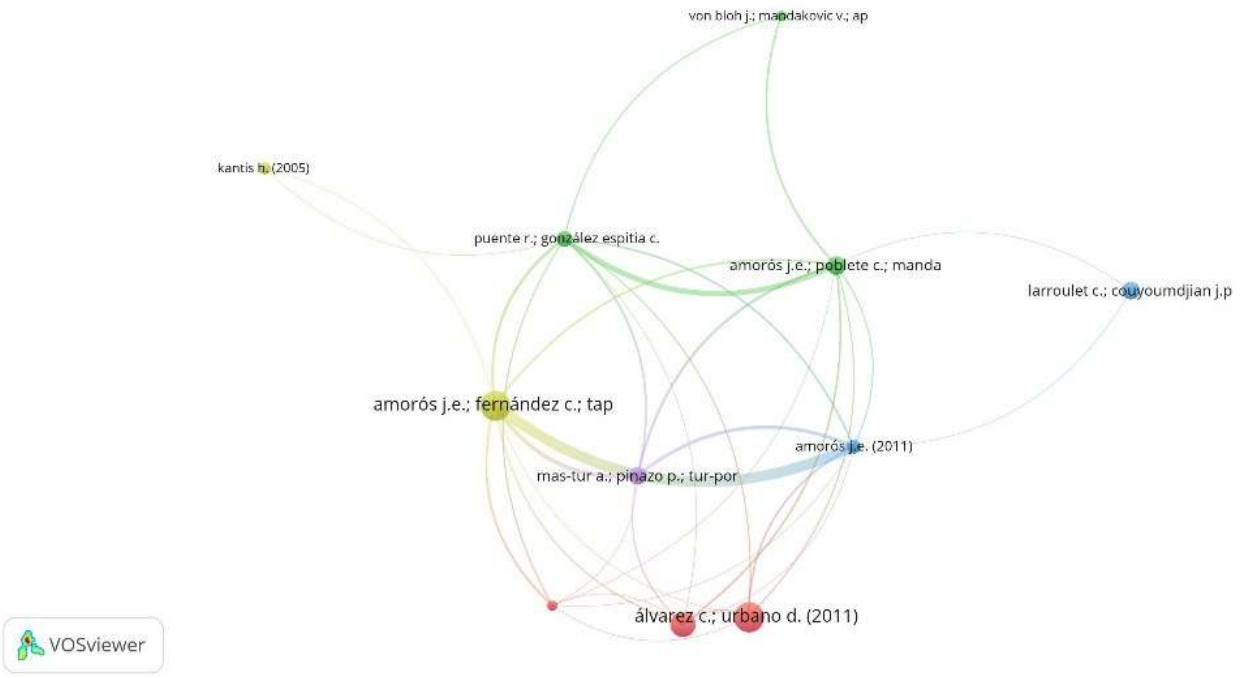



**Gráfico N°3**: **Red de co-citación de la colección de GEM-Latinoamérica.** *Fuente:* Elaboración propia.

Los clústeres analizados (Véase el Gráfico N°3) indican que el interés académico en el contexto latinoamericano se centra en las características locales comunes que afectan la actividad empresarial. Además, muchos de los clústeres y áreas temáticas tienen como objetivo explicar la gran tasa de actividad empresarial que experimentan muchos países de la región, pese a un crecimiento económico moderado. Con ello, la comparación cultural con respecto a otras regiones y las razones o naturaleza de la actividad empresarial en América Latina son las meta-temáticas comunes en todos los clústeres.

### *3.2 Análisis de Red*

Como se mencionó en la metodología, descrita en la sección 2.2., se analizaron las colecciones aplicando las mediciones: *Betweenness centrality*, *closeness centrality* y *PageRank*, para luego hacer el estudio correspondiente del clústeres, que permitió llevar a cabo el análisis de red, mostrados en la Tabla 6. En dicha tabla, se refleja que el artículo con mayor grado de *betweeness centrality* corresponde al nodo que se ubica en la primera fila donde aparece el autor Coduras et al. (2008), cuyo tema se basa en la relación entre el apoyo universitario al emprendimiento con la acción emprendedora.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

**Tabla 6: Análisis de resultados**

| Nodo | Cluster | Betweenness | Closeness | PageRank |
|---|---|---|---|---|
| Coduras | 1 | 16 | 0.142 | 0.047 |
| Urbano | 1 | 0 | 0.083 | 0.024 |
| Alvarez | 1 | 0 | 0.083 | 0.018 |
| Ács | 1 | 0 | 0.083 | 0.014 |
| Aldis | 1 | 0 | 0.083 | 0.014 |
| Díaz-aunión | 1 | 0 | 0.090 | 0.019 |
| Díaz-casero | 1 | 0 | 0.090 | 0.019 |
| Hernández-mogollón | 1 | 0 | 0.090 | 0.019 |
| Ahmad | 2 | 1 | 0.5 | 0.032 |
| Abu Bakar | 2 | 0 | 0.333 | 0.017 |
| Bakar Ara | 2 | 0 | 0.333 | 0.017 |
| Jones-Evans | 3 | 1 | 0.25 | 0.029 |
| Thompson | 3 | 1 | 0.25 | 0.029 |
| Brooksbank | 3 | 0 | 0.2 | 0.018 |
| Kwong | 3 | 0 | 0.166 | 0.013 |
| Kwong | 3 | 0 | 0.2 | 0.018 |
| Hechavarria | 4 | 0 | 1 | 0.022 |
| Ingram | 4 | 0 | 1 | 0.022 |
| Anjum | 5 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Anwar | 5 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Hussain | 5 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Hindle | 6 | 0 | 1 | 0.022 |
| Klyver | 6 | 0 | 1 | 0.022 |
| Bagchi-sen | 7 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Farinha | 7 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Lopes | 7 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Bayon | 8 | 0 | 1 | 0.022 |
| Lafuente | 8 | 0 | 1 | 0.022 |
| Fernandes | 9 | 0 | 1 | 0.022 |
| Ferreira | 9 | 0 | 1 | 0.022 |
| Galvão | 10 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Gouveia Rodrigues | 10 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Leal | 10 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Griffiths | 11 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Gundry | 11 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Kickul | 11 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Buche | 12 | 0 | 1 | 0.022 |
| Goltz | 12 | 0 | 1 | 0.022 |
| Casteleiro | 13 | 0 | 1 | 0.022 |
| Guerra | 13 | 0 | 1 | 0.022 |
| Hart | 14 | 0 | 1 | 0.022 |
| Levie | 14 | 0 | 1 | 0.022 |
| Bosma | 15 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Justo | 15 | 0 | 0.5 | 0.022 |
| Lepoutre | 15 | 0 | 0.5 | 0.022 |

*Fuente:* Elaboración propia

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 139-153
Metodología Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica: Un análisis bibliométrico
Alarcón, J., Buitrago, F. y Ávila, F.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.02

El Gráfico N°4, muestra 7 clústeres producidos por la red de colaboración, es decir, la red temática a la que se refieren directamente los artículos citados. En el clúster representado por líneas de color azul, se muestra el artículo de Maula, Autio, and Arenius (2005), titulado "*What drives micro-angel investments?*", en este se discuten las motivaciones del inversionista Ángel. Por otro lado, el clúster de color rojo es liderado por Shane (2000) con su artículo "*Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities*"; en el cual se discute la naturaleza y perfil del emprendedor.

Como se puede observar en el Gráfico N°4, los dos ejes temáticos principales en la colección de artículos de co-citación, resaltados con color azul, se encuentran referidos a los tipos de inversiones y su relación con el emprendimiento, y con color rojo, los artículos referidos a la información disponible y la posibilidad de emprender. Con ello, la meta-temática común a esta red de colaboración parece indicar que se pretende estudiar la naturaleza psicológica y los factores socioeconómicos que posibilitan al emprendedor sostenerse en el tiempo.

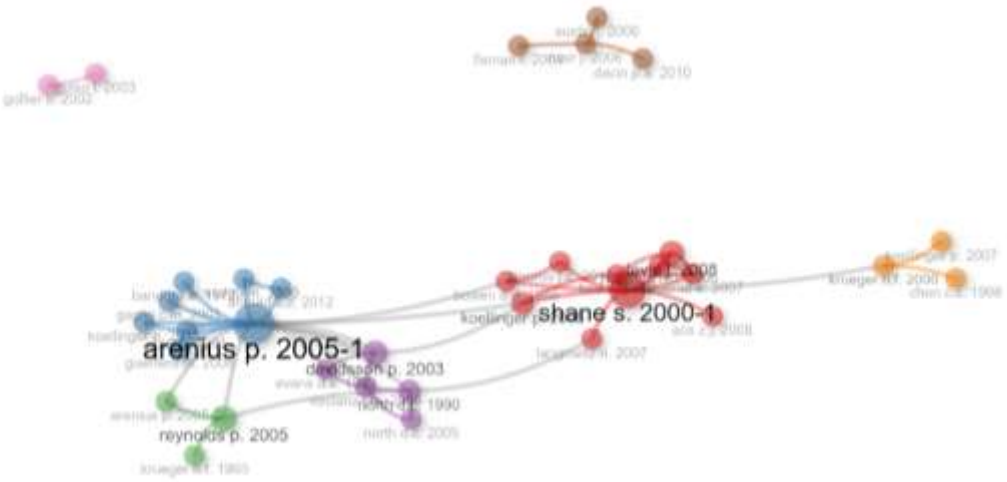



**Gráfico N°4:** Red de Colaboración – Colección GEM. *Fuente:* Elaboración propia.

## 4. Conclusiones

Los ejes temáticos de la metodología GEM pueden ser variados y potencialmente útiles en distintas investigaciones. Por la naturaleza de la recolección de datos, la metodología empleada por el GEM puede aplicarse de distintas formas. Dentro de la colección de la metodología GEM, puede afirmarse que ha disminuido la cantidad de investigaciones, en el campo académico a lo largo de los años. No obstante, es posible que dichas investigaciones estén limitadas, pues el *GEM* es un proyecto investigativo que no sólo recolecta datos sobre el emprendimiento en cientos de países, sino que además realiza una serie de reportes y estudios localizados todos los años, siendo probable que estos estudios no están publicados en revistas indexadas por *Scopus*. Lo anterior tal vez explique parcialmente los resultados obtenidos.

En la colección del GEM y Latinoamérica se identificaron cuatro ejes temáticos. El primero, acerca de los contextos socioeconómicos en los que es posible la actividad económica en Latinoamérica. El segundo, sobre el incremento en los factores y tasa de emprendimiento en Latinoamérica. El tercero, trata la paradoja entre el nivel de emprendimiento y el crecimiento

económico. El cuarto eje temático se concentra en explicar la paradoja de la gran tasa de emprendimiento en Latinoamérica, y el moderado crecimiento económico de la región.

A partir de la red de co-citación para ambas colecciones, en la colección de la metodología GEM, se evidencia, por medio del análisis de clústeres, cuatro temáticas principales: negocios e inversión nacional, metodología y teoría GEM, estudios de género y GEM, y por último, desarrollo económico y libertad empresarial. Para el caso de la colección de la metodología GEM y Latinoamérica, la temática se centró en cuatro puntos: primero, en las influencias ambientales, particularmente en Latinoamérica que posibilitan la actividad económica; segundo, la importancia de la cultura y la posibilidad de emprendimiento; tercero, los contextos culturales y económicos que coadyuvan a la tasa de emprendimiento; y cuarto, la naturaleza del emprendimiento en Latinoamérica comparado con otras regiones del mundo.

Finalmente, a partir de un mapa de co-citaciones, en el que se abordó los principales tópicos para ambas colecciones, se observó, dos ejes temáticos por fuera de la materia del GEM, como: los tipos de emprendimiento (Maula, Autio, and Arenius 2005) y la información o requisitos necesarios para un emprendimiento exitoso (Shane 2000).

## 5. Limitaciones

Como se mencionó, los mayores proyectos de investigación relacionados por el GEM se encuentran fuera de la base de datos de Scopus y no se encuentran indexados en ninguna revista correspondiente. Por tanto, el análisis realizado debe ser vislumbrado a la luz de esta consideración. Del mismo modo, la investigación del GEM y su relación con Latinoamérica se considera bastante reducida, dada la baja muestra de artículos indexados en *scopus* con esta temática, por lo que los resultados obtenidos bajo esta colección deben ser tomados cuidadosamente.

## 6. Referencias

Acs, Zoltan J, & Laszlo Szerb. (2007). "Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy." *Small Business Economics* 28: 109–22.

Álvarez, C., & Urbano D. (2011). "Environmental Factors and Entrepreneurial Activity in Latin America." Article. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, no. 48: 31–45. https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84865385365&partnerID=40&md5=d981569b5d1161a12f2217f6ff465fa6.

Álvarez, C., Urbano, D., & Amorós, J. E. (2014). "GEM Research: Achievements and Challenges." *Small Business Economics* 42: 445–65.

Amorós, J. E. (2011). "The Global Entrepreneurship Monitor Project (GEM): A Latin-American Context Approach; [El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una Aproximación Desde El Contexto Latinoamericano]." Article. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, no. 46: 1–15. https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-79957546206&partnerID=40&md5=8a553094bece362c0cbfa01c51d21922.

Amorós, J. E,. Fernández, C., & Tapia, J. (2012). "Quantifying the Relationship Between Entrepreneurship and Competitiveness Development Stages in Latin America." Article. *International Entrepreneurship and Management Journal* 8 (3): 249–70. https://doi.org/10.1007/s11365-010-0165-9.

Amorós, J. E,. Guerrero, M., & Sepúlveda, J. (2022). "Special Section Editorial." *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management* 20 (1): 1–5. https://doi.org/10.1108/MRJIAM-10-2021-1243.

Amorós, J. Er,. Poblete, C. & Mandakovic, V. (2019). "R&d Transfer, Policy and Innovative Ambitious Entrepreneurship: Evidence from Latin American Countries." Article. *Journal of Technology Transfer* 44 (5): 1396–1415. https://doi.org/10.1007/s10961-019-09728-x.

Barreto, K. S., Galvis, J. F. R., & Escorcia, R. R. R. (2021). Factores determinantes del emprendimiento en Chile y Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, *26*(5), 459-477. https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.30

Carroz, M. C. B., Romero, R. A. M., Vera, K. J. C., & Urribarri, Á. C. (2023). Emprendimiento peruano en el marco del desarrollo sostenible. *Retos*, *13*(26), 223-236. https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.03

Coduras, A., Urbano, D., Rojas, A., & Martínez, S. (2008). "The Relationship Between University Support to Entrepreneurship with Entrepreneurial Activity in Spain: A Gem Data Based Analysis." Article. *International Advances in Economic Research* 14 (4): 395–406. https://doi.org/10.1007/s11294-008-9173-8.

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W.M. (2021). "How to Conduct a Bibliometric Analysis: An Overview and Guidelines." *Journal of Business Research* 133: 285–96.

*Global Entrepreneurship Monitor*. (2023). How GEM Defines Entrepreneurship? http://gem-consortium.ns-client.xyz/wiki/1149

*Global Entrepreneurship Monitor*. (2022). Methodology Global Entrepreneurship Monitor. https://www.gemconsortium.org/wiki/1599

Granadillo, F. T., & Romero, R. M. (2021). Emprendedores venezolanos: Reconstrucción de visiones ante nuevas realidades. *Negotium: revista de ciencias gerenciales*, *17*(49), 5-19. http://doi.org/10.5281/zenodo.4765238

Kantis, Hugo. (2005). "The Emergence of Dynamic Ventures in Latin America, Southern Europe and East Asia: An International Comparison." Article. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 2 (1): 34–56. https://doi.org/10.1504/IJESB.2005.006069.

Larroulet, C., & Couyoumdjian, J. (2009). "Entrepreneurship and Growth: A Latin American Paradox?" Review. *Independent Review* 14 (1): 81–100. https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-67651033983&partnerID=40&md5=685c03528af9febb6228b0d14c0cdcea.

Maula, M., Autio, E., & Arenius, P. (2005). "What Drives Micro-Angel Investments?" *Small Business Economics* 25: 459–75.

Nishimura, J. S., & Morales, O. (2011). "Using the Theory of Planned Behavior to Predict Nascent Entrepreneurship; [Utilizando La Teoría Del Comportamiento Planeado Para Predecir El Emprendimiento Naciente]." Article.

*Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, no. 46: 55–71. https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-79957618936&partnerID=40&md5=56de5363cd373c15b4849719c80a2d05.

Novelo, A. F., Carrillo, A. L. B., & Barreto, G. C. C. (2021). Driving and restraining forces of female Latin American entrepreneurship. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, *23*(3), 668-691. http://www.doi.org/10.36390/telos233.11

Puente, R,. González, C., & Cervilla, M. (2019). "Necessity Entrepreneurship in Latin America: It´s Not That Simple." Article. *Entrepreneurship and Regional Development* 31 (9-10): 953–83. https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1650294.

Rincón Soto, I. B., Rengifo Lozano, R. A., Hernández Suárez, C., & Prada Núñez, R. (2022). Education, innovation, entrepreneurship, growth and development in Latin America. *Revista de Ciencias Sociales*, *28*(3), 111-128. https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38454

Shane, S. (2000). "Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities." *Organization Science* 11 (4): 448–69.

Wennekers, S., van Stel, A., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). "Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development." *Small Business Economics* 24: 293–309.

Wong, P. K., Ho, Y.P., & Autio, E. (2005). "Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data." *Small Business Economics* 24: 335–50.

Zupic, I., and Čater, T. (2015). "Bibliometric Methods in Management and Organization." *Organizational Research Methods* 18 (3): 429–72.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • N°02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 154 - 167
Análisis de gobierno corporativo por grupos etarios en las cooperativas financieras …
Arias, W, Arciniegas, O., Álvarez, S., Y Jácome, W.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.03

# Análisis del gobierno corporativo por grupos etarios en las cooperativas financieras populares y solidarias en Ecuador

**Wilmer Medardo Arias-Collaguazo**[1]
Universidad Regional Autónoma de Los Andes.
ui.wilmerarias@uniandes.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-1438-4012
**Olga Germania Arciniegas-Paspuel**[2]
Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero. Ecuador.
goarciniegas@liceoaduanero.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-9161-4846
**Sary del Rocío Álvarez-Hernández**[3]
Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.
ui.saryalvarez@uniandes.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-2026-5770
**Wendy Vanessa Jácome-Pavón**[4]
Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero. Ecuador.
wvjacome@liceoaduanero.edu.ec
https://orcid.org/0009-0005-9365-7902)

## Cómo citar este trabajo:

Arias, W, Arciniegas, O., Álvarez, S., Y Jácome, W. (2024). Análisis de gobierno corporativo por grupos etarios en las cooperativas financieras, populares y solidarias en Ecuador. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 154-167. Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.03

## *RESUMEN*

En el presente estudio se analizó el gobierno corporativo en el Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador, con el **objetivo general** determinar la existencia de una asociación entre el rango etario y la ocupación del cargo de presidente en los órganos de dirección de cooperativas financieras populares y solidarias en Ecuador. Se planteó una hipótesis nula de independencia entre dichas variables. Para alcanzar el mencionado objetivo, se aplicó una **metodología** mixta con un diseño descriptivo-correlacional. Se utilizaron métodos de nivel teórico como el analítico-sintético, inductivo-deductivo e histórico-lógico. La recolección de datos estuvo basada en la revisión documental, con acceso a la base de datos completa proporcionada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Los **resultados** descriptivos mostraron una mayor concentración de miembros del Consejo Directivo en el rango de 50 a 65 años de edad con una baja participación de jóvenes entre 18 y 29 años de edad. Mediante la prueba de Chi-cuadrado, se rechazó la hipótesis nula, encontrándose una asociación estadísticamente significativa entre el rango etario y ocupar el cargo de presidente, con un valor p menor al 5%. Se **concluyó** en la necesidad de fortalecer los mecanismos de gobierno corporativo cooperativo para promover una alineación de intereses entre órganos directivos y socios de diferentes edades. Asimismo, se requiere fomentar una mayor diversidad generacional en estos órganos para responder adecuadamente a los intereses de todos los grupos vinculados y asegurar la sostenibilidad a largo plazo. Finalmente, se recomienda implementar buenas prácticas adaptadas, como códigos de conducta y procesos transparentes de selección y sucesión, para una gobernanza más dinámica, inclusiva y eficaz.

**Palabras Claves:** gobierno corporativo; cooperativas, rango etario, sector financiero popular y solidario.

## *Analysis of corporate governance by age group in popular and solidarity financial cooperatives in Ecuador*

***Abstract***

*This study analyzed corporate governance in the Popular and Solidarity Financial Sector in Ecuador, with the general objective of determining the existence of an association between age group and the occupation of the position of president in the governing bodies of popular and solidarity financial cooperatives in Ecuador. A null hypothesis of independence between these variables was proposed. In order to achieve this objective, a mixed methodology with a descriptive-correlational design was applied. Theoretical methods such as analytical-synthetic, inductive-deductive and historical-logical were used. Data collection was based on documentary review, with access to the complete database provided by the Superintendence of Popular and Solidarity Economy. The descriptive results showed a higher concentration of members of the Board of Directors in the range of 50 to 65 years of age with a low participation of young people between 18 and 29 years of age. The Chi-square test rejected the null hypothesis, finding a statistically significant association between age range and holding the position of president, with a p-value of less than 5%. It was concluded that there is a need to strengthen cooperative corporate governance mechanisms in order to promote an alignment of interests between management bodies and members of different ages. It is also necessary to promote greater generational diversity in these bodies in order to respond adequately to the interests of all stakeholders and ensure long-term sustainability. Finally, it is recommended to implement adapted good practices, such as codes of conduct and transparent selection and succession processes, for a more dynamic, inclusive and effective governance.*

***Key words:*** *corporate governance, cooperatives, age range, popular and solidarity financial sector.*

**Recibido:** 13-03-24
**Revisado:** 30-03-24
**Aceptado:** 12-07-24

[1] Magister en Gestión Empresarial, Docente Investigador, Coordinador de Vinculación en la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Línea de investigación: Administración Financiera y Responsabilidad Social Empresarial.
[2] Magister en Educación a Distancia y Abierta, Especialista en Gestión de Proyectos, Docente Investigador, Línea de investigación: Administración Financiera y Responsabilidad Social Empresarial.
[3] Magister en Educación a Distancia y Abierta, Diplomado Superior en Gerencia de Marketing, Docente Investigador, Línea de investigación: Administración Financiera y Responsabilidad Social Empresarial.
[4] Licenciada en Comercio Exterior, Docente agregado, Línea de investigación: Administración Financiera y Responsabilidad Social Empresarial.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • N°02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 154 - 167
Análisis de gobierno corporativo por grupos etarios en las cooperativas financieras ...
Arias, W, Arciniegas, O., Álvarez, S., Y Jácome, W.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.03



## 1. Introducción

En la historia y evolución del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador se han visto marcadas por un desarrollo progresivo y la implementación de políticas orientadas a promover y apoyar prácticas económicas basadas en la solidaridad y equidad. Este sector, cuyas raíces se remontan al siglo XIX, ha crecido significativamente desde la crisis económica y financiera del año 1999, lo cual impulsó la expansión del Sistema Cooperativo de Ahorro y Crédito y el reconocimiento constitucional de la Economía Popular y Solidaria en el año 2008 (Elizalde-Marín et al., 2021). En respuesta a la creciente demanda de servicios financieros por parte de microempresarios, el mercado financiero ecuatoriano ha expandido sus servicios microfinancieros, conformados actualmente por entidades reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, conforme lo establece la Constitución Política de la República del Ecuador (Matamoros García & Yagual Tomalá, 2020). Este sector, compuesto por 527 organizaciones, incluidas Cooperativas de ahorro y crédito, Mutualistas y una Caja central, demuestra la diversidad de servicios financieros orientados a apoyar el desarrollo local y territorial (Luque González & Peñaherrera Melo, 2021).

Un aspecto relevante en la evolución de este sector es la composición etaria de los miembros de los consejos directivos, donde se observa una mayor concentración de miembros en el rango de 50 a 65 años de edad. Esta tendencia plantea desafíos en términos de relevo generacional y atracción de talento joven, como se ha señalado en estudios recientes (Simbaña Benalcázar, 2024). La importancia de una adecuada gobernanza en las sociedades financieras populares, radica en la necesidad de incorporar políticas y reglas o mecanismos que prevengan conflictos de interés y minimicen riesgos en la gestión de las Sociedades Financieras, lo cual es esencial para mantener la confianza y la sostenibilidad de estas instituciones (Torres Grimaldo & Cano Morales, 2019).

La consolidación del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador, refleja un compromiso con el fortalecimiento de una economía basada en principios de cooperación, solidaridad y reciprocidad. Este compromiso se manifiesta en la promoción del Buen Vivir (Sumak Kawsay) a través de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y el modelo económico social y solidario, establecido en la Constitución del año 2008. (Elizalde-Marín et al., 2021). Estos principios incluyen: la búsqueda del bien común, la prelación del trabajo sobre el capital, el comercio justo, la equidad de género, entre otros, los cuales son fundamentales para el desarrollo sostenible de la economía ecuatoriana (Matamoros García & Yagual Tomalá, 2020). Así, el sector no solo cumple con una función económica, sino que también contribuye a la construcción de un tejido social basado en valores de equidad y solidaridad, regulado y promovido bajo la supervisión de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, garantizando la sostenibilidad y el correcto cumplimiento de los principios que rigen la Economía Popular y Solidaria en el país (Luque González & Peñaherrera Melo, 2021).

El marco legal y regulatorio del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador es complejo y multifacético, reflejando tanto su naturaleza inclusiva y orientada a la comunidad como los desafíos que enfrenta en el contexto de un mercado competitivo. Un ejemplo ilustrativo de estos retos se encuentran en el estudio de la Caja Comunal de Atucucho, barrio ubicado al noroccidente de Quito, donde se destacan las dificultades derivadas de la falta de garantías por parte de los sujetos de crédito, y las implicaciones sociales, legales, económicas y tributarias que surgen de los constantes cambios normativos. Luque González et al. (2023) subrayan cómo estas modificaciones en la legislación, promulgadas por los organismos

de control, han comprometido el desarrollo y el impacto social de estas entidades. La adaptación de la denominación de Banco Comunitario a Banco Comunal y, finalmente, a Caja Comunal, evidencia la tensión entre el reconocimiento constitucional de estas instituciones y la realidad operativa, marcada por debilidades exógenas y contradicciones normativas.

Por otro lado, las Cooperativas de Ahorro y Crédito, fundamentales dentro del Sector Financiero Popular y Solidario, se rigen por principios cooperativos que enfatizan la equidad social y la gestión democrática. Coba Molina et al. (2020) analizaron el impacto financiero de la aplicación de estos principios, encontrando que la participación democrática y la apertura a nuevos socios, pueden tener efectos significativos en la morosidad y la liquidez de las cooperativas. Sin embargo, el estudio también reveló que la autogestión y la independencia, a pesar de ser valores centrales del movimiento cooperativo, pueden conducir a una estructura de costos más pesada, afectando negativamente la rentabilidad y la suficiencia patrimonial. Estos hallazgos resaltan la importancia de un marco regulatorio que no solo reconozca y promueva los valores cooperativos, sino que también facilite un entorno en el que las cooperativas puedan operar de manera sostenible y eficaz, ajustando sus prácticas de gestión, para equilibrar los principios cooperativos con la viabilidad financiera.

El Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador desempeña un papel crucial en el fomento de la inclusión financiera y el apoyo al desarrollo socioeconómico, particularmente para las PyMEs y comunidades marginadas. La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), promulgada en el año 2011, junto con la creación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en 2012, ha establecido un marco regulatorio sólido que privilegia el bien común sobre la acumulación de capital. Este marco ha sido esencial para dinamizar la economía ecuatoriana, incentivando emprendimientos en sectores rurales y marginales. Investigaciones como la de Matamoros García & Yagual Tomalá (2020), han mostrado cómo la Economía Popular Solidaria (EPS) ha impactado positivamente en varios indicadores económicos del país entre los años 2013 y 2017, destacando su importancia en el fortalecimiento de la economía ecuatoriana. A pesar de encontrar algunas correlaciones negativas como en el caso del Impuesto a la Renta, el Balance General revela un impacto positivo de las EPS en el desarrollo económico en Ecuador.

Además, el enfoque en la solidaridad, cooperación y reciprocidad, típico de este sector, se refleja en su contribución al desarrollo social. Delgado Chávez et al. (2021), ilustran cómo las Cooperativas de Ahorro y Crédito, por ejemplo, han mejorado los ingresos de sus socios y sus familias, además de invertir en la mejora de sus propias cooperativas. Esta mejora en el manejo financiero, apoyada por programas formativos del Estado, evidencia el impacto positivo de la Economía Popular y Solidaria, no solo en el ámbito económico, sino también en el social. Como señala León Serrano et al. (2022), la EPS ha sido un motor clave para reducir la desigualdad social y financiera en Ecuador entre los años 2008 y 2021, mediante la implementación de políticas transparentes, sólidas e innovadoras. La estrecha relación entre la EPS y el crecimiento económico se manifiesta en la ampliación del desarrollo productivo y la reducción de los niveles de desempleo y pobreza, reafirmando la importancia socioeconómica de este sector en el contexto ecuatoriano.

## 2. Revisión de la literatura

A partir de una revisión a la literatura, sobre investigaciones realizadas por varios autores relacionadas con el gobierno corporativo en el Sector Financiero Popular y Solidario, se identificaron importantes

brechas. En primer lugar, Romero (2021) evidenció un desarrollo conceptual limitado de la gobernanza cooperativa, encontrando que de 10 artículos analizados, solo 3 proponen una definición del término. En la mayoría de estudios previos han buscado aplicar los principios de la gobernanza corporativa tradicional a las cooperativas, sin considerar a profundidad las particularidades de su lógica de autogestión y participación democrática. Además, se detectó una escasez de investigaciones empíricas que evalúen cómo ha sido el impacto de las buenas prácticas de gobierno en cuanto a la eficiencia, transparencia y sostenibilidad de estas entidades. La literatura existente se ha centrado más en comparaciones teóricas que en análisis con evidencia empírica.

Por otro lado, se observó un abordaje insuficiente de la gobernanza en cooperativas de trabajo o vivienda, donde la autogestión se manifiesta con más fuerza, priorizando el estudio de grandes cooperativas de usuarios (Romero, 2021). A esto se suma un diálogo interdisciplinario aún incipiente, con poca representación del tema en revistas especializadas en cooperativismo y un predominio de publicaciones en revistas de administración y negocios. Si bien la responsabilidad social empresarial ha evolucionado desde concepciones solamente económicas hacia aspectos más éticos y de relacionamiento con stakeholders (Molina Valencia et al., 2017), todavía no se evidencia una discusión integral que articule múltiples disciplinas para abordar la especificidad de la gobernanza en el cooperativismo.

La relevancia del presente estudio para los diversos stakeholders del Sector Financiero Popular y Solidario ecuatoriano es significativo. Para los socios y directivos de las cooperativas, contar con un modelo de gobernanza adecuado a sus particularidades es fundamental y necesario, para fortalecer la gestión democrática, la transparencia y la responsabilidad social en las cooperativas; generando mayor confianza y compromiso (Aguilar Quiñonez & Tabra, 2022). Los organismos reguladores, como la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), también se benefician de un mejor entendimiento del gobierno cooperativo, es decir, de un modelo de gobernanza adecuado, pues les permite diseñar políticas y mecanismos de supervisión más efectivos para promover la estabilidad y el desarrollo del sector (Haro-Sarango, 2021). Asimismo, los inversionistas potenciales interesados en modelos de finanzas éticas, valoran en gran medida aquellas entidades que combinan la solvencia económica con las buenas prácticas de gobernanza y responsabilidad social (Torres-Cano et al., 2021). Y también se beneficia la comunidad en general, especialmente aquellos sectores más vulnerables y tradicionalmente excluidos del sistema financiero; ya que el fortalecimiento del gobierno corporativo en las cooperativas puede ampliar las oportunidades de acceso a servicios financieros y fomentar un desarrollo socioeconómico más equitativo.

Un adecuado gobierno corporativo en las cooperativas de ahorro y crédito promueve una gestión integral de riesgos, brindando lineamientos para identificar, medir, controlar y monitorear los diversos riesgos a los que estas entidades se encuentran expuestas (Altamirano-Salazar, 2019). Esto resulta esencial considerando que las cooperativas, por su enfoque social, suelen atender a segmentos de mayor vulnerabilidad. Además, la implementación de buenas prácticas de gobernanza favorece la transparencia, a través de una oportuna y confiable revelación de información financiera y no financiera a todos los grupos de interés (Aguilar Quiñonez & Tabra, 2022). Por todo lo indicado en los párrafos anteriores, se genera mayor confianza en el sector y fortalece su reputación. Finalmente, un buen gobierno corporativo alinea la gestión de las cooperativas con los principios de responsabilidad social, buscando un equilibrio entre la sostenibilidad financiera y la generación de valor social para sus miembros y comunidades (Haro-Sarango, 2021), contribuyendo así al cumplimiento de su

misión social y a los objetivos de desarrollo sostenible.

En el contexto del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador, las cooperativas de ahorro y crédito desempeñan un papel fundamental en la inclusión financiera y el desarrollo socioeconómico de los segmentos más vulnerables de la población, y es algo que se trasciende a la economía general del país. La buena gobernanza de estas entidades resulta esencial para garantizar su estabilidad, transparencia y cumplimiento de objetivos sociales. Sin embargo, aspectos como la composición o estructura de los órganos de gobierno, especialmente en lo referente a la edad de quienes ejercen cargos de alta responsabilidad como la presidencia, podrían tener implicaciones en la toma de decisiones estratégicas y la gestión de riesgos. Ante esta situación, surge la siguiente interrogante: ¿Existe una asociación entre el rango etario y la ocupación del cargo de presidente en los órganos de dirección de cooperativas Financieras Populares y Solidarias en Ecuador? Para responder a esta pregunta, se plantean dos hipótesis: H0: Hay independencia entre el cargo de presidente y pertenecer a un grupo etario; y H1: No hay independencia entre el cargo de presidente y pertenecer a un grupo etario. Considerando la falta de estudios específicos que aborden esta problemática en el ámbito ecuatoriano, se establece el siguiente objetivo de investigación: Determinar la existencia de una asociación entre el rango etario y la ocupación del cargo de presidente en los órganos de dirección de cooperativas financieras populares y solidarias en Ecuador.

## 3. Metodología

En la presente investigación se aplicó un diseño metodológico mixto para analizar el gobierno corporativo en el Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador, específicamente para determinar si existe una asociación entre el rango etario y el cargo de presidente en las entidades de este sector. Se optó por un enfoque mixto con el propósito de obtener una perspectiva más completa e integral del fenómeno, contrastando datos cuantitativos con las experiencias subjetivas de los participantes (Osorio González & Castro-Ricalde, 2021).

El tipo de investigación empleado fue descriptivo y correlacional. Se aplicaron métodos de nivel teórico, como el analítico-sintético para descomponer el objeto de estudio en sus partes y luego integrar los hallazgos en una síntesis comprensiva. También se utilizó el método inductivo-deductivo, partiendo de casos particulares para llegar a conclusiones generales y viceversa. Además, se empleó el método histórico-lógico, para analizar la evolución del gobierno corporativo en el Sector Financiero Popular y Solidario, y comprender su estado actual. En cuanto a las técnicas de recolección de datos, se aplicó la revisión documental para obtener información relevante de fuentes secundarias como informes, estadísticas y estudios previos sobre el tema.

En cuanto a la selección de los sujetos de estudio, no se requirió el uso de una muestra representativa, ya que se tuvo acceso a la totalidad de la base de datos proporcionada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Esto permitió trabajar con toda la población, es decir, con el conjunto completo de entidades que conforman el Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador. Al contar con la información completa y detallada de todas las cooperativas de ahorro y crédito registradas, fue posible realizar un análisis exhaustivo y preciso, evitando el margen de error asociado al muestreo y fortaleciendo la validez externa de los resultados obtenidos.

En el Cuadro N° 1 se presentó el número de instituciones pertenecientes al Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador, según datos proporcionados por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023). Se observó un total de 35.318

instituciones, distribuidas en diferentes segmentos. El segmento 4 fue el más numeroso, con 12.249 instituciones, seguido por el segmento 3 con 8.333. En tercer lugar se ubicó el segmento 2, que contó con 5.094 instituciones. El segmento 5 registró 5.214 instituciones, mientras que el segmento 1 presenta 4.092. Adicionalmente, se identificaron 336 mutualistas dentro del segmento 1. Estos datos reflejaron la magnitud y diversidad del Sector Financiero Popular y Solidario en el país.

**Cuadro N° 1. Número de Instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario**

| SEGMENTO | Cantidad de instituciones |
|---|---|
| SEGMENTO 1 | 4.092 |
| SEGMENTO 1 MUTUALISTA | 336 |
| SEGMENTO 2 | 5.094 |
| SEGMENTO 3 | 8.333 |
| SEGMENTO 4 | 12.249 |
| SEGMENTO 5 | 5.214 |
| **Total general** | **35.318** |

Fuente. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023).

El Cuadro N° 2 indica la población total del Consejo Directivo de las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador, según información proporcionada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023). Se registró un total de 36.414 directivos en este sector. La mayoría de ellos, 20.411 en total, formaron parte del Consejo de Administración, mientras que 14.340 integraron el Consejo de Vigilancia. Además, se contabilizaron 1.663 representantes legales en estas entidades. Estos datos permitieron dimensionar la estructura de gobierno corporativo en el Sector Financiero Popular y Solidario, evidenciando la importancia de los órganos de administración y vigilancia, así como la presencia de representantes legales en la dirección de estas instituciones.

**Cuadro N° 2. Población del Consejo Directivo de Instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario**

| Consejo Directivo | Cantidad de Directivos |
|---|---|
| CONSEJO DE VIGILANCIA | 14.340 |
| CONSEJO DE ADMINISTRACION | 20.411 |
| REPRESENTANTE LEGAL | 1..663 |
| **Total general** | **36.414** |

Fuente. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023)

Para la obtención de los resultados objetivos e inferenciales, se utilizó el programa estadístico SPSS versión 25. En primer lugar, se realizó un análisis descriptivo de las variables estudiadas, generando tablas de frecuencias, medidas de tendencia central y dispersión, según la naturaleza de cada variable. Esto permitió caracterizar la población objeto de estudio y obtener una visión general del comportamiento de los datos.

Posteriormente, se llevaron a cabo pruebas estadísticas inferenciales para determinar la existencia de asociaciones significativas entre el rango etario y la ocupación del cargo de presidente en las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario. Se aplicó la prueba de Chi-cuadrado de Pearson para evaluar la independencia entre estas variables categóricas, con un nivel de significancia del 5% ($\alpha = 0.05$). Además, se calcularon medidas de asociación como el Coeficiente de Contingencia y el Coeficiente V de Cramer para cuantificar la fuerza de la relación encontrada.

Los resultados obtenidos a través del programa SPSS versión 25, fueron interpretados y contrastados con la literatura previa y el marco teórico del estudio, permitiendo dar respuesta a la pregunta de investigación y verificar las hipótesis planteadas. Estos hallazgos fueron presentados mediante tablas y gráficos, acompañados de una descripción narrativa que destacó los aspectos más relevantes, y su significado en el contexto del gobierno

corporativo en el Sector Financiero Popular y Solidario de Ecuador.

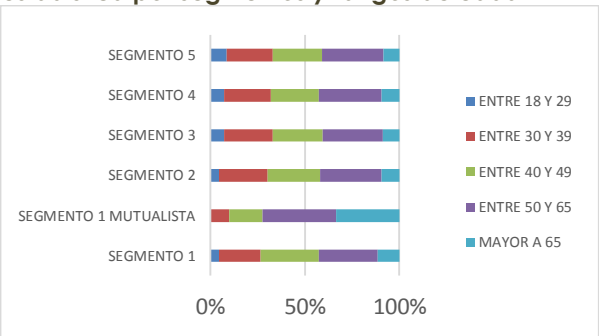
## 4. Resultados y discusión

### Resultados descriptivos

En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis de los datos recopilados sobre el gobierno corporativo en el Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador. En primer lugar, se muestran los hallazgos descriptivos que caracterizan a la población estudiada en términos de su distribución por segmentos y la composición de los consejos directivos. Posteriormente, se exponen los resultados inferenciales, derivados de las pruebas estadísticas aplicadas para determinar la existencia de una asociación entre el rango etario y el cargo de presidente en las instituciones de este sector. Estos resultados se presentan mediante tablas y gráficos, acompañados de una interpretación narrativa que destaca los aspectos más relevantes y su significado en el contexto de la investigación.

A continuación, se presenta el Gráfico N° 1, en el mismo se presenta la distribución por rango etario de los miembros de las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador, según el segmento al que pertenecen. Esta información permite visualizar la composición etaria de las personas que forman parte de estas entidades, lo cual es relevante para comprender la dinámica demográfica dentro del sector y su posible relación con los cargos directivos. El Gráfico N° 1 presenta los datos desagregados por segmento y rango etario, ofreciendo una visión detallada de la estructura por edad en cada uno de ellos.

**Gráfico N° 1. Distribución de la población estadística por segmentos y rangos de edad**




Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el Gráfico N° 1, el Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador presenta una distribución etaria variada en todos sus segmentos. El rango de edad predominante es el de 50 a 65 años, concentrando un total de 11.453 miembros (32,4% del total), seguido por el rango de edad entre 40 a 49 años con 9.429 miembros (26,7%). Esto indica que más de la mitad de las personas involucradas en este sector tienen entre 40 y 65 años de edad.

Por otro lado, se observa una menor participación de los jóvenes entre 18 y 29 años, que suman un total de 2.407 miembros (6,8% del total). Este dato sugiere que el Sector Financiero Popular y Solidario, podría enfrentar desafíos en términos de relevo generacional y atracción de talento joven.

En cuanto a la distribución por segmentos, el segmento 4, es el que cuenta con la mayor cantidad de miembros de todos los rangos etarios, totalizando 12.249 personas (34,7% del total). En contraste, el segmento 1 mutualista, es el que presenta la menor cantidad de miembros, con solo 336 personas (0,9% del total), y no registra participación en el rango etario de 18 a 29 años.

Estos resultados permiten caracterizar la composición etaria del Sector Financiero Popular y Solidario, brindando un panorama general de la distribución por edades en cada segmento. Esta información podría ser útil para el diseño de estrategias de atracción

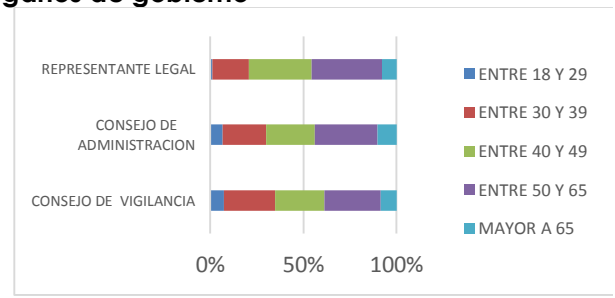
ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • N°02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 154 - 167
Análisis de gobierno corporativo por grupos etarios en las cooperativas financieras …
Arias, W, Arciniegas, O., Álvarez, S., Y Jácome, W.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.03



y retención del talento humano, así como para la planificación de procesos de sucesión y relevo generacional en las instituciones del sector.

A continuación, se presenta el Gráfico N° 2, que muestra la distribución por rango etario de los miembros del Consejo Directivo de las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador. Esta información permite analizar la composición etaria de las personas que ocupan cargos en los órganos de gobierno de estas entidades, específicamente en el Consejo de Vigilancia, el Consejo de Administración y como Representantes Legales. El Gráfico N° 2 presenta los datos desagregados por órgano de gobierno y rango etario, brindando una visión detallada de la estructura de edad en cada uno de ellos.

**Gráfico N° 2. Rango etario por distribución de órganos de gobierno**




Fuente: Elaboración propia

El Gráfico N° 2 revela que el Consejo de Administración concentra la mayor cantidad de miembros de todos los rangos etarios, con un total de 20.411 personas (56% del total). El rango de edad predominante en este órgano es el de 50 a 65 años, con 6.865 miembros (33,6%del total del Consejo de Administración). Por su parte, el Consejo de Vigilancia cuenta con 14.340 miembros (39,4% del total), y también presenta una mayor concentración en el rango etario de 50 a 65 años, con 4.342 personas (30,3% del total del Consejo de Vigilancia).

En cuanto a los Representantes Legales, se observa una menor cantidad de miembros en comparación con los otros órganos de gobierno, con un total de 1.663 personas (4,6%del total). En este caso, el rango etario predominante es también el de 50 a 65 años, con 632 representantes legales (38% del total de este grupo).

Es importante destacar que en todos los órganos de gobierno se observa una menor participación de los jóvenes entre 18 y 29 años, con solo 20 representantes legales (1,2% del total de este grupo), 1.354 miembros en el Consejo de Administración (6,6% del total de este órgano) y 1.069 miembros en el Consejo de Vigilancia (7,5% del total de este órgano). Estos datos sugieren que existe una menor representación de los jóvenes en los cargos directivos del Sector Financiero Popular y Solidario.

En resumen, el Gráfico N° 2 permite caracterizar la composición etaria de los órganos de gobierno del Sector Financiero Popular y Solidario, evidenciando una mayor concentración de miembros en el rango de 50 a 65 años de edad y una menor participación de los jóvenes. Esta información podría ser relevante para el diseño de políticas y estrategias orientadas a promover una mayor inclusión y diversidad en los cargos directivos de las instituciones de este sector.

**Resultados inferenciales**

En este apartado se presentan los resultados inferenciales obtenidos a partir del análisis estadístico realizado para determinar la existencia de una asociación entre el rango etario y el cargo de presidente en las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador. Mediante la aplicación de pruebas de hipótesis y medidas de asociación, se busca establecer si la edad de los miembros del Consejo Directivo está relacionada con la probabilidad de ocupar el cargo de presidente en estas entidades. A continuación, se muestran los resultados de las pruebas estadísticas aplicadas y se interpreta su significado en el contexto de la investigación.

A continuación se presenta el Cuadro N° 3, donde se indican los valores observados que muestra la distribución de frecuencias de los miembros del Consejo Directivo en el Sector

Financiero Popular y Solidario en Ecuador, según su rango etario y si ocupan o no el cargo de presidente. El Cuadro N° 3 contiene los datos empíricos que permitirán analizar si existe una asociación entre la edad de los directivos y la probabilidad de ser elegidos como presidentes en sus respectivas instituciones. El problema a investigar es determinar si hay independencia entre estas dos variables (rango etario y cargo de presidente) o si, por el contrario, están relacionadas de manera significativa. Los valores observados servirán de base para aplicar pruebas estadísticas inferenciales y medir la fuerza de la asociación, en caso de que exista.

**Cuadro N° 3. Cantidad de miembros directivos en el SFPS que ocupan el cargo de Presidente según rango etario**

| Ocupan el cargo SI /NO | ENTRE 18 Y 29 | ENTRE 30 Y 39 | ENTRE 40 Y 49 | ENTRE 50 Y 65 | MAYOR A 65 | Total general |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NO | 2389 | 8709 | 9248 | 11171 | 3233 | 34750 |
| SI | 54 | 284 | 478 | 668 | 180 | 1664 |
| **Total general** | **2443** | **8993** | **9726** | **11839** | **3413** | **36414** |

Fuente. Elaboración propia

En el Cuadro N° 3 muestra los valores observados de la distribución de frecuencias de los miembros del Consejo Directivo en el sector financiero popular y solidario del Ecuador, clasificados según su rango etario y si ocupan o no el cargo de presidente.

Las filas de la tabla representan los diferentes rangos etarios: "Entre 18 y 29años de edad ", "Entre 30 y 39 años de edad", "Entre 40 y 49 años", "Entre 50 y 65" y "Mayor a 65". Las columnas, por otro lado, indican si el miembro ocupa el cargo de presidente ("SI") o no ("NO").

Analizando los datos, se puede observar que la mayoría de los miembros del Consejo Directivo no ocupan el cargo de presidente, sumando un total de 34.750 personas. Dentro de este grupo, el rango etario más numeroso es el que comprende las edades "Entre 50 y 65" con 11.171 miembros, seguido por "Entre 40 y 49" con 9.248 miembros.

Por otro lado, un total de 1.664 miembros sí ocupan el cargo de presidente. De ellos, el rango etario más frecuente es también "Entre 50 y 65" con 668 presidentes, seguido por "Entre 40 y 49" con 478 presidentes.

Es importante destacar que el rango etario "Entre 18 y 29" presenta la menor cantidad de miembros tanto para los que no ocupan el cargo de presidente (2.389 miembros) como para los que sí lo ocupan (54 miembros).

En general, se observa una distribución de frecuencias que sugiere una posible asociación entre el rango etario y el cargo de presidente, con una mayor concentración de presidentes en los rangos etarios más altos. Sin embargo, para determinar si esta asociación es estadísticamente significativa, será necesario realizar pruebas inferenciales adicionales.

A continuación, se presenta el Cuadro N° 4 de valores esperados, el cual muestra la distribución teórica de frecuencias que se esperaría si no existiera una asociación entre el rango etario y el cargo de presidente en las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario. Es decir, si las variables fueran completamente independientes entre sí. La comparación entre los valores observados y los valores esperados permitirá determinar si las diferencias encontradas son estadísticamente significativas o si, por el contrario, podrían ser producto del azar. Esta tabla es un insumo clave para la realización de la prueba de hipótesis de independencia mediante el estadístico de Chi-cuadrado:

$$\text{ch} = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

**Cuadro N° 4. Tabla de valores esperados**

| Etiquetas de fila | ENTRE 18 Y 29 | ENTRE 30 Y 39 | ENTRE 40 Y 49 | ENTRE 50 Y 65 | MAYO R A 65 | Total general |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NO | 2331,36 | 8582,05 | 9281,55 | 11298,00 | 3257,04 | |
| SI | 111,64 | 410,95 | 444,45 | 541,00 | 155,96 | |

Fuente. Elaboración propia

El Cuadro N° 4 muestra los valores esperados o teóricos de la distribución de frecuencias de los miembros del Consejo Directivo en el Sector Financiero Popular y Solidario, en caso de que no exista asociación entre el rango etario y el cargo de presidente.

Las filas representan nuevamente los diferentes rangos etarios, mientras que las columnas indican si el miembro ocupa o no el cargo de presidente.

Los valores esperados se calculan bajo el supuesto de independencia entre las variables. Por ejemplo, si no hubiera asociación, se esperaría que 2.331 miembros del rango etario "Entre 18 y 29 años" no ocuparan el cargo de presidente, y 112 miembros de ese mismo rango sí lo ocuparan.

De manera similar, se pueden interpretar los demás valores esperados. Por ejemplo, en el rango "Entre 50 y 65 años", se esperaría que 11.298 miembros no fueran presidentes y 541 sí lo fueran, en caso de no existir asociación.

Estos valores esperados servirán como referencia para comparar con los valores observados reales y determinar si las diferencias entre ellos son lo suficientemente grandes como para rechazar la hipótesis nula de independencia entre las variables.

La prueba de Chi-cuadrado comparará los valores observados y esperados, y si las diferencias son estadísticamente significativas, se podrá concluir que existe una asociación entre el rango etario y el cargo de presidente en el sector analizado.

De acuerdo con los resultados presentados, la prueba de Chi-cuadrado arroja un valor calculado de 110.05, con 4 grados de libertad. Este valor calculado es considerablemente mayor que el valor crítico de la distribución Chi-cuadrado con 4 grados de libertad y un nivel de significancia del 5%, el cual es 9.49.

Dado que el valor calculado (110.05) excede ampliamente el valor crítico o valor tabulado (9.49), se puede rechazar la hipótesis nula de independencia entre el rango etario y el cargo de presidente en el sector financiero popular y solidario. En otras palabras, existe evidencia estadística suficiente para concluir que hay una asociación significativa entre estas dos variables.

El valor de probabilidad o nivel de error correspondiente al estadístico Chi-cuadrado calculado es menor al 5% establecido como nivel de significancia, lo cual refuerza la conclusión de que las diferencias observadas entre los valores esperados (bajo la suposición de independencia) y los valores reales no pueden atribuirse al azar.

Por lo tanto, con base en estos resultados, se puede afirmar que el rango etario de los miembros del Consejo Directivo está relacionado con la probabilidad de ocupar el cargo de presidente en las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador. Esta asociación es estadísticamente significativa y no ocurre por casualidad.

**Discusión**

El gobierno corporativo ha cobrado una creciente relevancia en las últimas décadas, particularmente en el sector financiero tras la crisis global entre los años 2007-2009, donde se evidencian las deficiencias en las prácticas de gobernanza de las entidades crediticias. En este contexto, resulta fundamental analizar la implementación del gobierno corporativo en las instituciones que conforman el Sector Financiero Popular y Solidario, cuyo enfoque en la economía social y popular las convierte en actores clave para la inclusión financiera y el desarrollo económico de los grupos vulnerables, y a su vez del país en general. Los estudios previos han abordado esta temática desde diferentes perspectivas y ámbitos geográficos, aportando valiosos hallazgos y recomendaciones que pueden contrastarse con los resultados obtenidos en el análisis del Sector Financiero Popular y Solidario ecuatoriano.

Un hallazgo relevante es la composición etaria de los miembros de los consejos directivos de las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario en Ecuador. Los resultados muestran una mayor concentración de miembros en el rango etario de 50 a 65 años, particularmente en los

Consejos de Administración y Vigilancia, con una menor participación de jóvenes entre 18 y 29 años. Este hallazgo coincide con las preocupaciones expresadas por Simbaña Benalcázar (2024), sobre los posibles desafíos que enfrenta el sector en términos de relevo generacional y atracción de talento joven. Asimismo, Torres Grimaldo y Cano Morales (2019) destacan la importancia de incorporar mecanismos que prevengan conflictos de interés, y minimicen riesgos en las sociedades financieras populares, lo cual podría relacionarse con la composición equilibrada de los consejos directivos.

Otro hallazgo clave es la asociación estadísticamente significativa encontrada entre el rango etario de los miembros del Consejo Directivo y la probabilidad de ocupar el cargo de presidente en las instituciones analizadas. Esta asociación sugiere una mayor concentración de presidentes en los rangos etarios más altos. Si bien los estudios previos no abordan directamente esta relación, Sánchez Pachón (2019), resalta la necesidad de adaptar las propuestas de gobierno corporativo a las particularidades de las cooperativas y otras formas asociativas, preservando su identidad y principios. En este sentido, la composición etaria de los órganos de dirección podría ser un aspecto a considerar en el diseño de prácticas de gobierno corporativo adaptadas al Sector Financiero Popular y Solidario.

Finalmente, los resultados descriptivos presentados brindan información valiosa sobre la estructura y composición de los consejos directivos en el sector analizado. Murillo Vargas et al. (2019), enfatizan la importancia de analizar las relaciones entre accionistas, administradores y grupos de interés en las entidades financieras. Por su parte, Aguilar Quiñonez y Tabra Ochoa (2022) proponen la adopción de mecanismos como informes de gobierno corporativo y códigos de conducta para mejorar la transparencia y la rendición de cuentas en las Instituciones Financieras Intermediarias de Microfinanzas (IFIM). Estas propuestas coinciden con las recomendaciones de Torres Grimaldo y Cano Morales (2019), quienes enfatizan la necesidad de adoptar códigos de buen gobierno en las sociedades financieras populares para promover la transparencia y la confianza de los inversionistas.

Los resultados encontrados en torno a la composición etaria de los consejos directivos y su relación con la ocupación del cargo de presidente cobran especial relevancia al examinarlos desde la perspectiva del gobierno corporativo en el Sector Financiero Popular y Solidario ecuatoriano. Estos hallazgos se suman a las evidencias previamente discutidas sobre la necesidad de adaptar las prácticas de buen gobierno a las particularidades de este sector. Si bien una mayor edad y experiencia de los miembros de los consejos podría aportar madurez y conocimiento al proceso de toma de decisiones estratégicas, la concentración de presidentes en los rangos etarios más altos también podría interpretarse como una señal de rigidez y resistencia al cambio generacional en la dirección de estas instituciones orientadas a la economía social y solidaria.

La falta de participación juvenil en puestos directivos, podría limitar la innovación y la capacidad de adaptación ante los nuevos desafíos que enfrenta el sector financiero popular y solidario en su misión de promover la inclusión financiera y el desarrollo económico de los grupos vulnerables. Por otra parte, la composición etaria desbalanceada en los consejos directivos, podría sugerir deficiencias en los mecanismos de selección y renovación de estos órganos de gobierno corporativo. Una mayor diversidad generacional, aunada a una adecuada combinación de experiencia y nuevos enfoques, contribuiría a fortalecer el gobierno corporativo y la sostenibilidad de estas instituciones a largo plazo.

En este sentido, los hallazgos resaltan la importancia de implementar buenas prácticas de gobierno corporativo adaptadas a las particularidades del Sector Financiero Popular y Solidario ecuatoriano, en línea con las propuestas de Aguilar Quiñonez y Tabra Ochoa (2022), para las Instituciones

Financieras Intermediarias de Microfinanzas en Nicaragua. Mecanismos como códigos de conducta, evaluaciones periódicas de desempeño y procesos transparentes de selección y sucesión, en los consejos directivos, podrían contribuir a equilibrar la composición etaria y promover una gobernanza más dinámica, inclusiva y eficaz en estas entidades claves para la economía social y solidaria del país.

Al aplicar la teoría de la agencia al análisis del gobierno corporativo en las cooperativas de ahorro y crédito, se encontró una asociación estadísticamente significativa entre el rango etario de los miembros del Consejo Directivo y la probabilidad de ocupar el cargo de presidente. Los resultados de la prueba de Chi-cuadrado permitieron rechazar la hipótesis nula de independencia entre estas dos variables. Se observó una mayor concentración de presidentes en los rangos etarios más altos, específicamente entre 50 y 65 años. Esto sugiere una posible desalineación de intereses entre los consejos directivos, predominantemente de mayor edad, y los socios más jóvenes de las cooperativas, quienes tendrían una menor representación en los órganos de gobierno.

Por otro lado, al examinar el gobierno corporativo desde el enfoque de la teoría de los stakeholders, los hallazgos revelaron una baja participación de jóvenes entre 18 y 29 años en los Consejos de Administración y Vigilancia de las cooperativas. Esta composición etaria desbalanceada en los órganos directivos podría interpretarse como una señal de rigidez y resistencia al cambio generacional en la dirección de estas entidades orientadas a la economía social y solidaria. Bajo el prisma de esta teoría, la falta de diversidad generacional en el gobierno cooperativo limitaría la capacidad de responder adecuadamente a los intereses y necesidades de todos los grupos de interés involucrados, afectando la sostenibilidad a largo plazo de estas instituciones (Garzón, 2021; Romero, 2021).

## 5. Conclusiones

Los resultados evidencian la necesidad de fortalecer los mecanismos de gobierno corporativo en las cooperativas de ahorro y crédito para promover una mayor alineación de intereses entre los órganos directivos y el conjunto de socios. La concentración de presidentes en rangos etarios más avanzados, sugiere una posible desconexión con las necesidades y expectativas de los socios más jóvenes. Se requieren procesos de selección y renovación de los consejos que fomenten una composición más equilibrada y representativa de todos los grupos etarios.

Desde el enfoque de la teoría de los stakeholders, la limitada participación juvenil en las estructuras de gobierno corporativo cooperativo, representa un riesgo para la adecuada canalización de los intereses de todos los grupos vinculados. Una mayor diversidad generacional, aunada a una combinación apropiada de experiencia y nuevos enfoques, contribuiría a fortalecer la sostenibilidad y el cumplimiento del propósito social de estas entidades a largo plazo.

Es imperativo que las cooperativas del Sector Financiero Popular y Solidario implementen buenas prácticas de gobierno corporativo, adaptadas a sus particularidades. Mecanismos como códigos de conducta, evaluaciones periódicas de desempeño y procesos transparentes de selección y sucesión en los consejos directivos podrían favorecer una gobernanza más dinámica, inclusiva y eficaz. Esto permitiría afianzar la confianza de los socios y demás grupos de interés en la capacidad de estas instituciones para crear valor social de manera sostenida.

## 6. Referencias

Aguilar Quiñonez, Y., & Tabra, E. (2022). Gobierno corporativo: El rol de la junta directiva en las Instituciones Financieras Intermediarias de Microfinanzas (IFIM) Corporate governance: The role of the board of directors in Microfinance Intermediary Financial Institutions (IFIM) (SSRN Scholarly Paper 4183706). https://papers.ssrn.com/abstract=4183706

Altamirano-Salazar, W. A. (2019). La Arquitectura de Control en el Gobierno Corporativo de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador. Economía y Negocios, 10(1), Article 1. https://doi.org/10.29019/eyn.v10i1.535

Coba Molina, E., Díaz Córdova, J. F., & Tapia Panchi, E. P. (2020). Impacto de los principios cooperativos en el sector financiero popular y solidario ecuatoriano. Revista de ciencias sociales, 26(2), 192–205. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7500752

Delgado Chávez, M. I., Mendoza Zamora, W. M., Quinche Chuqui, A. D. R., & Ponce Párraga, M. M. (2021). Impacto de la economía popular y solidaria en el sector cooperativo ecuatoriano. RECIMUNDO, 5(2), Article 2. https://doi.org/10.26820/recimundo/5.(2).abril.2021.426-439

Elizalde-Marín, L. K., Morales-Noriega, A. M., & Chamba-Bastidas, L. A. (2021). Análisis del sector financiero popular y solidario del Ecuador: Estadísticas principales. Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria). ISSN : 2588-090X . Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 6(1), 873–886. https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.378

Garzón, M. (2021). El concepto de gobierno corporativo. Visión de futuro, 25(2), 0–0. https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.25.02R.005.es

Haro-Sarango, A. (2021). Estructura de Gobierno Corporativo: Un aplicativo para la transparencia y mejora empresarial en Ecuador. Revista científica en ciencias sociales, 3(2), 111–121. https://doi.org/10.53732/rccsociales/03.02.2021.111

León Serrano, L. A., Bustos Carpio, G. E., & Pardo Asanza, F. A. (2022). Evolución de la Economía Popular y Solidaria y su impacto en el desarrollo social-productivo del Ecuador, 2008-2021. Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación, 10(2), Article 2. https://doi.org/10.26423/rcpi.v10i2.625

Luque González, A., Aldas Vargas, M. del C., Díaz Calva, M. J., & Meleán Romero, R. A. (2023). Análisis de las afectaciones de la banca comunal en Ecuador a partir de los cambios normativos: El caso de estudio Atucucho. Revista CIRIEC Costa Rica, 2(1), Article 1. https://n2t.net/ark:/64985/RCCR.v2i1.162

Luque González, A., & Peñaherrera Melo, J. (2021). Cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador: El desafío de ser cooperativas. REVESCO: revista de estudios cooperativos, 138, 76–92. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7873084

Matamoros García, D., & Yagual Tomalá, E. M. (2020). Economía popular y solidaria en Ecuador, el lento camino al desarrollo. Un análisis económico evolutivo. Revista Mapa, 4(18), Article

18. https://revistamapa.org/index.php/es/article/view/235

Molina Valencia, R. G., González Millán, O. U., & Niño Mendivelso, A. (2017). Revisión epistemológica del gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Revista Contexto, 6, 43–56. https://repository.ugc.edu.co/handle/11396/2244

Murillo Vargas, G., González-Campo, C. H., & García Solarte, M. (2019). Gobierno corporativo del concepto a la evolución organizacional en Bancolombia. Revista Universidad y Empresa, 21(36), 285–312. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6822

Osorio González, R., & Castro-Ricalde, D. (2021). Aproximaciones a una metodología mixta. NovaRua: Revista Universitaria de Administración, 13(22), 65–84. http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/140014

Romero, M. J. (2021). Revisión sistemática del concepto gobernanza cooperativa. Ciencias administrativas, 18, 27–40. https://doi.org/10.24215/23143738e083

Sánchez Pachón, L. Á. (2019). Buen gobierno y sociedades cooperativas: Disposiciones y recomendaciones para el buen gobierno de las sociedades cooperativas. Cooperativismo & Desarrollo, 27(114), 5. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7182337

Simbaña Benalcázar, E. F. (2024). El buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos en el sistema financiero popular y solidario. REVISTA ERUDITUS, 5(1), Article 1. https://doi.org/10.35290/re.v5n1.2024.946

Torres Grimaldo, J. A., & Cano Morales, A. M. (2019). Importancia del Gobierno Corporativo en las sociedades financieras populares en México. Cuadernos de Contabilidad, 20(49), 7. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7050709

Torres-Cano, S. M., Correa-Mejía, D. A., Torres-Cano, S. M., & Correa-Mejía, D. A. (2021). Impacto del gobierno corporativo en el valor de las empresas latinoamericanas: Evidencia desde el MILA. Suma de Negocios, 12(26), 73–82. https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a8

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 24 • N°01 – Julio – Diciembre 2024 •pp. 168-180
Percepciones de los jóvenes sobre la atención al cliente a través de medios electrónicos …
Baskin, R.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.04

visión gerencial

# Percepciones de los jóvenes sobre la atención al cliente a través de medios electrónicos previo a la nueva normalidad COVID-19

**Roberto José Baskin Totesaut**[1]
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad Simón Bolívar. Caracas - Venezuela.
rbaskin@usb.ve
https://orcid.org/0000-0003-4628-6385

**Recibido:** 12-12-23
**Revisado:** 28-02-24
**Aceptado:** 26-04-24

**¿Cómo citar este trabajo? –** ***How to cite this article?:***

Baskin, R. (2024). Percepciones de los jóvenes sobre la atención al cliente a través de medios electrónicos previo a la nueva normalidad COVID-19. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 168-180. Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.04

## Resumen

El presente estudio explora las percepciones en jóvenes sobre la atención al cliente por medios electrónicos de cara a la nueva normalidad que se está viviendo por el COVID19. Se ejecutó una revisión documental/bibliográfica para contextualizar el fenómeno y se recurrió a un estudio cuantitativo especialmente diseñado (técnica: encuesta). Los resultados indican que la transformación digital a nivel de atención al cliente por medios electrónicos ya estaba probablemente consolidada en millennials y centennials al momento de aparecer el coronavirus. Los desafíos para las empresas/instituciones recaen en la manera de relacionarse con personas que ahora son impacientes, están preocupadas, se sienten solas y tal vez enojadas. La mecanicidad/frialdad propia de los medios electrónicos debe afrontar creativamente su "humanización".

**Palabras Claves:** servicio al cliente; pandemia; teletrabajo; medios electrónicos; satisfacción laboral.

***Perceptions of young people on customer service through electronic media prior to the new COVID-19 normality***

*Objective: This study explores young people's perceptions of electronic customer service in the face of the new normality being experienced by COVID19. Methodology: A documentary/bibliographic review was carried out to contextualize the phenomenon and a specially designed quantitative study (survey technique) was used. Results and Conclusions: The results indicate that digital transformation at the level of electronic customer service was probably already consolidated in millennials and centennials when the coronavirus appeared. The challenges for companies/institutions lie in how to engage with people who are now impatient, anxious, lonely and perhaps angry. The mechanicity/coldness of electronic media mus eatively address their "huma*

***Keywords:*** *customer service; pandemic; telework; internet; electronic media; job satisfaction.*

[1] Doctorando en Gerencia (UCV). Magister en Administración de Empresas (USB). Especialista en Derecho Internacional Económico y de la Integración (UCV). Abogado (UCAB). Profesor del Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas (USB), y Responsable del Programa de Especialización en Gerencia de Mercadeo (USB).

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 24 • N°01 – Julio – Diciembre 2024 •pp. 168-180
Percepciones de los jóvenes sobre la atención al cliente a través de medios electrónicos …
Baskin, R.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.04



## 1. Introducción

El año 2020 quedará marcado en la historia por la pandemia, en otras palabras, por la aparición del COVID-19; se trata de una enfermedad causada por un virus específico "SARS-CoV-2" y nombrado en medios noticiosos como "Coronavirus" o "Nuevo coronavirus".

En cuestión de semanas este virus, aparecido en China a finales de 2019, recorre el mundo entero con una rapidez solo superada por Internet. Un planeta interconectado desde hace años, gracias a Internet, con economías más abiertas e intercambios más intensos desde el punto de vista comercial, académico, industrial, geopolítico, etc., ha sido usado como propulsor por lo anticipado por algunos: una pandemia global de fácil propagación y sin cura ni tratamiento conocido para darle solución a la misma.

Esta especie de fragilidad es referida entre otros por el profesor de la Universidad de Los Andes (ULA, Mérida - Venezuela) el Doctor en Ciencias Humanas Alberto José Hurtado Briceño, en un artículo de opinión publicado en el Diario El Universal: "(…) esta mayor interconexión también ha aumentado la vulnerabilidad de los países a eventos globales como la pandemia del COVID-19. La rápida propagación del virus a nivel mundial, se debió en parte a la facilidad con la que las personas pueden viajar y moverse entre países". (Hurtado, 2020).

Este mundo interconectado casi en su totalidad, se ha detenido por meses, afectándose la economía mundial, por el efecto directo que ha tenido el virus en la producción, la productividad, la interrupción de la cadena de suministro y del mercado, las repercusiones financieras en las empresas y los mercados financieros.

La firma privada *Deloitte*, número uno en servicios profesionales en su ramo en el mundo, señala con relación a las repercusiones del COVID-19: "El efecto general es perturbar la actividad económica lo suficiente como para desacelerar considerablemente el crecimiento mundial. Las empresas que sean lo suficientemente ágiles para gestionar el cambio de proveedores y que tengan suficiente liquidez para sobrevivir a períodos de bajas ventas e ingresos tendrán una ventaja competitiva". (Deloitte, 2020a).

Desde luego, para las empresas el momento es complicado y el cómo mantener a sus clientes, se ha transformado en un reto colosal. Que persista la confianza y la lealtad de los clientes, no luce sencillo ante tanta incertidumbre.

Deloitte en otro artículo sobre las claves para mantener la confianza del cliente durante la crisis del COVID-19, señala una serie de aspectos que considera vitales en este momento: Sé fiel a tu marca y propósito, comunícate con los clientes, comunícate con tus empleados, desarrolla nuevas formas de trabajar con tus clientes, intenta formar un equipo, esfuérzate para cuidar a tus clientes leales, encuentra nuevas formas de generar ingresos, evalúa tus servicios, revisa tus acciones de marketing y publicidad, revisa tus canales digitales, utiliza tecnología avanzada, recuerda la importancia de la liquidez. (Deloitte, 2020b).

Varios de estos elementos están fuertemente relacionados al marketing externo (la comunicación con los clientes, la revisión de los servicios y de los canales digitales y el uso de tecnología de punta).

Las medidas para el control de la pandemia en todas partes del mundo, le han dado prioridad al aislamiento o distanciamiento social, lo cual como era lógico prever ha generado consecuencias psicológicas en los individuos/consumidores. Un artículo de la empresa *Ipsos*, sobre los efectos psicológicos del aislamiento, señala con base en una encuesta realizada por Global Advisor a casi 14.000 personas de 15 países, que el 43% de los encuestados dijeron estar impacientes por volver a la vida normal. Otro tercio (34%), se muestra preocupado por su salud, mientras que el 15% se siente solo y el 12% está enojado por las restricciones a su libertad. (Ipsos, 2020).

En resumen, las personas se sienten impacientes, preocupadas, solas y/o enojadas. Con tal predisposición, se podría pensar que si las marcas/productos no mantienen un canal abierto, fluido y firme de comunicación con sus clientes, estos reaccionarán negativamente, alterándose lealtades de consumo y buenos posicionamientos.

Si se trabaja estrechamente con los clientes durante tiempos difíciles (como el actual, debido a la pandemia), es posible que esto se traduzca en unas relaciones más fuertes en un futuro. Es evidente que, dado que las personas pueden estar evitando o evitarán salir a la calle debido a la presencia del coronavirus, es probable que aumente(como de hecho empíricamente se observa), el uso de los canales digitales. En este sentido, en el último artículo de Deloitte citado, se afirma que "El uso de *chatbots* también puede ser una forma efectiva de mantener abiertas las líneas de comunicación con tus clientes". En esta línea de pensamiento, también Forbes Centroamérica (2020), en un artículo titulado "Los efectos del Covid-19 en el consumidor" asegura que: "Crecerá la banca electrónica para pagos de servicios, la educación en línea, los servicios de internet. Habrá más internet de las cosas, robótica, inteligencia artificial en un futuro inmediato". Desarrollan la idea de la necesidad de las corporaciones de prepararse para la nueva/próxima normalidad y la búsqueda de una conexión real con el consumidor. Recomiendan puntualmente que "Los programas y canales de *Customer Service* deben ser revisados: lo virtual crecerá de forma radical, especialmente en los canales de atención al cliente, servicio, relación".

Finalmente, la globalización ha expuesto su inmenso potencial, no solamente para demostrar sus bondades, sino también para lo que podría percibirse como negativo.

En este contexto luce relevante conocer ¿Cuáles son las percepciones en jóvenes sobre la atención al cliente por medios electrónicos de cara a la nueva normalidad por el COVID19?

En concreto, se plantea como objetivo general explorar las percepciones en jóvenes sobre la atención al cliente por medios electrónicos de cara a la nueva normalidad por el COVID19, en Venezuela.

Los objetivos específicos se orientan a estudiar los hábitos básicos de comunicación con relación a consultas/solicitudes a empresas/instituciones públicas o privadas, analizar la importancia de atributos de las empresas desde el punto de vista de las gestiones electrónicas, estudiar la satisfacción con la velocidad de respuesta cuando se hacen requerimientos por email, redes sociales, WhatsApp, livechats, chatbots y webchats.

## 2. Revisión de la literatura

### 2.1 El mundo digital: cuna de lo electrónico/ tecnológico

La transformación digital está presente en todos los ámbitos de la vida. De lo analógico se ha pasado a lo digital, como por ejemplo: la nube (*cloud computing*), inteligencia artificial, el internet de las cosas, *big data*, robótica, impresión 3D, realidad virtual y aumentada, *blockchain*, entre otros, los cuales son el presente y, en prospectiva obvia el futuro. Sin embargo, la velocidad y lo disruptivo con que suceden los cambios hace incierto dicho futuro. El COVID-19 ha terminado de dar el empujón que se necesitaba para enfrentar y resolver las diversas circunstancias con base en lo digital.

Un ejemplo de señal análoga es la emisión de la voz humana hacia el exterior mediante un altavoz o micrófono. En cuanto a las señales digitales, estas se encuentran en las computadoras, CDs, DVDs, etc. Lo digital por naturaleza tiende a ser portable, manejable, repetible y masificable. La realidad se congela y se recrea, entre otras cosas se globalizan formas de comunicación. Lo digital es el combustible de un portaaviones tecnológico que empuja a la humanidad.

Zygmunt Bauman en su libro *Modernidad Líquida,* ha retratado estos tiempos modernos, metafóricamente como de "fluidez" y en consecuencia de movilidad, y sobre todo en lo disruptivo por lo tecnológico. Lo líquido a diferencia de lo sólido, no conserva fácilmente su forma. Los fluidos no se fijan al espacio, ni se atan al tiempo; y son proclives y están dispuestos a cambiar su forma constantemente. Se podría decir que lo sólido se maneja con base en absolutos; el tiempo no importa. (Bauman, 2003).

El mundo digital puede resumirse, en buena medida, a la digitalización de lo que se hace y cómo se hace. Este fenómeno podría corresponderse con lo que en el libro de Samuel P. Huntington (1996) *El Choque de Civilizaciones y la Reconfiguración del Orden Mundial,* aparece como

la "civilización universal". Define a ésta como la confluencia de la humanidad y la creciente aceptación de valores, creencias orientaciones, prácticas e instituciones comunes por pueblos y personas en todo el mundo. La civilización universal, en una de sus vertientes, sería el resultado de los vastos procesos de modernización que han operado desde el siglo XVIII. Posiblemente, la interacción entre personas (comercio, turismo, medios de comunicación, comunicaciones electrónicas, etc.) está creando una cultura mundial común.

Lo digital, de alguna forma, está fomentando la estandarización del mundo, la perdida de lo analógico; la creación material de la humanidad global. Se está logrando la difusión a escala mundial de las pautas de consumo y cultura popular occidentales. No hay que olvidar que las grandes innovaciones tecnológicas (creación del Internet y de la World Wide Web) provienen del hemisferio occidental. Las innovaciones en una civilización son asumidas ordinariamente por las demás.

### 2.2 La realidad de la atención al cliente y los medios electrónicos

Del punto anterior se puede concluir que el marketing y sus aspectos relacionados, como es lógico suponer, no escapan de la digitalización del mundo. Lo apropiado sería decir que escapan mucho menos de la digitalización del mundo por la naturaleza de las actividades de intercambio involucradas.

Para Kotler et al. (2017) ha habido una evolución dentro del marketing: Marketing 1.0 centrado en el producto, Marketing 2.0 centrado en el consumidor, el 3.0 centrado en el ser humano y el 4.0 que ha surgido por la necesidad que se ha creado en una economía abiertamente digital donde el *sharing* y la conectividad son fundamentales. En esencia, el Marketing 4.0 describe una profundización y una ampliación del marketing centrado en el ser humano para cubrir cada una de las necesidades del viaje del cliente (*customer journey*).

La atención o el servicio al cliente es uno de los puntales del marketing moderno. Organizaciones, empresas, marcas y productos están centrados en el consumidor, en sus necesidades y deseos. Lo relacional entre oferta y demanda nunca fue más importante en un mundo en extremo competitivo: los consumidores no sobran ni crecen como pasto.

La pandemia por el COVID-19 ha dejado a la humanidad debilitada en muchos sentidos. La forma para combatir al coronavirus se ha centrado en el aislamiento, en el mejor de los casos en el distanciamiento social, físico y psicológico; para muchos este es el único antídoto. Los seres humanos están más solos, más desvalidos, más desconectados que nunca antes. No se habla precisamente de una desconexión en términos digitales, en donde se da exactamente todo lo contrario.

Pese a que para los seres humanos de hoy sin duda existe un antes y un después del COVID-19, los cambios en la forma en que se prestan los servicios, por parte de empresas/instituciones, marcas y productos, ha venido cambiando dramáticamente sobre todo en el siglo XXI, como producto de la irrupción del mundo digital.

Según Lovelock et al. (2004):En todo el mundo, el sector servicios de la economía atraviesa por un período de cambio casi revolucionario, en el que las formas establecidas de hacer negocios siguen cambiando de dirección. Al inicio de un nuevo milenio, vemos que los avances recientes en los servicios transforman nuestra manera de vivir y trabajar. Los innovadores lanzan continuamente nuevas formas de satisfacer nuestras necesidades existentes e incluso necesidades que ni siquiera sabíamos que existían (¿cuántos de nosotros, hace 10 años, pensábamos en la necesidad personal del correo electrónico?). Lo mismo ocurre en los servicios dirigidos a los clientes corporativos. (p.2).

Kingsnorth (2016), comenta que la transformación digital es tal vez el tema de conversación más importante en la actual arena digital. Si una empresa aún no lo está sobre el tema, es casi seguro que está planeándolo. Google muestra un crecimiento exponencial en las búsquedas de "transformaciones digitales," como un conjunto de palabras clave desde 2011 y muchas de las consultorías más grandes se han trasladado a este espacio (…) (p. 175).

El marketing es una dialéctica que se da entre

oferta y demanda. Relación volcada en términos de deseos más que en necesidades. Está posada contemporáneamente sobre el paradigma de la satisfacción al cliente o su experiencia. Para Kotler y Keller (2012, p. 5), tradicionalmente marketing es: "satisfacer necesidades de manera rentable". Es la labor de crear, promover y entregar bienes y servicios a los consumidores y a los negocios.

El mundo digital tiene traducción en el mundo del mercadeo, ya que las relaciones de intercambio fueron un componente importante para impulsar al primero. El hombre socializa, como en el caso de las redes sociales, y también participa en relaciones comerciales, ubicándose desde la oferta o desde la demanda (Amazon, eBay, etc.). Es indudable el carácter social del fenómeno digital. El mundo digital es artificial, pero es articulado por personas. Es un hecho social. El mundo digital es un medio para muchas cosas, entre ellas el comercio; se trata de un fenómeno humano y social. Se relaciona con la satisfacción a personas/seres humanos en sus diferentes contextos.

El presupuesto principal para el despliegue de una operación para la atención a clientes por medios electrónicos, pasa por el desarrollo de un plan de servicio aplicado a esta nueva realidad, en la que los canales digitales de servicio al cliente se movieron intempestivamente a un primer plano. Este nuevo rol no puede tomarse a la ligera.

Señala Tschohl (2008): cuando los directivos de una organización saben lo que es importante para los clientes, y son conscientes de las deficiencias que existen en el servicio que están ofreciendo, entonces están listos para redactar su "plan de servicio".

La base de un plan del servicio debe partir de una clara enunciación de la estrategia por seguir. Usted necesita, en la estrategia, una sólida visión de los valores que representa el servicio para su organización y, además, un plan bien elaborado, coherente y bien ejecutado para alcanzar esos valores. En dicho plan deben incluirse todas las piezas del rompecabezas. (p. 62).

Finalmente, prestar servicio por medios electrónicos, es igualmente prestar servicios como en el pasado, solo que bajo un contexto diferente, donde la mezcla de marketing requiere adaptaciones. No es simplemente incluir "nuevos" canales de comunicación. En este sentido Kingsnorth (2016) aclara:

Dentro de su estrategia digital se tienen oportunidades para hablar directamente con clientes a través de las redes sociales, que ahora es una expectativa de muchos consumidores. Se puede proporcionar ayuda e información en línea en tiempo real y todo ello sin necesidad de que el consumidor pase por un sistema telefónico. Esto ya no es un complemento de una estrategia de servicio al cliente, es un elemento esencial. (p. 212).

Desde luego, que el fenómeno de las redes sociales atrae mucha atención en cuanto al servicio al cliente. La rapidez de respuesta aquí es central. Kingsnorth (2016) comenta:

Un área de servicio al cliente digital que continúa experimentando una importante transformación, es la del servicio social al cliente. Una de las principales diferencias entre el servicio al cliente social y otros canales es que a menudo se inicia y continúa en un canal muy público. Las respuestas son exigidas rápidamente (…). (p. 225).

Entonces la rapidez es un aspecto de gran importancia en las redes sociales cuando se tramitan requerimientos, pero hay otros grandes desafíos. Tener al personal adecuado es vital:

(…) Las redes sociales suelen ser gestionadas por el área de relaciones públicas o personal del equipo de marketing (que puede ser el mismo), en estos casos es poco probable que tengan la habilidad o capacidad para manejar los elementos de servicio al cliente. (Kingsnorth, 2016, p. 225).

Lo ideal es que a medida que las redes sociales se convierten cada vez más en un *medio de comunicación* para organizaciones en lugar de un *canal de mensajes*, estas funciones se alejen del área de marketing. Es previsible que una vez que las empresas alcanzan la madurez con el manejo de las redes sociales, pueden utilizar el canal como una parte integrada de su proceso de servicio al cliente, y su uso termine convirtiéndose en algo más articulado y estratégico.

El tema abordado en este artículo resulta tan novedoso, que no se encuentran con facilidad trabajos científicos que lo aborden. Lo intempestivo

y hasta cierto punto fortuito de la pandemia, la cual termina desde luego contextualizando y singularizando el fenómeno en estudio, aunado a la exploración en el segmento joven y su relacionamiento con los medios electrónicos, hace difícil poder contrastar hipótesis y puntos de vista.

Sin embargo, en general, citando a una empresa como Hootsuite, que en esencia es una herramienta de marketing y gestión de redes sociales con millones de usuarios en el mundo, la importancia de abordar lo digital parece estar muy clara en esta particular época. En su Blog puntualizan:

La atención al cliente en redes sociales siempre ha sido un factor clave para las empresas, sin embargo, el año 2020 cambió por completo la forma en la que las personas y las empresas utilizan las redes sociales. La pandemia intensificó la necesidad de los usuarios de tener conexiones uno a uno con las marcas y las empresas que siguen, y gracias a la inmediatez de canales como Twitter, Instagram o Facebook, las redes sociales se convirtieron en el modo preferido para la resolución de problemas de muchos clientes. Adame, Newberry (2021).

Entonces, la vinculación entre la atención al cliente por medios electrónicos y la calidad de servicio pudiera tener un papel medular en la relación oferta-demanda. En un interesante artículo titulado "La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México", se pueden encontrar luces al respecto. El objetivo del estudio fue identificar la relación entre la variable calidad en el servicio y las variables satisfacción del cliente y lealtad del cliente, encontrando que existe una correlación altamente significativa, positiva y fuerte de la variable de calidad en el servicio con satisfacción del cliente (Silva-Treviño et al., 2021, p. 85). Destacan adicionalmente que "La calidad en el servicio se considera una alternativa para que las empresas puedan obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado".

Desde luego, tocaría profundizar entre la vinculación de la variable calidad, atención al cliente a través de medios electrónicos y la satisfacción al cliente, para entender mejor el fenómeno.

Continuando en este orden de ideas, una destacada empresa especializada en software de servicio al cliente y *Customer Relationship Management (CRM*) de ventas, que ayuda a las empresas a mejorar la relación con sus clientes y equipo, llamada Zendesk, en su Blog se pasea por el tema de la calidad, esgrimiendo que esta debe mejorar para optimizar la experiencia del cliente en sus interacciones. Menciona que la "interconexión" es otra de las características de las nuevas tecnologías y se deben crear redes de comunicación que se retroalimenten (Zendesk, 2022), lo cual contendría como podría suponerse a la atención al cliente.

## 3. Metodología

En primer lugar, se realizó una revisión documental/bibliográfica para contextualizar teóricamente la temática abordada en el artículo. Como fuente primaria se contó con los datos arrojados por un estudio especialmente ejecutado, cuyo enfoque fue cuantitativo.

La ficha técnica que resume el diseño muestral se presenta a continuación:

Universo constituido por integrantes del listado de correos electrónicos *-mailing list-* (632) del autor de este artículo. Esto incluyó estudiantes de pregrado/postgrado de la Universidad Simón Bolívar y de la Universidad Católica Andrés Bello, campus ubicados en Caracas - Venezuela. El tamaño de la muestra alcanzó los 24 individuos. La selección de la unidad muestral fue por conveniencia (muestreo no probabilístico). Desarrollándose el periodo para el trabajo de campo del 13 al 18 de marzo del año 2020 (justo al inicio de las etapas de confinamiento mundial por COVID-19). Como instrumento de recolección de datos se usó una encuesta especialmente diseñada y aplicada de forma online, utilizando la aplicación *Google Forms.* El target del estudio consideró hombres y mujeres, entre los 18 y 60 años, de los niveles socioeconómicos C+/C (clase media), residenciados en Venezuela. Para la elaboración

del cuestionario, primero se ejecutaron tres entrevistas en profundidad (modalidad no estructurada) a miembros del target, para así explorar los tópicos/aspectos de relevancia, visualizar posibles escalas y tipos de preguntas a utilizar. La encuesta definitiva contó con 11 preguntas cerradas. Su estructura:

Preguntas 1 y 2 (escala nominal). Interrogantes para medir los hábitos relacionados a las formas preferidas de comunicarse para hacer consultas o requerimientos a empresas o instituciones públicas o privadas. Frecuencia con que se solicita información o se hacen consultas o requerimientos por medios electrónicos (email, las redes sociales, *WhatsApp, livechats, chatbots y webchats*…) a empresas o instituciones públicas o privadas.

Pregunta 3 (escala ordinal: muy importante "5", importante "4", más o menos importante "3", poco importante "2", nada importante "1"). Interrogante para medir el grado de importancia de atributos en empresas o instituciones públicas o privadas en cuanto a consultas o requerimientos por medios electrónicos a empresas o instituciones públicas o privadas.

Pregunta 4 (escala nominal). Interrogante para la eficacia de respuesta ante consultas o requerimientos hechos por medios electrónicos a empresas o instituciones públicas o privadas.

Pregunta 5 (escala ordinal: muy satisfecho "5", satisfecho "4", más o menos satisfecho "3", poco satisfecho "2", nada satisfecho "1"). Interrogante para medir el grado de satisfacción con la velocidad de respuesta cuando se hacen solicitudes o requerimientos por medios electrónicos.

Pregunta 6 (escala de likert: totalmente de acuerdo "5", de acuerdo "4", más o menos de acuerdo "3", en desacuerdo "2", totalmente en desacuerdo "1"). Interrogante para determinar el nivel de acuerdo/desacuerdo sobre posibles razones de las empresas/instituciones públicas o privadas para no responder o tener una velocidad lenta para responder consultas o requerimientos por medios electrónicos.

Pregunta 7 (escala nominal). Interrogante para medir el tiempo máximo razonable para que una empresa/institución pública o privada responda consultas o requerimientos por medios electrónicos.

Finalmente, cuatro preguntas para los demográficos (preguntas: "a" género, "b" edad, "c" domicilio y "d" ocupación).

Una vez diseñado el cuestionario se procedió a realizar una prueba piloto con 5 casos, para verificar aspectos formales, detectar incomprensiones o problemas en la fluidez del instrumento.

Para obtener la validez de contenido del instrumento, se realizó una aproximación cualitativa para explorar el fenómeno. Esto se hizo a través de entrevistas en profundidad no estructuradas (tres casos). En un segundo momento, se presentó el borrador del instrumento a juicio de dos expertos: un investigador académico y otro comercial. Finalmente se aplicó la prueba piloto (cinco casos). De esta etapa, por su naturaleza, no se obtuvo ningún coeficiente de validez.

En cuanto a la confiabilidad interna de la escala, en la pregunta 3 que midió el grado de importancia de una serie de atributos en empresas o instituciones públicas o privadas en cuanto a consultas o requerimientos hechos por medios electrónicos, el alfa de Cronbach pasó de 0.828 a 0.8422 en un procedimiento estándar, luego de eliminar los ítems 3d, 3j y 3q (por arrojar bajas correlaciones con el total), indicando una aconsejable correlación de los ítems entre sí. Nunnally y Bernstein (como se cita en Streiner, 2003) recomiendan un coeficiente de alfa de Cronbach a partir de 0.7 para estudios en etapas tempranas (p. 103). Streiner (2003) concluye que "valores mayores a 0.900 pueden ser muy altos y apuntar a una redundancia entre los ítems" (p. 103).

Oviedo y Campo-Arias (2005) señalan: "El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja" (p. 577).

En la pregunta 6, también se aplicó una escala (likert) con respecto a una batería de ítems, en este caso para determinar el nivel de empatía (acuerdo/desacuerdo), sobre las posibles razones de las empresas o instituciones públicas o privadas para no responder o tener una velocidad lenta para responder por medios electrónicos. El alfa de Cronbach pasó de 0.835 a 0.846 en un

procedimiento estándar, luego de eliminar el ítem 6i (por su baja correlación con el total), indicando una aconsejable correlación de los ítems entre sí.

El procesamiento de datos se hizo a través del software de IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 26, previamente traspasadas las respuestas de la encuesta cargada en la aplicación Google Form, la cual los vacía en un archivo de Excel. Se usó estadística descriptiva para mostrar los resultados. El tipo de muestreo utilizado hizo que la muestra no fuera representativa de la población, pero de utilidad para comprender en un primer acercamiento el fenómeno planteado.

## 4. Resultados

El perfil definitivo que se obtuvo al aplicar el tipo de muestreo fue el siguiente: **por género**: femenino (58.3%), masculino (41.7%); **por edad**: entre 18 y 30 años (55.8%), entre 31 y 40 años (33.3%), entre 41 y 50 años (12.5%), entre 51 y 60 años (8.3%); **por domicilio**: residenciados en Caracas (95.8%), residenciados en el interior del país (4.2); **por ocupación**: ama de casa (4.2%), empleado intermedio (8.3%), estudiante (41.7%), gerente/director/jefe de departamento (4.2%), profesional independiente (41.7%).

### 4.1 Hábitos relacionados con las formas de comunicar consultas/ requerimientos

En general, ante la eventual necesidad de realizar consultas/requerimientos a empresas/instituciones públicas o privadas, los encuestados (70.8%) prefirieron abiertamente el uso de medios electrónicos como el email, las redes sociales, WhatsApp, livechats, chatbots y webchats. En segundo lugar, la vía telefónica apareció con algún peso destacable, pero mucho menor (20.8%).

La frecuencia con que se hacen requerimientos por medios electrónicos no es muy espaciada. El 70.8% de la muestra se concentra entre semanal, quincenal y mensual, siendo la primera alternativa la de mayor peso con 54.2%.

La eficacia o capacidad de respuesta que se evidencia por parte de las empresas/instituciones públicas o privadas, cuando son contactadas por medios electrónicos, luce un poco baja. Sólo en la mitad de los casos los encuestados expresaron plena eficacia en el contacto.

En la escala utilizada del 1 al 5, la satisfacción se ubicó en un valor intermedio de 3.38%. Apenas un 8.3% manifestó estar muy satisfecho con relación a la velocidad de respuesta cuando realiza requerimientos a empresas/instituciones públicas o privadas por los medios electrónicos.

### 4.2 Grado de importancia de atributos en consultas o requerimientos

De todos los aspectos evaluados, sólo resultó con un promedio por debajo del promedio del resto el ítem: Terminada la consulta/solicitud online, se ofrezca una breve encuesta para opinar del servicio. Se aprecia que las expectativas sobre la atención al cliente por medios electrónicos implican muchos factores.

En un primer grupo de elementos, son importantes: el comportamiento online del personal sea educado y amable (4.96), el servicio online sea igual de satisfactorio al presencial (4.88), tengan servicio de atención online (4.83), el sistema para interactuar online sea fácil de usar (4.83), que la información de los canales online de atención, sean fáciles de encontrar (4.83).

En un segundo grupo, destacan: se contacten rápidamente con sus clientes vía online (4.79), los datos de la consulta/solicitud online sean privados/seguros (4.79), tengan personal suficiente para atender online (4.71), sean modernos, sigan al mundo digital (4.71), resuelvan al primer contacto mi solicitud/consulta online (4.71).

En un tercer grupo, aparecen: tengan personal experto manejando la atención online (4.67), sea visualmente atractivo el canal online (4.58), respondan online las 24 horas los 365 días (4.50), estén en todas las redes sociales (4.29).

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 24 • N°01 – Julio – Diciembre 2024 •pp. 168-180
Percepciones de los jóvenes sobre la atención al cliente a través de medios electrónicos …
Baskin, R.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.04



### 4.3 Posibles razones de no responder o tener una velocidad lenta a consultas o requerimientos por medios electrónicos

Para la muestra consultada, las razones que tienen empresas/instituciones para no responder o responder a una velocidad lenta sus requerimientos vía medios electrónicos, tiene que ver mayormente con: No tienen personal suficiente (4.00) y no están disponibles las 24 horas los 365 días (3.79).

Por debajo del promedio aparecen los ítems: No les importan sus clientes o relacionados (2.71) y pareciera que no son educados/amables (2.71).

Un elemento relevante del estudio, es la estimación en tiempo que tuvo la muestra consultada para recibir una respuesta cuando se hace un requerimiento a través de medios electrónicos. El 37.5% manifestó que el tiempo máximo sería de medio día. Un 33.4% dio un lapso incluso menor, entre menos de media hora y media hora. El 70.9% fluctúa entre medio día y menos de media hora.

## 5. Discusión

Hoy en día el paradigma que regula la relación entre la oferta y la demanda recae en esta última. Los mercados cada vez más saturados, han hecho que el reto por capitalizar clientes que sean leales desplace en alguna medida al desafío de producir o fabricar.

En el mundo del marketing se habla de forma recurrente, desde hace años, que una propuesta de valor es el puente para conectar eficientemente a quienes producen con quienes compran o adquieren bienes o servicios.

Si esto es así, como parece serlo en este momento, entonces todo lo que sea parte de ese "puente" será objeto de estudio y foco mercadotécnico.

La digitalización del mundo es parte de nuestra realidad. La misma empujada por los profundos cambios en el modus vivendi de las personas durante casi dos años, producto de la pandemia del COVID-19, que recluyó al mundo entero en sus casas hasta encontrar cura, hizo que las relaciones de intercambio, tan necesarias para subsistir, se desplazaran a formas que suprimieran el contacto humano directo debido al riesgo de contagio. Consecuentemente, lo digital tomó protagonismo y las personas en su faceta de clientes, empezaron a ser atendidas por plataformas electrónicas. El llamado *e-commerce* alcanzó niveles que sólo se podían soñar poco tiempo atrás.

El segmento de la población constituido por jóvenes cuenta con una importancia demográfica determinante en todas partes en el mundo de los negocios. Por su naturaleza, interactúan de forma fluida con nuevas tecnologías, sobre todo TICs, es decir, de información y comunicación.

Es posible que exista un antes y un después desde lo perceptual, con relación a la atención por medios electrónicos, previo a la llamada nueva normalidad por el COVID-19.

En términos empresariales, el reto de adoptar las innovaciones tecnológicas que trabajan sobre plataformas de atención al cliente, es una tarea urgente. Mucho más con el nuevo impulso digital encabezado por la irrupción de la Inteligencia Artificial, la cual es definida en el portal de Hewlett Packard Entreprise como:

> La inteligencia artificial (IA), se refiere en términos generales a cualquier conducta humana que desarrolle una máquina o sistema. En la forma más básica de inteligencia artificial, los PC están programados para «imitar» la conducta humana, utilizando amplios datos de ejemplos previos de conductas similares. Este enfoque puede englobar desde reconocer diferencias entre un automóvil y un ave hasta realizar actividades complejas en una fábrica. (https://www.hpe.com/mx/es/what-is/artificial-intelligence.html).

En este sentido, un factor como la agilidad a nivel de procesos es neurálgico. Un operador especializado del mercado concluye esto: "Las tecnologías innovadoras para atención al cliente deben ayudarte a identificar y automatizar las tareas repetitivas para optimizar el tiempo de los agentes y mejorar el rendimiento" (Zendesk, 2022).

Según un informe de esta misma empresa, titulado Informe Futurum, expresan: "De qué manera la inversión en la solución digital adecuada mejora la CX (*Customer Experience*)" el cual se puede consultar en https://www.zendesk.com.mx/blog/how-

investing-right-digital-solution-improves-cx//, el 54% de los clientes cree que el servicio de atención parece una idea de última hora para la mayoría de las empresas con las que interactúan. Con este dato pareciera que muchas organizaciones improvisan o no se le dan el peso que debería tener el servicio de atención al cliente, lo cual contradice buenas prácticas que se muestran como obvias para cualquiera. Incluso desde el punto de vista científico, un trabajo como el mencionado en este artículo, de Silva-Treviño et al. (2021), aporta indicios sobre la relación estrecha (casi dependiente) entre la calidad en el servicio (donde entraría la atención al cliente por todo tipo de medios) y la satisfacción del cliente.

Otro factor a tomar en cuenta, es la personalización en el trato dado vía atención al cliente por medios electrónicos. El estudio de Zendesk encontró que el 68% de los clientes espera que todas las experiencias sean personalizadas, añadiendo sobre esto que las tecnologías de atención al cliente permiten recopilar comentarios y enviar encuestas de satisfacción de manera eficiente, así como almacenar toda la información en un solo lugar. Con estos datos, es posible crear estrategias personalizadas de venta, lo que puede aumentar el gasto del cliente en un 48% cuando su experiencia de compra es personalizada. Cabe preguntarse en este momento, si la Inteligencia Artificial ¿logrará pasar desapercibida (mimetizarse como persona) frente a un usuario humano con requerimientos de atención al cliente específicos y tal vez únicos en algunos casos?.

## 6. Conclusiones

Los resultados del estudio están atados fundamentalmente por demografía a dos grupos generacionales, los llamados millennials y centenials, es decir, personas nacidas entre los años 1982 y 1994, y entre 1995 y 2010. La literatura generalmente describe a los primeros como individuos muy adaptados a la tecnología; para ellos la vida virtual es una extensión de la vida real. Sus actividades pasan por la intermediación de una pantalla. Los segundos son descritos como personas que están marcados por Internet, son nativos de la tecnología. Forma parte de su ADN. Les gusta obtener todo lo que desean de forma inmediata. Autodidactas, creativos y sobre informados. El 45.8% de la muestra del estudio ad hoc, que se trabaja en este artículo, se ubica entre los 18 y 30 años. Cuando el rango se extiende a los 40 años, el porcentaje llega a 79.2%.

En los resultados del mencionado estudio se observa la transformación digital, que de hecho venía dándose de forma indetenible en el quehacer humano. El mundo digital implica un cambio significativo en la relación entre los jugadores en los procesos de marketing, entre la oferta y demanda, entre fabricantes/proveedores de servicios y los clientes/usuarios.

El nuevo coronavirus ha aportado para una mayor integración entre el mundo físico y el virtual, para negocios más basados en el acceso que en la propiedad (del estilo de Netflix, por ejemplo), para un mayor aprovechamiento de los datos que generan una enorme masa de usuarios y dispositivos conectados.

Las empresas/instituciones y organizaciones en cualquier ámbito, deben afrontar sin retraso el reto de lo electrónico/tecnológico, para mantenerse en un mercado aún más complejo del que existía tan solo meses atrás. Buena parte del reto que se acaba de señalar, lo describe Tschohl (2008): "(…), las máquinas que no ofrecen la opción inmediata de recurrir a empleados reales, atentos e inteligentes, no serán de gran ayuda a una empresa que se haya fijado como meta alcanzar altos niveles de satisfacción y lealtad entre sus clientes" (p. 20).

Al iniciarse la etapa más compleja (distanciamiento social), con motivo del COVID-19, la muestra consultada deja claro que sus hábitos/preferencias a nivel de comunicación, para la realización de consultas/requerimientos a empresas/instituciones públicas o privadas (Bancos, Universidades, Oficinas Públicas (nacionales, estadales o municipales), Colegios, Clínicas, Comercios, Empresas de Servicios, Proveedores, Colegas, Profesionales independientes, Emprendimientos...) ya estaban relacionados a una interacción que no privilegiaba lo personal (4.2%), es contundentemente por medios electrónicos

(70.8%).

El consumidor ha cambiado. Hoy en día, las nuevas generaciones prefieren chatear a hablar. Asimilar esta realidad es imperativo para poder establecer una conexión entre empresas/instituciones y sus relacionados. El nuevo contexto es digital se quiera o no.

En este sentido, con el presente estudio se valida lo expresado por muchos, por ejemplo, el IMF *business school* en 2019 señalaba: "Los sistemas tradicionales de atención al cliente están en entredicho. Son muchos los que siguen prefiriendo que las marcas atiendan sus dudas y solicitudes a través del teléfono o -incluso- personalmente, pero este tipo de canales de atención cada vez cuenta con menos adeptos, tanto desde la perspectiva del cliente como desde la marca".

La frecuencia del uso de estos medios electrónicos es intensa. El 54.2% admite hacer requerimientos semanalmente. Es lógico pensar que en tiempos de pandemia este indicador es aún mucho más alto.

La eficacia vista para las empresas/instituciones, tramitando solicitudes/requerimientos por medios electrónicos no es tan alta como podría pensarse. Un 50% de los encuestados señaló que no le responden oportunamente la mayoría de las veces. Aunado a esto, la velocidad de respuesta tiende a ser relativamente lenta. Solo el 8.3% dijo estar muy satisfecho con respecto a esto.

Los consumidores al momento de interactuar (hacer solicitudes/requerimientos) por medios electrónicos, tienen mucho en mente, hacen una aproximación multivariable a lo virtual/digital. Esperan trato amable, que se emule de alguna forma el servicio presencial, que exista facilidad para encontrar las vías de contacto online con las empresas/instituciones, y que las plataformas sean sencillas para tramitar solicitudes/requerimientos.

Es importante destacar que en la atención a clientes por medios electrónicos no todo descansa en lo digital, lo cual es un desafío adicional. Según Hoffman y Bateson (2011): "La tecnología puede ser un excelente habilitador para el personal en contacto con el público (…)" (p. 249), pero no lo es todo. "Estratégicamente, el personal de servicio es una fuente importante de diferenciación del producto" (p. 231). El consultor John Naisbitt (citado por Tschohl, 2008, p. 19), en este mismo orden de ideas, dice "en la medida en que más entramos en contacto con la alta tecnología, más deseamos un nivel de toque humano".

Un dato interesante, es que en la muestra se observa comprensión hacia las empresas/instituciones que no responden o tienen una velocidad lenta de respuesta a través de medios electrónicos. Otorgan de alguna forma el beneficio de la duda, por una actividad que tal vez presumen es complicada de realizar y hasta novedosa en algunos casos. Parece lógico suponer, que cuando el estándar para la atención al cliente sea por medios electrónicos, esta indulgencia desaparecerá y el consumidor será mucho más crítico.

El gran reto de instituciones/empresas en tiempos de pandemia, es propulsar al máximo el contacto con clientes por medios electrónicos, buscando emular la experiencia presencial, teniendo empatía y un trato especialmente deferente con sus consumidores a través de mecanismos/plataformas tecnológicas que sean sencillas de encontrar y de utilizar. La velocidad de respuesta es fundamental. Más de medio día podría ser contraproducente en la tramitación de solicitudes/requerimientos.

Lo que llamaremos las claves empresariales/institucionales, estarían constituidas por una serie de elementos. Por un lado, entrenar al personal de atención al cliente, éste debe ser lo más empático posible y lo menos frio/distante. En paralelo, promocionar los medios electrónicos disponibles para la atención al cliente y usar plataformas sencillas con énfasis en instrucciones, si no fuera el caso. Otro aspecto relevante tiene que ver con manejar tiempos de respuesta cortos o en su defecto un seguimiento intensivo a los requerimientos. En la era de la ciencia de datos, es casi obligante invertir en investigación de mercados para entender mejor a los consumidores y cómo se manejan en entornos digitales. También son clave las comunicaciones con autonomía del medio electrónico, para lograr eficiencia y prestar particular atención a canales electrónicos que por su naturaleza son muy impersonales/mecanizados

(*chatbots, webchats*…) y requieren ser "humanizados" de una forma creativa. Finalmente, incorporar "valor" digital a la oferta de servicio, por intermedio de la atención al cliente en conjunción con el desarrollo de un plan de servicio aplicado a medios electrónicos basado en los atributos que son importantes para los clientes.

El presente estudio pretendió dar un acercamiento muy preliminar a una realidad a la cual el mundo contemporáneo no estaba acostumbrado. Se trata de las consecuencias de una pandemia, que por manejo sanitario clásico implicaba el aislamiento de las personas. En un mundo globalizado y sometido al rigor de las TICs (tecnologías de información y comunicación), esto es de especial relevancia. Hay carencia de datos relacionados a este tipo de fenómenos por lo general.

Los resultados de la investigación permiten esbozar el gran desafío que implica la utilización de medios no personales (físicos) para la atención al cliente, en donde el trato humano se extrañó por los casi dos años de COVID-19.

Por tomar un caso, en México, se constató el rol creciente de la actividad digital en lo comercial. El e-commerce goza de buena salud, no se sabe si temporalmente. La consultora mundial en estrategia Ernst & Young (EY), publicó:

"Durante años, el comercio electrónico en México fue una promesa de crecimiento sustancial que no se materializó del todo; sin embargo, la pandemia y sus restricciones cambiaron esta situación ya que este canal creció de 6,900 millones de dólares en el año 2019 a 11,000 millones de dólares en 2020. Según Euromonitor, para las categorías minoristas el e-commerce tuvo una penetración del 5% en 2020 y se prevé que alcance el 9% para el año 2025. Las categorías más relevantes que impulsaron el crecimiento fueron las de ropa y calzado con 31%, electrónica con 28%, y comestibles con 15% del total de las ventas minoristas en línea
". (https://www.ey.com/es_mx/strategy/ultima-milla#:~:text=La%20pandemia%20de%20COVID,y%20una%20penetraci%C3%B3n%20del%205%25)

Con el lanzamiento masivo de la Inteligencia Artificial (IA) en el año 2023, desde luego se acrecienta la importancia del tema estudiado. Partiendo de que la IA emula computacionalmente la conducta humana en muchas dimensiones, cabe preguntarse si esta nueva tecnología prosperará a tal punto de lograr vincularse con los consumidores de manera satisfactoria. Más investigaciones en este sentido serán necesarias para entender el comportamiento y la aceptación de los clientes. Saber cuán humana puede ser en un momento dado la IA, será la clave para el desarrollo de medios electrónicos para la atención a clientes.

## 7. Referencias

Adame A., Newberry C. (2021). Atención al cliente en redes sociales: consejos y herramientas para hacerlo bien. Blog-Estrategia. https://blog.hootsuite.com/es/atencion-al-cliente-en-redes-sociales/

Bauman, Z. (2003). Modernidad Líquida. México. Fondo de Cultura Económica.

Deloitte. (2020a). El impacto económico de COVID-19 (nuevo coronavirus). Recuperado de https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/strategy/articles/el-impacto-economico-de-covid-19--nuevo-coronavirus-.html#

Deloitte. (2020b). Las claves para mantener la confianza del cliente durante la crisis del COVID-19. Recuperado de https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/claves-para-mantener-confianza-cliente-tiempos-crisis.html

Forbes Centroamérica. (2020). Los efectos del Covid-19 en el consumidor. Recuperado de https://forbescentroamerica.com/2020/05/04/los-efectos-del-covid-19-en-el-consumidor/

Hoffman, K. y Bateson, J. (2011). Marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos. Santa Fé. Cengage Learning.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 24 • N°01 – Julio – Diciembre 2024 •pp. 168-180
Percepciones de los jóvenes sobre la atención al cliente a través de medios electrónicos …
Baskin, R.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.04

Huntington, S. (2005). El choque de civilizaciones y la reconfiguración del orden mundial. Madrid. Paidós.

Hurtado, A. (29 de febrero de 2020). El coronavirus y la globalización. El Universal. https://www.eluniversal.com/el-universal/62982/el-coronavirus-y-la-globalizacion

IMF Business School (2019). Atención al cliente a través de medios tecnológicos. Recuperado de https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/atencion-al-cliente-medios-tecnologicos/

Ipsos. (2020). Covid-19: ¿Cuáles son los efectos psicológicos del aislamiento? Recuperado de https://www.ipsos.com/en-pr/covid-19-cuales-son-los-efectos-psicologicos-del-aislamiento

Kingsnorth, S. (2016). Digital Marketing Strategy An integrated approach to online marketing. Philadelphia. KoganPage.

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: moving from traditional to digital. New Jersey. JohnWiley & Sons, Inc.

Kotler P. y Keller, K. (2012). Dirección de marketing. 14ª edición. Naucalpan de Juárez. Pearson Educación de México, S. A.

Lovelock, C., Reynoso, J., D´andrea, G., Huete, L. (2004). Administración de Servicios: Estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos. México: Pearson Education.

Oviedo, H., y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. Revista Colombiana de Psiquiatría, XXXIV(4), 572–580. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80634409

Silva-Treviño, J., Macías-Hernández B., Tello-Leal, E., Delgado-Rivas, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. Ciencia UAT. 15(2): 85-101 (Ene - Jun 2021). https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369

Streiner, David. L. (2003): Starting at the Beginning: An Introduction to Coefficient Alpha and Internal Consistency. Journal of Personality Assessment, 80:1, 99-103. http://dx.doi.org/10.1207/S15327752JPA8001_18

Tschohl, J. (2008). Servicio al Cliente: Tecnicas, Estrategias y una verdadera Cultura para Generar Beneficios. Best Sellers Publiching.

Zendesk (2022). 6 nuevas tecnologías para el servicio al cliente. Blog de Zendesk. https://www.zendesk.com.mx/blog/nuevas-tecnologias-servicio-cliente/

ISSN1317-8822/ISSNElectrónico2477-9547•Año23•Nº01 • Julio – Diciembre 2024 •pp. 181-192
Estrategias y prácticas de responsabilidad social en el contexto universitario …
Chacón, V., Alvarado, M. y Ancobar, D.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.05

# Estrategias y prácticas de responsabilidad social en el contexto universitario: Estudio de caso en la Universidad Nacional Agraria de La Selva, Perú

***Víctor Chacón López***[1]
Universidad Nacional Agraria de la Selva
vichalo2007@hotmail.com
https://0000-0003-1375-9967

***Misael Alvarado Paucar***[2]
Universidad Nacional Agraria de la Selva
Misael.alvarado@unas.edu.pe
https://0009-0004-2662-1021

***David Ancobar Berrospi***[3]
Universidad Nacional Agraria de la Selva
david.ancobar@unas.edu.pe
https://0000-0001-8664-7005

## *RESUMEN*

Esta investigación, desarrollada en la Universidad Nacional Agraria de la Selva, se enfocó en determinar la relación entre la responsabilidad social universitaria y la gestión institucional de dicha universidad. Se empleó un enfoque aplicado de nivel relacional, utilizando un diseño no experimental transversal. El método descriptivo - correlacional se basó en la aplicación de encuestas, a una muestra conformada por 350 individuos. A partir del cálculo de los coeficientes de correlación de Pearson y de determinación , se concluyó con la existencia de una correlación directa y moderada entre la responsabilidad social ejercida por la Universidad Nacional Agraria de la Selva y su gestión institucional, y con un escaso nivel de predicción de una variable sobre la otra.

**Palabras Clave:** Responsabilidad social; Universidades; Extensión.

***Strategies and practices of social responsibility in the university context: A case study at the National Agrarian University de La Selva, Peru.***

*Abstract*
*This research, carried out at the National Agrarian University de la Selva, focused on determining the relationship between university social responsibility and the institutional management of the university. An applied relational approach was used, using a non-experimental cross-sectional design. The descriptive-correlational method was based on the application of surveys to a sample of 350 individuals. Based on the calculation of Pearson's correlation and determination coefficients and determination coefficients, it was concluded that there was a direct and moderate correlation between the social responsibility exercised by the National Agrarian University de la Selva and its institutional management, and with a low level of prediction of one variable over the other.*

***Keywords:*** *Social Responsibility; Universities; Extension.*

**Recibido:** 10-01-24
**Revisado:** 03-03-24
**Aceptado:** 04-05-24

## Cómo citar este trabajo:

Chacón, V., Alvarado, M. y Ancobar, D. (2024). Estrategias y prácticas de responsabilidad social en el contexto universitario: Estudio de caso en la Universidad Nacional Agraria de La Selva, Perú. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 181- 192. Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.05

[1] Doctor en Administración. Docente Principal de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María – Perú.
[2] Doctor en Administración Docente Principal de la Universidad Nacional Agraria de la Selva – Tingo María – Perú.
[3] Licenciada en Administración Docente Asociado de la Universidad Nacional Agraria de la Selva – Tingo María - Perú

## 1. Introducción

La responsabilidad social universitaria está implícita en el ejercicio de sus funciones propias de la investigación, docencia y extensión; la anterior consideración, se constituye en el primer paso o diagnosis de una iniciativa amplia e integral que aspira a desarrollar una estrategia para eventualmente tener un programa de Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Nacional Agraria de la Selva. De esta manera se podría generar y adoptar, en todos los ámbitos del quehacer universitario, una política ética para el desempeño de la comunidad universitaria a través de la gestión institucional responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales y ambientales, y que a su vez permita generar un diálogo participativo con la sociedad con miras a promover un desarrollo sostenible en su conducción.

La Universidad Nacional Agraria de la Selva, está ubicada en la ciudad de Tingo María, provincia de Leoncio Prado, departamento de Huánuco, Perú; fue creada en el año 1964, y tiene como propósito "Promover el liderazgo y excelencia a través de la formación de profesionales, con un enfoque científico, tecnológico, humanístico y social que permita administrar de manera sustentable la biodiversidad, la producción, la industrialización y comercialización de los recursos naturales renovables.", es por ello que se autodefine como "una comunidad académica que desarrolla docencia, investigación, extensión y proyección con responsabilidad social", con autonomía normativa, de gobierno, académica, administrativa, económica y financiera dentro del marco de la ley (UNAS, 2024, s.p.).

En el caso de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, parte de las labores, que implica el ejercicio de la Responsabilidad Social Universitaria, las ha asumido la Dirección de Proyección Social y Extensión Cultural, dependencia adscrita al Vicerrectorado Académico de la Universidad Nacional Agraria de la Selva. En este sentido, dicha dependencia cuenta con un Reglamento General de Proyección Social y Extensión Cultural, pese a que aún está en proceso de unificación de los criterios de organización y funcionamiento de sus labores propias, por lo que presenta sus propias limitaciones para la implementación del mencionado reglamento.

Considerando el anterior panorama, se considera oportuno desarrollar una investigación a objeto de indagar en el ejercicio de la responsabilidad social en el caso particular la Universidad Nacional Agraria de la Selva, ubicada en Perú, como un compromiso a ser asumido y ejercido por toda organización incluyendo la universitaria, dada su marcado grado de relevancia en el desarrollo social y económico de las naciones. En este sentido, el objetivo general de la presente investigación fue determinar el grado de relación existente entre el ejercicio de la Responsabilidad social Universitaria (RUS) en la Gestión Institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva; los objetivos específicos estuvieron determinados por las distintas funciones universitarias ejercidas desde sus diversos ámbitos de docencia, investigación, extensión o proyección social, y la gestión ambiental, desde donde las Universidades tratan de responder a las necesidades de su entorno en el marco de la RSU.

## 2. Marco teórico

### 2.1. Responsabilidad Social Universitaria

Abordar la responsabilidad social por parte de las instituciones universitarias es un tema relativamente reciente en Perú, cuyos orígenes se remontan a la proliferación de la responsabilidad social en las empresas en otros ámbitos económicos y sociales. No obstante, la responsabilidad social

de las Universidades no debe confundirse con la responsabilidad social empresarial, dado que la Universidad no es, ni debe ser, una empresa; por este motivo se justifica su abordaje particularizado.

Según Ibarra *et al.* (2020), citando a Vallaeys, la responsabilidad social, como concepto y constructo, subyace en la aspiración de un desarrollo sostenible de toda organización, en "la preocupación por las consecuencias ambientales y sociales de la actividad humana o de las organizaciones… ". Es un llamado ético a las organizaciones a redefinir su gestión.

A tal llamado no están exentas las universidades. Por el contrario, la responsabilidad social empresarial involucra el respeto por las personas, la comunidad y todo lo que la rodea (medioambiente), lo cual incluye organizaciones de los diversos sectores económicos, de cualquier tamaño o condición, y oferentes de todo tipo de productos o servicios. Por ello, según Vallaeys (2017), el movimiento de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE), impulsado durante las últimas décadas, ha incluido en las normas de calidad aspectos sociales y medioambientales en todos los procesos de producción y gestión, argumentando que no hay "calidad sin responsailidad" (p. 27).

Todas las organizaciones están llamadas a incorporar prácticas responsables en su gestión, por ello Vallaeys (2009, p. 24), indica que la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es "… una política institucional integral que se encarga de la gestión de todos los impactos sociales (internos y externos) que la universidad genera, … con los diversos grupos de interés …" esta gestión incluye un diálogo participativo con grupos internos y externos, que pueden resultar afectados por la actividad institucional u organizacional, y el respeto a normas éticas internacionalmente reconocidos como "buenas prácticas" (Ibarra *et al.* 2009).

Ciertamente, de acuerdo a la revisión de la literatura realizada, dicha temática merece un estudio particular, en este sentido el principal desarrollo teórico ha sido aportado por el profesor francés François Vallaeys , quien define la responsabilidad social universitaria como:

> Una nueva política de gestión, un nuevo modo de administrar las organizaciones, cuáles sean, cuidando de los impactos y efectos colaterales que se generan a diario adentro y afuera de la institución, responsabilizándose por las consecuencias sociales inducidas por el mismo funcionamiento de la organización. Este nuevo modelo de gestión está basado en fines éticos y de desarrollo social justo y sostenible, y tiene el afán de promover estándares y regulaciones universales (Vallaeys, 2009, p. 21).

## 2.1. Gestión Universitaria

La gestión como objeto de estudio ha sido abordada por autores como Deming, quien desarrolló conceptos acerca de que la generación de productos y servicios, que contemplaran la satisfacción del cliente; se traducía no solo en los esfuerzos de la mano de obra, sino también en el análisis y mejoramiento de las etapas de la producción, como la sistematización del ciclo Deming/Schwartz, el cual reconoce como etapas: planificar, hacer, verificar y actuar (Koontz y Weihrich, 2013)

Gestión, administración y dirección, son términos utilizados en las organizaciones, del ámbito empresarial, sobre los cuales existen autores que establecen diferencias entre ellos, originadas en su aplicación práctica y de traducción de otros idiomas.

"… gestión es un concepto más amplio, … dicho término … significa acción y efecto de realizar tareas con cuidado, esfuerzo y eficacia, que conduzcan a una finalidad" (Heredia, 2002, p.25). Igualmente, otros autores como Jordán (1999) y Amat (2000), concuerdan en que la gestión es dirigir las acciones que constituyan la puesta en marcha concreta de la política general de la empresa, es tomar decisiones orientadas a alcanzar los objetivos.

Sobre la gestión universitaria, la misma se originó en la teoría administrativa empresarial, y su evolución ha permitido ser traslada a otros ámbitos, con sus procesos específicos que incluyen prácticas sociales, entre otros (Murillo, 2009 y Fuentes et al. 2003).

Según Díaz (2011), dichos procesos específicos incluyen la formación, la investigación y la extensión universitaria, en vinculación con la sociedad, incluyendo sus procesos académicos / administrativos; todos ellos de alto impacto social o relacionados con los intereses de la sociedad por su trasferencia de conocimientos, costumbres y raíces culturales, de allí que dichas organizaciones deban tener un alto sentido de responsabilidad con la sociedad que impactan (Murillo, 2009).

Igualmente, para León (2013), la gestión universitaria incluye como funciones sustantivas la docencia, la investigación y la extensión, al servicio y con resultados relevantes en la sociedad, en cumplimiento con el marco regulatorio vigente.

## 3. Metodología

### 3.1. Diseño metodológico

Para el alcance del objetivo de investigación trazado, se optó por un diseño no experimental, transversal, y descriptivo, mediante la aplicación de encuestas anónimas, contentivas de preguntas de las dimensiones e indicadores seleccionados, a autoridades universitarias, docentes, estudiantes y personal administrativo; igualmente se hizo uso de la observación directa. Todo ello fue realizado durante el período 2022-2023, describiéndose sus características y correlacionando las variables pertinentes.

Específicamente, los resultados hallados en el presente estudio contribuyen a la comprensión de la Responsabilidad Social Universitaria y la Gestión Institucional, por lo que el nivel de investigación alcanzado es descriptivo.. Implícitamente, se aplicó el método de estudio de caso, por lo que los resultados son únicamente válidos para esta unidad en estudio, es decir, para el ámbito de la Universidad Nacional Agraria de la Selva; cuyas características representativas son particulares. Además del método descriptivo, se correlacionó la asociación existente entre los factores de la Responsabilidad Social universitaria y la Gestión institucional ejercida en la universidad estudiada.

El diseño no experimental y transversal, obedece a la imposibilidad y no intencionalidad de realizar manipulación deliberada de las variables en estudio, sino que los fenómenos se observaron en su ambiente natural, durante el periodo mencionado,y luego fueron analizados (Hernández *et al.*, 2014).

### 3.2. Diseño muestral y recolección de datos

La población considerada para el estudio, estuvo conformada por 3.264 individuos, los cuales ejercen roles de docencia, estudiantiles y administrativos durante el año 2022, en la Universidad Nacional Agraria de la Selva. Sobre esta población, se calculó una muestra estratificada, cuyo tamaño fue ajustado para obtener un total de 350 personas. De esta manera, se utilizó un muestreo probabilístico, estratificado. En una sola etapa o momento, se aplicaron las técnicas de la entrevista y la encuesta, apoyadas en sus respectivos instrumentos: una guía de entrevista y un cuestionario, ambos conformados por una serie de preguntas: 36 referidas a la responsabilidad social universitaria y 17 a la gestión institucional; el primero fue aplicados a las autoridades de la universidad, y el segundo al resto de estratos de la muestra (profesores, estudiantes y personal administrativo), para un total de 350 individuos estudiados.

Específicamente las variables primarias y secundarias, recolectadas a partir de la etapa documental de la investigación y contenidas en los

instrumentos de recolección de datos, fueron las siguientes:

**Tabla N° 1. Sistema de variables de investigación**

| Variables principales: | Variables secundaria: | |
|---|---|---|
| Variable 1: Responsabilidad Social Universitaria | 1 | Impacto organizacional. |
| | 2 | Gestión y educación, campus sostenible (medio ambiente). |
| | 3 | Impacto cognitivo (Investigación). |
| | 4 | Impactos sociales (Extensión y Proyección Social). |
| Variable 2: Gestión Institucional | 1 | Liderazgo Directivo. |
| | 2 | Planificación Estratégica. |
| | 3 | Clima institucional. |
| | 4 | Desempeño docente. |

***Fuente.*** Elaboración propia, a partir de la revisión de bases teóricas.

Igualmente, a partir de la investigación documental realizada se trazó el siguiente sistema de hipótesis:

Hipótesis general o de primer nivel:

H0: Existe una relación positiva entre la Responsabilidad Social Universitaria y la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la selva.
H1: No existe una relación positiva entre la Responsabilidad Social Universitaria y la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la selva.

Prueba de hipótesis especifica 1

H0: La gestión ambiental se relaciona con la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
H1: La gestión ambiental no se relaciona con la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Prueba de hipótesis especifica 2

H0: El área de docencia se relaciona con la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
H1: El área de docencia no se relaciona con la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Prueba de hipótesis especifica 3

H0: El área de investigación se relaciona con la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
H1: El área de investigación no se relaciona con la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Prueba de hipótesis especifica 4

H0: El área de extensión o proyección social se relaciona con la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
H1: El área de extensión o proyección social no se relaciona con la gestión institucional de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Durante el procesamiento de datos, se utilizaron herramientas propias de la estadística descriptiva e inferencial. Previamente los datos fueron ordenados con la finalidad de contrastar la hipótesis y realizar los ajustes estadísticos necesarios para el desarrollo de medidas de regresión y correlación.

## 4. Análisis de Resultados

A partir del diseño investigativo, las técnicas y herramientas mencionadas en el apartado anterior se obtuvieron los siguientes resultados:

Según las entrevistas personales practicadas al personal directivo universitario los resultados, como medidas y resultados cualitativos del estudio, se condensan en la Tabla N° 2.

Según los resultados mostrados puede afirmarse que el personal directivo y autoridades están conscientes de la Responsabilidad Social Universitaria, que tiene la connotación de Proyección Social y extensión cultural en condición de dependencia, se debe acatar para cumplir con la ley, que por tanto dicha Proyección Social y Extensión cultural es una arista de RSU; además de conocer, en su gran mayoría (60%), al director de RSU de su universidad.

Sin embargo, al consultársele sobre la disposición financiera o presupuestaria para el desarrollo de la RSU, la gran mayoría de entrevistados manifestaron la indisponibilidad financiera para tal fin (20%), y el desconocimiento de la misma (60%), por lo que apenas el 20% de los entrevistados conocen y manejan cifras ciertas al respecto.

Igualmente, en cuanto a las acciones concretas, el 80% de entrevistados manifiesta no tener un manual para la gestión de la RSU, y de no experimentar avance respecto a la implementación de la Norma ISO 26000 dentro de su unidad, al igual que el avance en la acreditación de las carreras y la gestión del agua potable dentro de la Universidad, no obstante manifestaron acreditar carreras nuevas.

**Tabla N° 2. Resultados de las entrevistas**

| Preguntas | | Entrevistados | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Responsabilidad Social Universitaria tiene otra connotación se llama Proyección Social y extensión cultural en condición de dependencia | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley | Cumplir con la ley |
| 2 | ¿Cuánto hay de Presupuestado para RSU en el 2023? | No hay dinero | Desconoce | Desconoce | 2,000 | No se tiene en cuenta | Desconoce | Cero | 3,000 | No sabe | Desconoce |
| 3 | ¿La Proyección Social y Extensión cultural es una arista de RSU? | Si | Si | Si | Si | Si | Si | Si | Si | Si | Si |
| 4 | ¿Se tiene un Manual de RSU? | NO | NO | NO | SI | NO | NO | SI | NO | SI | NO |
| 5 | ¿Hay avances de la Norma ISO 26000? | NO | NO | NO | NO | NO | NO | SI | SI | NO | NO |
| 6 | ¿Quién es el director de RSU? | Si lo conoce | Si lo conoce | Si lo conoce | No conoce | Si lo conoce | No conoce | No conoce | No conoce | Si lo conoce | Si lo conoce |
| 7 | ¿Cuál ha sido el avance de acreditación de Carreras Universitarias? | No se trabaja | Nada | No obligatorio | Inicios | Nada | En proceso | En proceso | Lento | Lento | Inicio |
| 8 | ¿Cómo se encuentra la gestión del agua potable en la UNAS? | Se coordina con SEDA Huanuco | Nada | Convenio con SEDA Huanuco | Inicios | Pésimo | En perfil | Falta implantar | No le dan prioridad | Falta mejorar | Falta tratamiento |

***Fuente.*** Elaboración propia, a partir de datos recolectados por los investigadores.

Descriptivamente las medidas alcanzadas para cada una de las variables en estudio: RSU y gestión institucional, se presentan en la tablas 2 y 3.

**Tabla N° 2. Variable 1: Responsabilidad social universitaria (RSU)**

| VARIABLE 1: RSU | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Estadísticos descriptivos** | **IMPACTO ORGANIZACIONAL** | **IMPACTO EDUCATIVO** | **IMPACTO COGNITIVO** | **IMPACTO SOCIALES** | **VARIABLE 1** | **N válido (por lista)** |
| N | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 |
| Rango | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | |
| Mínimo | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| Máximo | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| Media | 3,23 | 3,43 | 3,47 | 3,44 | 3,33 | |
| Desviación estándar | ,680 | ,694 | ,680 | ,731 | ,637 | |
| Varianza | ,462 | ,481 | ,462 | ,534 | ,406 | |

***Fuente.*** Elaboración propia, a partir de datos recolectados por los investigadores.

**Tabla N° 3. Variable 2: Gestión institucional**

| VARIABLE 1: Gestión institucional | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Estadísticos descriptivos** | **LIDERAZGO DIRECTIVO** | **PLANIFICACION ESTRATEGICA** | **CLIMA INSTITUCIONAL** | **DESEMPEÑO DOCENTE** | **VARIABLE 2** | **N válido (por lista)** |
| N | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 |
| Rango | 4 | 8 | 10 | 4 | 4 | |
| Mínimo | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| Máximo | 5 | 10 | 11 | 5 | 5 | |
| Media | 3,30 | 3,31 | 3,49 | 3,47 | 3,34 | |
| Desviación estándar | ,725 | ,733 | ,932 | ,717 | ,644 | |
| Varianza | ,526 | ,537 | ,869 | ,514 | ,415 | |

***Fuente.*** Elaboración propia, a partir de datos recolectados por los investigadores.

Para la contrastación de la hipótesis general se calculó un Coeficiente de correlación de Pearson. Los resultados de la prueba estadística indican que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como moderado ($r = 0.478$) y una significancia bilateral de $p \leq 0.000$. Demostrando que se acepta la hipótesis planteada, y se infiere de manera general que en la Universidad Nacional Agraria de la Selva, existe relación positiva moderada entre la responsabilidad social universitaria y la gestión institucional.

**Tabla N° 4. Prueba de Correlación**

| Correlaciones | | Responsabilidad social universitaria | Gestión institucional |
|---|---|---|---|
| Responsabilidad social universitaria | Coeficiente de correlación Pearson | 1 | ,478** |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 350 | 350 |
| Gestión institucional | Coeficiente de correlación Pearson | ,478** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 350 | 350 |

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

***Fuente.*** Elaboración propia, a partir de datos recolectados por los investigadores.

Pese a la aceptación de la hipótesis nula planteada, al calcular el coeficiente de determinación $r^2$ (0.2284), se confirma la débil o moderada relación entre las variables en estudio, al mostrar la varianza de los factores comunes, es decir, la proporción de la variabilidad de una variable debido a la otra. De esta manera, el coeficiente hallado indica que la gestión institucional explica apenas el 22% de la variación de la RSU, y viceversa.

Para contrastar las hipótesis de segundo nivel, se calcularon los **Coeficientes de correlación de** Pearson, correspondientes. A partir del cual se halló la existencia de una correlación directa (positiva), moderada o débil de 0.417, 0.479, 0.333 y 0,358, respectivamente entre las variables de gestión ambiental, docencia, investigación y proyección social (extensión universitaria), y la gestión institucional (Tabla N°5).

**Tabla N° 5. Prueba de Correlación entre las variables de RSU y la Gestión Institucional**

| Correlaciones | | Gestión ambiental | Gestión institucional |
|---|---|---|---|
| Gestión ambiental | Coeficiente de correlación Pearson | 1 | ,417** |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 350 | 350 |
| Gestión institucional | Coeficiente de correlación Pearson | ,417** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 350 | 350 |

| Correlaciones | | Docencia | Gestión institucional |
|---|---|---|---|
| Docencia | Coeficiente de correlación Pearson | 1 | ,479** |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 350 | 350 |
| Gestión institucional | Coeficiente de correlación Pearson | ,479** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 350 | 350 |

| Correlaciones | | Investigación | Gestión institucional |
|---|---|---|---|
| Investigación | Coeficiente de correlación Pearson | 1 | ,333** |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 350 | 350 |
| Gestión institucional | Coeficiente de correlación Pearson | ,333** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 350 | 350 |

| Correlaciones | | Extensión o proyección social | Gestión institucional |
|---|---|---|---|
| Extensión o proyección social | Coeficiente de correlación Pearson | 1 | ,358** |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 350 | 350 |
| Gestión institucional | Coeficiente de correlación Pearson | ,358** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 350 | 350 |

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

***Fuente.*** Elaboración propia, a partir de datos recolectados por los investigadores.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

Considerando que el objetivo general de la presente investigación fue determinar la relación existente entre la responsabilidad social universitaria y la gestión institucional, para el caso específico de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, se puede afirmar a partir de un coeficiente de Pearson la existencia de una relación débil entre ambas variables.

No obstante, aún cuando el coeficiente de correlación de Pearson no evalúa relación de causalidad o la relación causa - efecto, como limitación a considerar en el estudio, las pruebas practicadas a partir del coeficiente de determinación por el contrario apuntan a un escaso nivel de predicción, de una variable sobre la otra.

De esta manera, la relación moderada o débil, se evidenció además en el coeficiente de determinación hallado, el cual explica la varianza de factores comunes entra ambas variables, en el cual apenas el 22% de la RSU estuvo explicada por la gestión institucional, y viceversa. Este comportamiento, o escasa varianza de factores comunes estuvo presente en las demás pruebas de hipótesis practicadas para la variables secundarias que intenta medir la RSU (gestión ambiental, investigativa,

docencia y extensión). Lo cual significa que la Universidad Nacional Agraria de la Selva debe mejorar el impacto organizacional, educativo, cognitivo y social de extensión, y de proyección social con sus diversos públicos para conseguir una mejor gestión institucional; siendo menester considerar que la ley establece en el artículo 124…"la responsabilidad Social universitaria es fundamento de la vida universitaria que contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad. Compromete a toda la comunidad universitaria".

Los resultados anteriores, coinciden con los resultados de otros estudios, lo cuales resaltan, en su mayoría, que las universidades hacen esfuerzos por cumplir con la Ley Universitaria, y para los gestores de los servicios educativos no es de atención prioritaria la RSU, o se menoscaba su importancia, con los correspondientes efectos negativos sobre en su sostenibilidad.

En el caso de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, según los resultados obtenidos aún cuando se reconozca al responsable de la RSU, de estar consciente de que la proyección social y extensión universitaria es un arista importante de la RSU, y de contar con una dependencia denominada Dirección de Proyección Social y Extensión Cultural, que depende del Vicerrectorado Académico, encargada de cumplir con la RSU, en su artículo 124, la Universidad Nacional Agraria de la Selva no tiene presupuesto para tal fin, así como un Manual de RSU, capaz de cristalizar su gestión en el marco de la RSU, según se conoció en las entrevistas aplicadas. Contrariamente, según manifestaron las autoridades, no hay acciones concretas, como avances de la Norma ISO 26000, al igual que en la acreditación de Carreras Universitarias y la gestión del agua potable en la misma Universidad.

En este caso, para la Universidad Nacional Agraria de la Selva, es recomendable la aplicación o ejecución de algunas tareas propias de las oficinas o dependencias de la RSU, a ser trazadas como lineamientos estratégicos por Vallaeys, F. (2016)., tales como:

1) Diagnosticar las demandas sociales y ambientales en el entorno local, nacional e internacional, o de la realidad universitaria.
2) Promover la implementación de manuales contentivos de estándares, procesos y normas de calidad socialmente responsables en la Universidad, utilizando normas comúnmente aceptadas como las ISO 14000.
3) Capacitar en Responsabilidad Social a todos los integrantes de la comunidad universitaria (personal administrativo, autoridades, docentes, estudiantes, etc.), con miras a comunicar y sensibilizar a la comunidad sobre la necesidad de un manejo socialmente responsable universitaria, y difundir periódicamente los reportes contentivos de información referida a las acciones encaminadas a la RSU.
4) Incentivar la conformación de redes universitarias con miras a acrecentar el impacto delas actividades de RSU.

## 6. Referencias

Aristimuño Minerva y otros (2011) La Responsabilidad Social Universitaria: Indicadores para su evaluación en Instituciones de Educación superior. Documento en línea, recuperado desde: https://www.researchgate.net/publication/260266967

Conde Vera, Ana R. (2019) Rol de la Responsabilidad Social Universitaria en la formación básica del docente. Trabajo de Grado. Pontificia Universidad Católica de Perú.

Díaz, B. (2011). Cuba superó el millón de graduados universitarios. *Educación*. (312), 81-110. Documento en línea, recuperado desde: http://www.cubadebate.cu/opinion/2011/01/29/cuba-supero-el-millon-de-graduados-universitarios/

Dirección Académica de Responsabilidad Social (2019) La Responsabilidad Social Universitaria en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima Perú Libro digital disponible en: www.dars.pucp.edu.pe

Domínguez, Julio y Rama Claudio (2012) La Responsabilidad Social Universitaria en la Educación a Distancia. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Documento en línea, recuperado desde: https://virtualeduca.org/documentos/observatorio/la responsabilidad social de la educacion a distancia.pdf

Fuentes, G, H; Estrabao, A y Macia, T. (2003). La universidad y su gestión; una mirada dialéctico-holística. Monografía en formato electrónico. CeeS "Manuel F Grant" Universidad de Oriente. Santiago de Cuba, Cuba.

Ibarra, L., Fonseca, C. y Santiago, R. (2020). La responsabilidad social universitaria. Misión e impactos sociales. Sinéctica, (54), e1008. Documento en línea, recuperado desde: https://doi.org/10.31391/s2007-7033(2020)0054-011

León, R. G., (2013). La informatización como soporte a la gestión del conocimiento en la gerencia económica universitaria en Cuba. En Reflexiones y experiencias sobre la gestión en la universidad (págs. 47-59). La Habana: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz y Universidad de la Habana.

López, M. García, B. y Addine, F. (2015). Acreditar la calidad en las universidades de ciencias pedagógicas: Compromiso y responsabilidad de los educadores cubanos. Vol. 6, No. 1. Congreso Internacional "Pedagogía 2015". La Habana. Cuba.

Marí Marí, Enrique (2014) Responsabilidad Social Universitaria en la Universidad Politécnica de Valencia: Propuestas para su desarrollo. Facultad de Administración y Dirección de empresas. Valencia-España.

Murillo Mora, Mónica (2019) Gestión universitaria. Concepto y principales Tendencias. Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo En línea: https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/03/gestion-universitaria

Oseda G., Dulio (2020) Potencial de innovación y gestión institucional en la Universidad Nacional de Cañete-Perú. Documento en línea, recuperado desde: https://orcid.org/0000-0002-3136-6094

Pérez Domínguez, Fernando (2009) La Responsabilidad Social Universitaria. Universidad de Huelva. Edit. Artes Gráficas Bonanza, S.L. – España

Schwalb, María M. y Malca Oscar (2012) Responsabilidad Social: Fundamento para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible. Centro de Investigaciones de la Universidad del Pacífico. Lima – Perú. Documento en línea, recuperado desde: https://faculty.up.edu.pe/en/publications/responsabilidad-social-fundamentos-para-la-competitividad-empresa-2

Schwalb, María M., Prialé María A., Vallaeys François (2019) Guía de Responsabilidad Social Universitaria. Universidad del Pacífico. Lima – Perú. Documento en línea, recuperado desde: https://cers.up.edu.pe/programas/guia-de-responsabilidad-social-universitaria-up/

UNAS -Universidad Nacional Agraria de la Selva- (2024). Plataforma Informativa del Gobierno de Perú. Documento en línea, recuperado desde: https://www.gob.pe/unas

Vallaeys, F. (2009). *La responsabilidad social universitaria. ¿Cómo entenderla para quererla y practicarla?* I Encuentro Nacional de Servicio Comunitario de las Facultades de Ciencias, realizado en la Universidad Central de Venezuela. Caracas, octubre 2009. En línea: de http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_scfc/article/viewFile/4768/4576

Vallaeys, F. (2016). Introducción a la Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Colección Social y Empresarial. Tomo 6. Ediciones Universidad Simón Bolívar, Colombia. Documento en línea, recuperado desde: https://www.unisimon.edu.co/showimagen/showpdf/servicios/IntroduccionResponsabilidadSocialUniversitariaRSU.pdf

Vallaeys, F., De la Cruz, C. y Sasia, P. (2009) Manual de primeros pasos en responsabilización social universitaria. Red-Ética y Desarrollo. Documento en línea, recuperado desde: https://publications.iadb.org/es/publicacion/14191/responsabilidad-social-universitaria-manual-de-primeros-pasos

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 193-202
Capacidad emprendedora percibida por los estudiantes de universidades privadas y públicas de Perú
Dávila-Morán, R.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.06

# Capacidad emprendedora percibida por los estudiantes de universidades privadas y públicas de Perú

**Roberto Carlos Dávila-Morán**[1]
*Universidad Continental, Perú*
https://orcid.org/0000-0003-3181-8801
rdavilam@continental.edu.pe

**Resumen**

El **objetivo** del estudio fue identificar las capacidades emprendedoras percibidas por los estudiantes de ingeniería industrial de una universidad pública y una universidad privada de Perú. **Métodos:** El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, diseño no experimental, a nivel descriptivo. Se emplearon dos muestras, cada una correspondientes a las instituciones mencionadas. Para medir las capacidades emprendedoras se usó la prueba *Attitude Toward Enterprise Test (ATE*), que mide el potencial o actitud emprendedora, a partir de la percepción del liderazgo, creatividad, intuición, motivación al logro y control personal. **Resultados:** En la universidad pública se obtuvo que el 53.1% de los estudiantes perciben niveles altos en capacidades emprendedoras, mientras que en la universidad privada el 75.9% de sus estudiantes se perciben con un nivel alto. **Conclusiones:** descriptivamente, ambas tendencias, pudieran confirmar, la existencia de capacidades a incidir en la intención emprendedora de los futuros egresados de la carrera universitaria; las diferencias vislumbran la existencia de factores asociados a las condiciones personales, sociales y económicas, de los individuos, de estrecha vinculación con el liderazgo y la intuición para la resolución de problemas, como dimensiones fundamentales para el emprendimiento.

***Palabras clave:*** *Emprendimiento; liderazgo, creatividad; intuición; motivación al logro.*

**Recibido:** 10-04-24
**Revisado:** 30-05-24
**Aceptado:** 18-07-24

## *Entrepreneurship perceived by students of private and public universities in Peru*

***Abstract***

*The objective of the study was to identify the entrepreneurial skills perceived by industrial engineering students of a public university and a private university in Peru. Methods: The study was developed under a quantitative approach, basic, non-experimental design, at a descriptive level. Two samples were used, each corresponding to the aforementioned institutions. The Attitude Toward Enterprise Test (ATE), which measures entrepreneurial potential or attitude based on the perception of leadership, creativity, intuition, achievement motivation and personal control, was used to measure entrepreneurial capabilities. Results: In the public university, 53.1% of the students perceive high levels of entrepreneurial skills, while in the private university, 75.9% of the students perceive themselves to have a high level of entrepreneurial skills. Conclusions: descriptively, both tendencies could confirm the existence of capacities to influence the entrepreneurial intention of future university graduates; the differences show the existence of factors associated with the personal, social and economic conditions of the individuals, closely linked to leadership and intuition for problem solving, as fundamental dimensions for entrepreneurship.*

**Key words:** Entrepreneurship; leadership; creativity; intuition; achievement motivation.

**Cómo citar este trabajo:**

Dávila, R. (2024). Capacidad emprendedora percibida por los estudiantes de universidades privadas y públicas de Perú. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 193-202 Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.06

[1] Ingeniero industrial. Magíster en Ingeniería Química, Mención: Gerencia de la Calidad y Desarrollo Humano, de la Universidad Nacional del Callao. Líneas de investigación: Ingeniería, Salud Publica, Administración y Educación a distancia. Amplia experiencia en diversos proyectos de investigación de carácter multidisciplinario, en el ámbito de la ingeniería industrial. Autor de artículos en revistas científicas indexadas, internacionales.
https://scholar.google.com/citations?user=- PzTgrQAAAAJ&hl=es

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 193-202
Capacidad emprendedora percibida por los estudiantes de universidades privadas y públicas de Perú
Dávila-Morán, R.
https: / / doi.org / 10.53766 / VIGEREN / 2024.02.23.06

## 1. Introducción

Actualmente los procesos de enseñanza-aprendizaje desarrollados en las universidades se centran en solucionar la problemática devenida de la evolución social y la globalización, dada su influencia significativa en el éxito o fracaso de los futuros profesionales

En este sentido, el emprendimiento constituye una salida que conlleva al crecimiento y desarrollo económico de una región, por lo tanto, se debe promover la adquisición de capacidades emprendedoras en los estudiantes universitarios, considerando su futuro papel activo en el campo laboral. Asimismo, se deben determinar las capacidades más influyentes en la intención y el espíritu emprendedor, con miras a apuntalarlas.

Desde hace varios años el emprendimiento ha ganado fuerza de forma global, considerando la necesidad del ser humano de lograr estabilidad económica y libertad financiera. Por consiguiente, es necesario que los emprendedores sean resilientes, creativos y perseverantes, que optimicen sus estrategias y recursos con la finalidad de ser competitivos en el mercado (Lozano et al., 2023).

Según Midolo et al. (2021), el emprendimiento es una necesidad que en los últimos años ha formado parte de la sostenibilidad económica de las regiones, en la cual las universidades han enfatizado como una manera de contribuir con el desarrollo nacional.

Efectivamente, existen expectativas en referencia a los estudiantes universitarios como emprendedores del futuro, lo cual hace indispensable saber sus intenciones de emprendimiento. Específicamente, es importante entender las motivaciones para crear su propia empresa, así como destacar el rol de la universidad y del contexto social en la formación del espíritu emprendedor (Aguilera et al., 2021).

Asimismo, las capacidades emprendedoras representan una medida de la intención por emprender en los seres humanos, que involucran la actitud general hacia la actuación empresarial. Además, los factores que determinan la decisión de emprender, son atribuibles a particularidades personales, psicológicas y otros aspectos sociodemográficos (Valenzuela et al., 2021).

De acuerdo con Torres y Torres (2013), estas capacidades deben ser promovidas mediante estrategias innovadoras y creativas, basadas en una educación emprendedora, para el trabajo y financiera, que forme individuos independientes, dispuestos a enfrentar riesgos, con motivación al logro y preparados para afrontar desafíos y tener una vida plena.

Para López et al. (2021), es necesario contar con un escenario donde distintos factores coadyuven a detonar en los estudiantes universitarios la motivación para que se visualicen como empresarios. Por consiguiente, se debe evitar que, en su entorno cercano, sea persuadido para no tomar la decisión de emprender, mientras que paralelamente durante su formación profesional desarrolle capacidades que le permitan desempeñarse como emprendedor exitoso.

Diversos estudios han tratado de analizar el desarrollo de capacidades emprendedoras en los seres humanos, como el caso de Albornoz et al. (2021), en cuyo estudio se trabajó con la población de la Base de la Pirámide (BoP) en Cúcuta - Colombia, analizando la relación entre la percepción de la habilidad para identificar y aprovechar oportunidades de emprendimiento y las variables sociodemográficas: género, edad, nivel educativo, perfil ocupacional, pasión, visión, capacidad de aprendizaje y logro de resultados, entre otras.

En el caso del estudio de Krishnan (2019) se evalúan los constructos de la Orientación a la Actitud Empresarial versus el éxito financiero empresarial y su influencia en el desempeño de las pequeñas empresas. Destacando que el desarrollo del talento empresarial es importante para tener una ventaja competitiva en una economía global basada en la innovación. La evidencia empírica ratifica que los programas empresariales imparten con éxito una mayor confianza entre los empresarios potenciales.

En el contexto de la educación universitaria, el estudio de Sandoval et al. (2020) se enfocó en determinar la capacidad para el emprendimiento en estudiantes de ingeniería y arquitectura de una universidad pública del sureste de México. Al respeto, concluyó que existe la necesidad de desarrollar estrategias que contribuyan a robustecer las capacidades emprendedoras de los estudiantes universitarios de México.

De forma similar, el estudio de Chávez (2020) analiza de forma comparativa las respuestas de los estudiantes de Bioingeniería, Industrial y Mecatrónica, a partir del supuesto de que la mayoría de estudiantes de universidades públicas no están interesados en desarrollar un

emprendimiento. En tal sentido, se comprobó que las competencias más desarrolladas fueron: liderazgo, creatividad, trabajo en equipo y comunicación.

En relación al estudio de Soomro et al. (2020), se constató la actitud hacia el emprendimiento en los estudiantes de Tailandia, mediante el modelo de orientación de actitud emprendedora (EAO). Las evidencias indican que existe un impacto significativo de motivación al logro, de control personal e innovación.

En un ámbito más general, el estudio de Álvarez et al. (2019), realiza un diagnóstico donde se identifica el nivel de efectividad del esfuerzo de las universidades de la zona centro de México, que desarrollan acciones por formar emprendedores y para la conformación de empresas mediante centros de desarrollo empresarial, incubadoras de negocios y otros modelos (denominadas Universidades Emprendedoras).

Por otra parte, estudios desarrollados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indican que en Perú los indicadores de percepción, actitud e intención emprendedora están por encima del promedio latinoamericano, a pesar de que en los últimos años se ha visto una tendencia a la disminución de su capacidad emprendedora (Serida et al., 2020).

Dentro de este marco, actualmente en Perú existe una serie de programas educativos para emprendedores dirigidos a jóvenes estudiantes. Este es el caso del programa desarrollado por la Fundación Internacional para la Juventud, en alianza con la institución CEDRO, elk cual proporciona a los estudiantes los caminos para crear su microempresa (Trelles, 2017).

Atendiendo a las evidencias anteriores, el presente estudio pretende identificar las capacidades emprendedoras que perciben los estudiantes de una universidad pública y una universidad privada de Perú.

## 2. Marco Teórico

Hablar de capacidades emprendedoras es adentrarse al mundo del emprendimiento y del emprendedor. A pesar de que existen diversas definiciones y enfoques sobre el tema, a continuación se destacan los más relevantes.

De acuerdo con Stevenson (1983), en el siglo XVIII, Richard Cantillon expuso que el espíritu emprendedor significaba correr el riesgo de comprar a ciertos precios y vender a precios inciertos. Pero Jean Baptiste Say amplió este concepto involucrando la combinación de los factores de producción. Por otra parte, Schumpeter en 1911 incluyó el término de innovación a la definición de emprendimiento, describiendo diferentes tipos de innovación, como la innovación de procesos, de mercado, de productos, de factores, e incluso la organizativa.

Dentro de este marco, Kundel (s. f.) define la actividad emprendedora como el manejo del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin considerar si dicha renovación estratégica sucede dentro o fuera de organizaciones existentes, y sin considerar si esta renovación da pie, o no, a la creación de un nuevo negocio. Asimismo, Stevenson (1983), describe que emprender es buscar la oportunidad sin considerar los recursos que se manejen.

Para Drucker (1993) el emprendimiento no es una ciencia ni un arte, es una práctica. Además, el conocimiento en la actitud emprendedora representa el medio para obtener un fin. A juicio de Kirzner (1998), la función emprendedora en el mercado no es fácil de comprender, y busca explicarla a través de lo que denomina elemento empresarial en la acción individual humana. Este elemento está constituido por el impulso y la perspicacia, que es necesario para definir los objetivos a alcanzar y los medios que permitirán la consecución de tales objetivos.

El emprendimiento involucra aspectos relacionados con la invención e inventiva, asociados al componente de ciencia, tecnología e innovación. En consecuencia, el emprendimiento está encaminado a promover la creación de negocios de la mano con la generación de conocimientos (Gutiérrez et al., 2016).

A juicio de Sivira (2006), el emprendimiento es la capacidad para ejecutar proyectos de acción en un contexto de oportunidades identificadas, mediante la organización de los medios e insumos necesarios para desarrollarlo. Asimismo, es un comportamiento personal y grupal que involucra habilidades y competencias básicas, algunas fuera de lo común que viabilizan la posibilidad de la acción emprendedora.

Según Orrego (2008), el término emprendedor proviene del vocablo latino prenderé que quiere decir "acometer" e "intentar", y fue utilizado para denominar a los pioneros que decidían enfrentar riesgos o lanzarse a una aventura. Posteriormente, los economistas ampliaron el concepto identificándolo con la innovación constante, con el desarrollo de nuevas ideas y formas de hacer las cosas.

Las funciones del emprendedor no son estáticas, en otras palabras, cambian continuamente según los desafíos del negocio, de forma tal que pueden generar ideas, desarrollar planes estratégicos y finalmente ejecutarlos. Considerando que el emprendimiento involucra cambios en la manera de pensar, la personalidad emprendedora es una característica propia o adquirida que evoluciona continuamente (Castillo et al., 2021).

Existen diferentes enfoques o corrientes para medir las capacidades emprendedoras o el potencial emprendedor. Sin embargo, en el presente estudio se utilizó la prueba de *Attitude Toward Enterprise Test (ATE)*, que mide el potencial o actitud emprendedora; esta escala fue desarrollada por Athayde (2009), quien consideró el potencial emprendedor como la manifestación de cuatro capacidades principales en el individuo, relacionadas con su intención emprendedora: liderazgo, creatividad, motivación al logro y control personal.

Este modelo está basado en la teoría de la actitud, específicamente en la Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) formulado por Robinson et al. (1991) y en la propuesta de Mccline et al. (2000). Además, fue adaptado al español por Bernal et al. (2021), destacando que las capacidades emprendedoras constituyen una realidad compleja y dinámica, inherente a los individuos, relacionada a la intención de emprender en determinados ámbitos y situaciones.

En esta adaptación Bernal et al. (2021) adicionó la dimensión intuición para la solución de problemas. Por otro lado, esta versión española del ATE permite la aplicación del instrumento en el contexto hispanoamericano. En la tabla Nª 1 se presentan las dimensiones de la variable capacidades emprendedoras.

Ciertamente, el emprendimiento y creación de negocios no puede visualizarse como algo aislado, debe ser el producto de procesos consistentes y eficientes. Por consiguiente, los emprendedores deben contar con diversas capacidades y características especiales que les permitan desarrollar ideas para generar beneficios propios y para sociedad (Sarmiento, 2019).

**Tabla Nª 1.** Dimensiones de la variable capacidades emprendedoras

| Dimensión | Descripción |
|---|---|
| Liderazgo | Actitud para conformar equipos de trabajo, tomar decisiones, negociar y planificar. |
| Creatividad | Actitud inspiradora para generar ideas del proceso innovador |
| Intuición para la solución de problemas | Actitud de entender las cosas de forma instantánea, sin necesidad de razonamiento. |
| Motivación al logro | Actitud asociada a la perseverancia, la proactividad y la consecución de objetivos. |
| Control personal | Actitud para gestionar y autorregular las actuaciones propias. |

Fuente: Athayde (2009), Bernal et al., (2021), Steenekamp et al., (2011).

## 3. Métodos

Desde el contexto metodológico, el estudio se corresponde con un enfoque cuantitativo, que busca la verificación rigurosa de planteamientos generales mediante la observación empírica y la ejecución de experimentos usando muestras de amplio alcance, con el objetivo de analizar y perfeccionar teorías (Sánchez, 2013).

Por otro lado, la investigación fue de tipo básica, también denominada pura, que se caracteriza por no solucionar problemas de forma inmediata, sino por aportar bases teóricas a otras investigaciones (Arias y Covinos, 2021).

Con respecto al diseño, el estudio fue no experimental, que es la investigación que se realiza sin manipular intencionalmente las variables. En la investigación no experimental se observan o miden sucesos y variables tal como ocurren en su ambiente natural. Por otra parte, el nivel de la investigación fue descriptivo, que se identifica por especificar propiedades y características de términos, fenómenos, variables o sucesos en un contexto determinado (Hernández y Mendoza, 2018).

El universo de estudio definido por Arias (2012) como el conjunto finito o infinito de sujetos con particularidades similares para los cuales las conclusiones serán aplicables, se constituyó con dos

poblaciones, correspondientes a una universidad pública y a una privada de Perú. En este caso, la población estuvo constituida por los estudiantes de la carrera ingeniería industrial, siendo 226 de la universidad pública y 316 de la privada.

En cuanto a la muestra, la misma se calculó mediante la siguiente fórmula estadística, (1). Al aplicar esta fórmula se obtuvo una muestra de 142 estudiantes en la universidad pública y 173 estudiantes en la privada.

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{E^2\,(N-1) + Z^2 P(1-P)} \quad (1)$$

Para medir la variable capacidades emprendedoras se utilizó la Attitude Toward Enterprise Test (ATE), que en español de traduce como Prueba de Actitud Emprendedora desarrollada por Athayde (2009) y adaptada al español por Bernal et al. (2021). Esta prueba evalúa el potencial emprendedor mediante cinco dimensiones asociadas al emprendimiento y susceptibles de ser aprendidas y desarrolladas: liderazgo, creatividad, intuición, motivación al logro y control personal.

El instrumento consta de veintidós ítems que permiten cuantificar las variables, además cada ítem se puede responder según una escala Likert de 5 categorías: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

En cuanto a la validez del instrumento, la prueba tiene una validez discriminante. Por otro lado, el instrumento muestró un coeficiente de confiabilidad global *Alfa de Cronbach* de 0.853, siendo la confiabilidad de todas las dimensiones superior a 0.7, como se muestra en la tabla Nª 2, lo cual indica que el instrumento es confiable.

La información recogida fue tabulada con la ayuda de los programas Microsoft Excel y SPSS versión 25. Seguidamente, se realizó el estudio descriptivo de la variable y sus dimensiones, mediante el cálculo los niveles de frecuencia, la elaboración de tablas, gráficos o figuras con sus respectivas descripciones e interpretaciones para una mejor visualización. Finalmente, se compararon los hallazgos alcanzados con los de otros estudios a través de una discusión, para luego establecer las respectivas conclusiones.

**Tabla N° 2. Confiablidad del cuestionario**

| Dimensión | *Alfa de Cronbach* | Numero de *ítems* |
|---|---|---|
| Liderazgo | 0.870 | 5 |
| Creatividad | 0.806 | 4 |
| Intuición para la solución de problemas | 0.809 | 4 |
| Motivación al logro | 0.797 | 4 |
| Control personal | 0.833 | 5 |

Fuente: Bernal et al., (2021)

## 4. Resultados y discusión

Los análisis descriptivos de los datos obtenidos en la universidad pública se presentan en la tabla N° 3. Respecto a la variable capacidades emprendedoras se destaca que el 53.1% de estudiantes encuestados percibe un nivel alto, 40.7% perciben un nivel medio y apenas el 6.2% perciben un nivel bajo.

Al considerar que la variable capacidad emprendedora, depende a su vez de cuatro dimensiones (liderazgo, creatividad, motivación al logro y control personal), específicamente, en la dimensión liderazgo, se constató que el 54.9% de los participantes percibe nivel alto, 36.7% nivel medio y 8.4% nivel bajo. En la dimensión creatividad, los hallazgos indican que el 60.2% de los estudiantes perciben nivel alto, 33.2% nivel medio y 6.6% nivel bajo (Tabla N° 3).

A partir de lo anterior, los estudiantes de la universidad pública perciben altos niveles en sus capacidades emprendedoras, a pesar de estar influenciadas por una compleja combinación de elementos de personalidad y del entorno que los rodea, así como la dinámica asociada a la acción de emprender en contextos y situaciones específicas.

Por otro lado, en la dimensión intuición se obtuvo que el 61.5% de los estudiantes encuestados perciben un nivel alto, 29.6% perciben nivel medio y 8.8% un nivel bajo. Acerca de la dimensión motivación al logro, se halló la existencia de 58.4% de estudiantes en un nivel alto, 35.8% en un nivel medio y 5.8% en el nivel bajo. Por último, en la dimensión control personal 63.7% de los estudiantes señalaron la existencia de nivel alto, 33.2% nivel medio y 3.1% nivel bajo (Tabla N° 3).

**Tabla N° 3. Nivel de las capacidades emprendedoras de estudiantes de una universidad pública**

| Variable / Dimensión | Nivel | | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Alto | | Medio | | Bajo | | |
| | n | %f | n | %f | n | %f | |
| Capacidades emprendedoras | 120 | 53.1 | 92 | 40.7 | 14 | 6.2 | 226 |
| Liderazgo | 124 | 54.9 | 83 | 36.7 | 19 | 8.4 | 226 |
| Creatividad | 136 | 60.2 | 75 | 33.2 | 15 | 6.6 | 226 |
| Intuición | 139 | 61.5 | 67 | 29.6 | 20 | 8.8 | 226 |
| Motivación al logro | 132 | 58.4 | 81 | 35.8 | 13 | 5.8 | 226 |
| Control personal | 144 | 63.7 | 75 | 33.2 | 7 | 3.1 | 226 |

Fuente: Elaboración propia.

De forma similar, en la Tabla N° 4 se presenta el estudio descriptivo de la información recopilada en la universidad privada. En este sentido, se comprobó el comportamiento de las mismas variables en la muestra seleccionada en la universidad privada.

Comparativamente, en el caso de la universidad privada, el nivel de las capacidades emprendedoras percibido por los estudiantes resultó ser más alta, en todas las dimensiones de la variable. En este sentido, se razona que existen otros factores que influyen para que los estudiantes de universidades privadas posean mayor percepción de liderazgo, creatividad, intuición, motivación al logro y control personal. Es decir, al comparar los hallazgos del nivel de las capacidades emprendedoras entre los estudiantes de la universidad pública y la universidad privada, como se observa en la Figura N° 1, se constata que en la universidad privada estos valores son más altos. En este sentido, es relevante destacar que pueden existir diversas razones para que esto ocurra, siendo que por lo general las personas que estudian en instituciones privadas tienen una mejor posición económica; sin embargo, por tratarse de un estudio descriptivo, los hallazgos no son suficientemente concluyentes, por lo que el reto de todas las universidades se basa en la promoción o fomento continua del espíritu e iniciativa emprendedora.

Acerca de la percepción del liderazgo, como capacidad emprendedora, los resultados indican que en los estudiantes de la universidad privada es mucho mayor que en la pública, tal como se observa en la figura N° 2, lo cual pudiera ser producto igualmente del diferente nivel socioeconómico entre ambos grupos de estudiantes. Esta reflexión se basa en Sopo et al. (2017) quién plantea la existencia de aspectos demográficos, sociales y educativos como factores que frecuentemente tienen influencia en las capacidades de los emprendedores, como líderes. Esto ha ocasionado que diversos autores han asociado las dos ramas provocando el surgimiento de un nuevo término, liderazgo emprendedor. En relación a la creatividad, como una capacidad emprendedora, en la figura N° 3 se observa que en ambas universidades existen niveles altos percibidos por los estudiantes, sin embargo, en la universidad privada existe mayor frecuencia de ocurrencia. Estos valores pudieran ser producto de lo señalado por Pacheco et al. (2020), quien afirma que las universidades están actualmente enfocadas en el desarrollo de procesos internos que posibiliten soluciones al entorno, mediante el desarrollo de estrategias que promuevan el surgimiento, desde los salones de clases, de profesionales conscientes de la necesidad de desarrollar acciones creativas insertas en el perfil del emprendedor. La comparación de la intuición para la resolución de problemas entre los estudiantes de la universidad pública y la privada, también arrojó una mayor frecuencia en el nivel alto en los estudiantes de la universidad privada (Figura N° 4). Esta intuición está constituida por las características de la personalidad del emprendedor y su olfato para detectar oportunidades y problemas, lo cual pudiera ser producto de los señalado por Albornoz et al. (2021), quién señala que el emprendimiento está asociado con el desarrollo económico de una región y de sus habitantes, involucrados en un ambiente de innovación, así como en capacidades técnicas, intuición y estrategias individuales y del equipo de trabajo.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 193-202
Capacidad emprendedora percibida por los estudiantes de universidades privadas y públicas de Perú
Dávila-Morán, R.
https: / / doi.org / 10.53766 / VIGEREN / 2024.02.23.06

**Tabla N° 4. Nivel de las capacidades emprendedoras de estudiantes de una universidad privada**

| Variable / Dimensión | Nivel | | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Alto | | Medio | | Bajo | | |
| | n | %f | n | %f | n | %f | |
| Capacidades emprendedoras | 240 | 75.9 | 70 | 22.2 | 6 | 1.9 | 316 |
| Liderazgo | 237 | 75.0 | 66 | 20.9 | 13 | 4.1 | 316 |
| Creatividad | 241 | 76.3 | 65 | 20.6 | 10 | 3.2 | 316 |
| Intuición | 231 | 73.1 | 79 | 25.0 | 6 | 1.9 | 316 |
| Motivación al logro | 234 | 74.1 | 73 | 23.1 | 9 | 2.8 | 316 |
| Control personal | 237 | 75.0 | 70 | 22.2 | 9 | 2.8 | 316 |

Fuente: Elaboración propia.

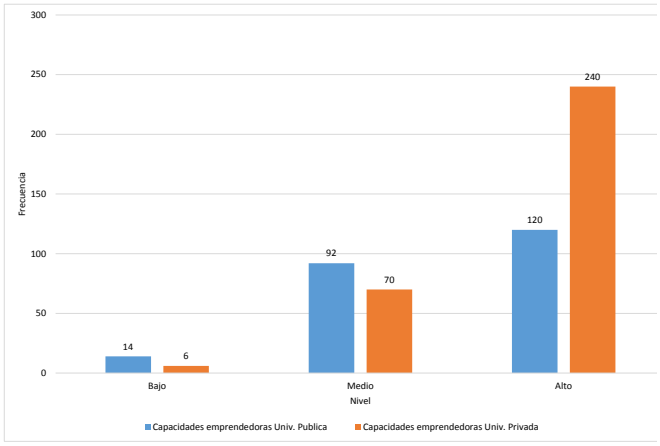



**Figura N° 1. Capacidades emprendedoras entre estudiantes de una universidad pública y una privada**. Fuente: Elaboración propia.

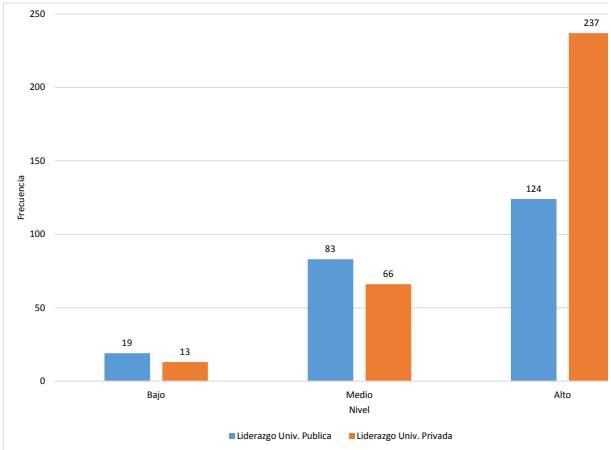



**Figura N° 2. Liderazgo entre estudiantes de una universidad pública y una privada.** Fuente: Elaboración propia.

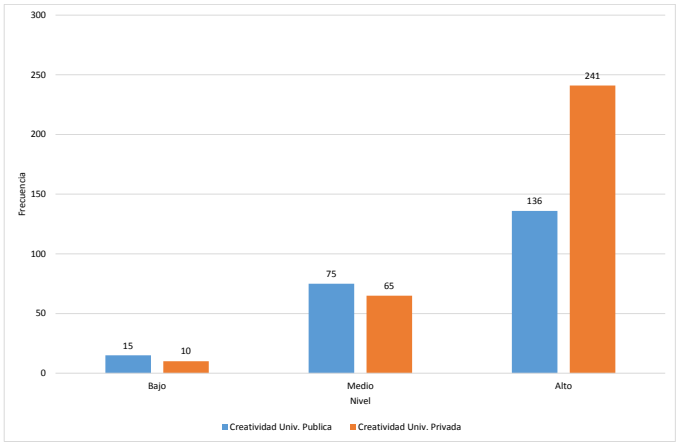



**Figura N° 3. Creatividad entre estudiantes de una universidad pública y una privada.** Fuente: Elaboración propia.

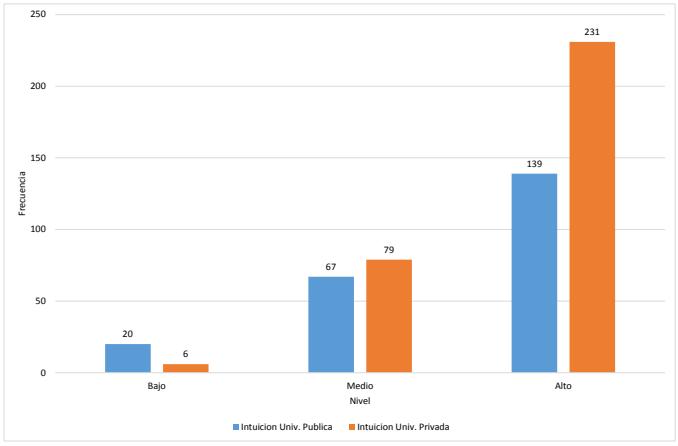



**Figura N° 4. Intuición entre estudiantes de una universidad pública y una privada**. Fuente: Elaboración propia.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •Edición N° 2 • Julio – Diciembre 2024• pp. 193-202
Capacidad emprendedora percibida por los estudiantes de universidades privadas y públicas de Perú
Dávila-Morán, R.
https: / / doi.org / 10.53766 / VIGEREN / 2024.02.23.06

La motivación al logro es un aspecto fundamental en la actitud del emprendedor, dado que imprime en el individuo el impulso de alcanzar metas y esforzarse por lograrlo con éxito. En este caso, los resultados señalan que existe una percepción de nivel alto de motivación al logro en ambas universidades, no obstante, en la universidad privada se reportó mayor frecuencia, tal como se muestra en la Figura N° 5; iguales resultados se hallan en la dimensión control personal (Figura N° 6), como una actitud que permite manejar y autorregular los comportamientos y actitudes propias (Bernal et al., 2021), aspecto que le aporta coherencia, responsabilidad y seriedad al perfil del emprendedor.

No obstante, la condición de elevada de motivación al logro, desde otro punto de vista, es una condición que limita el emprendimiento, dado que diferentes estudios confirman que los individuos con alta motivación al logro prefieren empleos estables, en lugar de emprender sus propios negocios; prefieren empleos donde obtengan retroinformación sobre su desempeño . De otra manera no tendrían forma de saber si lo hacen bien o mal (Astorga y Silva, 2019).

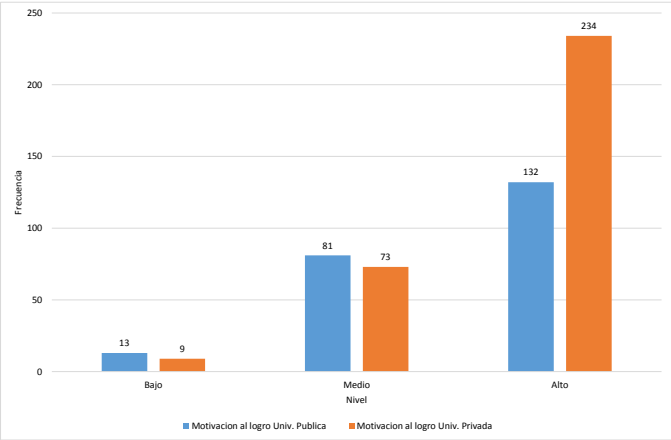



**Figura N° 5. Motivación al logro entre estudiantes de una universidad pública y una privada**. Fuente: Elaboración propia.

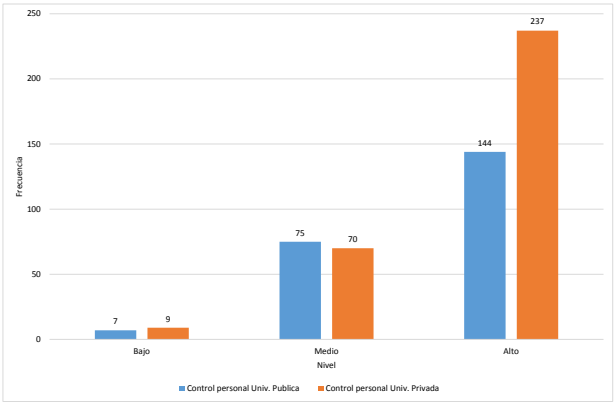



**Figura N° 6. Control personal entre estudiantes de una universidad pública y una privada.** Fuente: Elaboración propia.

## 5. Conclusiones

El presente estudio estuvo basado en la premisa de que emprendedor determina los objetivos que busca alcanzar, luego de identificar los insumos necesarios para su ejecución, a partir de sus capacidades de liderazgo, creatividad, intuición, motivación al logro y control personal. Por consiguiente, el emprendedor es visto como el promotor de iniciativas que persigan el bienestar de la sociedad, contando con habilidades definidas que determinaran el éxito o fracaso de su iniciativa. El presente estudio permitió vislumbrar que el emprendimiento y las capacidades emprendedoras requieren de una atención específica dentro de las universidades públicas y privadas del país. Considerando, que es necesario que surjan alternativas innovadoras, fomentadas por el emprendedor desde la universidad, para generar nuevos negocios.

Los hallazgos descriptivos en los estudiantes de la universidad pública, reflejan que el 53,1% de los estudiantes perciben niveles altos en sus capacidades emprendedoras, en todas sus dimensiones (liderazgo, creatividad, intuición, motivación al logro y control personal). Esto refleja la existencia de condiciones favorables para la generación de emprendimiento por parte de la mayoría de los estudiantes de la universidad pública. Sin embargo, en las universidades privadas, se constató que el 75.9% de sus estudiantes perciben un nivel alto de capacidades emprendedoras, en todas sus dimensiones (liderazgo, creatividad,

intuición para la solución de problemas, motivación al logro y control, personal). Ambas tendencias, pudiera confirmar, la existencia de capacidades emprendedoras en la mayoría de los estudiantes, a incidir en su intención emprendedora al finalizar la carrera universitaria.

Al comparar los hallazgos de ambas universidades, a pesar de que la mayoría de los estudiantes percibe nivel alto en las capacidades emprendedoras y sus dimensiones, se corrobora que en la universidad privada estos valores fueron mayores, que en la universidad pública. Esto puede ser producto de diversos factores, especialmente asociados a las condiciones personales, sociales y económicas, de los individuos. Así lo reflexionan diversos autores como Sopo et al. (2017) y Albornoz et al. (2021), quienes atribuyen que el liderazgo, la intuición para la resolución de problemas (dimensiones fundamentales para el emprendimiento), poseen estrecha vinculación con las condiciones socioeconómicas de los individuos, incluyendo el desarrollo económico de su localidad o región.

Al analizar los hallazgos del estudio, destacan las diferencias encontradas entre las percepciones sobre las capacidades emprendedoras de los estudiantes de una universidad pública y de una universidad privada. Esta diferencia debe ser estudiada con mayor profundidad, para determinar los factores que inciden en este comportamiento y así poder diseñar estrategias que mitiguen los factores adversos y potencien las condiciones emprendedoras, especialmente en las universidades públicas.

El presente estudio también apunta a desarrollar futuras investigaciones comparativos, en las condiciones de los estudiantes pertenecientes a diversos niveles o avances dentro de una misma carrera, tomando como antecedente el estudio de Chávez (2020), quién a través de un análisis comparativo entre las competencias emprendedoras de estudiantes de diferentes ciclos de estudio de una universidad, halló la ausencia de diferencias significativas en las capacidades emprendedoras entre los estudiantes de varios ciclos. Dicho estudios pudiera servir para apuntalar y evaluar los esfuerzos educativos realizados para promover el perfil emprendedor de sus egresados.

## 7. Referencias

Aguilera-Castro, A., Benavides-Pupiales, L. E., Ibarra-Jaramillo, F. J., Aguilera-Castro, A., Benavides-Pupiales, L. E., & Ibarra-Jaramillo, F. J. (2021). Intención emprendedora en estudiantes de pregrado de la universidad de Nariño, Colombia. *Tendencias*, 22(2), 213-238. https://doi.org/10.22267/rtend.212202.174

Albornoz-Arias, N., Contreras-Velásquez, J. C., Espinosa-Castro, J. F., Sotelo Barrios, M. E., Albornoz-Arias, N., Contreras-Velásquez, J. C., Espinosa-Castro, J. F., & Sotelo Barrios, M. E. (2021). Capacidades emprendedoras en población de la base de la pirámide en Cúcuta, Colombia. *Contaduría y administración*, 66(1). https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.21883

Álvarez Botello, J., Piña Sandoval, M. A., & Gutiérrez Pallares, E. (2019). Resultados del diagnóstico del desarrollo de capacidades emprendedoras en los estudiantes de las universidades en la zona centro de la República Mexicana. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional RILCO*, *3*.

Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición* (6ta ed.). Fidias G. Arias Odón.

Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260

Astorga, M. C. M., & Silva, M. J. F. (2019). Remy: Ejemplo de motivación de logro y emprendimiento. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, *3*(2), Article 2. https://doi.org/10.17060/ijodaep.2019.n2.v2.1904

Athayde, R. (2009). Measuring Enterprise Potential in Young People. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *33*(2), 481-500. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00300.x

Bernal-Guerrero, A., Cárdenas Gutiérrez, A. R., & Athayde, R. (2021). Test de Potencial Emprendedor: Adaptación al español (ATE-S). *Bordón: Revista de pedagogía*, *73*(1), 19-38. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7873495

Castillo Saavedra, E. F., Reyes Alfaro, C. E., Ayala Jara, C. I., & Arroyo Rosales, E. M. (2021). Escala de perfil emprendedor en estudiantes universitarios peruanos. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, *26*(94), 840-858. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890460

Chávez Moreno, E. A. (2020). Análisis comparativo de competencias emprendedoras entre estudiantes de la UABC. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, *10*(20). https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.646

Drucker, P. F. (1993). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles* (Reprint). HarperBusiness.

Gutiérrez, J. A., Asprilla, E., & Gutiérrez, J. (2016). Estado del arte del emprendimiento empresarial en materia de ciencia, tecnología e innovación. *Revista Universitaria Ruta*, *18*(2), Article 2. https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/795

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1era ed.). McGRAW-HILL.

Kirzner, I. (1998). *El empresario Lecturas de Economía Política* (Vol. 1). Unión Editorial.

Krishnan, L. (2019). Entrepreneurial attitude orientation versus entrepreneurial success among entrepreneurs in Small and Medium Enterprise (SME). *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, *6*(4), 243-255.

Kundel, S. W. (s. f.). *El impacto de la estructura de la estrategia y de la industria en nuevo funcionamiento de la empresa. Doctoral Dissertatión. University of Georgia.*

López Torres, V. G., Sánchez Tovar, Y., Moreno Moreno, L. R., & Pérez Rivas, D. A. (2021). Determinantes de la intención emprendedora en estudiantes universitarios mexicanos. *Revista de ciencias sociales*, *27*(Extra 4), 127-146. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8145513

Lozano, C., Gutiérrez, L., & Ruiz, C. (2023). La metodología del enfoque en el ser: Competencias emprendedoras en los participantes del Creactivate 4.0. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, *13*, 9-33. https://doi.org/10.32719/25506641.2023.13.11

Mccline, R. L., Bhat, S., & Baj, P. (2000). Opportunity Recognition: An Exploratory Investigation of a Component of the Entrepreneurial Process in the Context of the Health Care Industry. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *25*(2), 81-94. https://doi.org/10.1177/104225870002500205

Midolo Ramos, W. R., Cornejo Condori, Y. M., & Ayala Cochón, F. F. (2021). Capacidad emprendedora en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa – 2019. *Revista Venezolana de Gerencia*, *26*(5 Edición Especial), 261-275. https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.18

Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, *16*(20), 225-235.

Pacheco, C., Niebles, W., & Hernandez, H. (2020). Acciones creativas como factor clave del perfil emprendedor del estudiante universitario. *Revista Espacios*, *41*(46), 19-29.

Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *15*(4), 13-32. https://doi.org/10.1177/104225879101500405

Sánchez Santamaría, J. (2013). *Paradigmas de Investigación Educativa: De las leyes subyacentes a la modernidad reflexiva*. *16*, 91-102.

Sandoval Caraveo, M. del C., Surdez Pérez, E. G., & Pérez Sandoval, A. G. (2020). Nivel de la capacidad para el emprendimiento en estudiantes de ingeniería y arquitectura de una universidad pública del sureste de México. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, *11*(21). https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.757

Sarmiento Valle, S. (2019). Entender el emprendimiento para solucionar la problemática económica y social. *Dictamen Libre*, *14*(24), Article 24. https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.24.5470

Serida Nishimura, J. F., Borda Reyes, A. J., Alzamora Ruiz, J., Morales Tristán, O., & Guerrero de Lizardi, C. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019*. Universidad ESAN. https://repositorio.esan.edu.pe///handle/20.500.12640/2070

Sivira, F. G. (2006). Desarrollo local - endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios sociodeprimidos. *Revista de Educación*, *12*(22), 139-152.

Soomro, B. A., Memon, M., & Shah, N. (2020). Attitudes towards entrepreneurship among the students of Thailand: An entrepreneurial attitude orientation approach. *Education + Training*, *63*(2), 239-255. https://doi.org/10.1108/ET-01-2020-0014

Sopo, G. R., Salazar, M. B., Guzmán, E. A., & Vera, L. G. (2017). Liderazgo como competencia emprendedora. *Revista ESPACIOS*, *38*(24). http://ww.revistaespacios.com/a17v38n24/17382424.html

Steenekamp, A. G., van der Merwe, S. P., & Athayde, R. (2011). An investigation into youth entrepreneurship in selected South African secondary schools: An exploratory study. *Southern African Business Review*, *15*(3), 46-75.

Stevenson, H. H. (1983). A Perspective on Entrepreneurship. *Harvard Business School*, 1-13.

Torres Valladares, M., & Torres Lajo, M. (2013). Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de una universidad privada de Lima. *Revista de investigación en psicología*, *16*(2), 45-59. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8176598

Trelles Suca, J. L. (2017). Aprendizaje de comercio electrónico y el desarrollo de la capacidad emprendedora en estudiantes de educación superior. *Digital Publisher CEIT*, 6(5), 191-198.

Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Silva-Aravena, E., Moreno-Villagra, M., Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Silva-Aravena, E., & Moreno-Villagra, M. (2021). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile. *Formación universitaria*, *14*(4), 103-112. https://doi.org/10.4067/S0718-50062021000400103

ISSN1317-8822/ISSNElectrónico2477-9547•Año23•Nº02 • Julio – Diciembre 2024 •pp.203-216
Gobierno Corporativo: Un Análisis por Género en el Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador
Enríquez, J. Enríquez, T. y García, T y Mena, A.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.07

visión gerencial

# Gobierno Corporativo: Un Análisis por Género en el Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador

**Jenny Fernanda Enríquez Chugá**[1]
Universidad Técnica del Norte, Ecuador
jfenriquez1@utn.edu.ec
https://orcid.org/0000-0001-5394-3721

**Ruth Gabriela Enríquez Chugá**[2]
Instituto Tecnológico Universitario ITCA
rgenriquez@itca.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-5105-6915

**Tuli Aracelly García Arciniegas**[3]
Universidad Técnica del Norte, Ecuador
tagarcia@utn.edu.ec
https://orcid.org/0000-0001-5421-888X

**Alexandra Antonieta Mena Vásquez**[4]
Universidad Técnica del Norte
aamena@utn.edu.ec
https://orcid.org/0000-0001-8716-9359

## *RESUMEN*

El presente estudio examina el gobierno corporativo desde una perspectiva de género en el Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador. El propósito es analizar el gobierno corporativo desde una perspectiva de género para establecer la relación entre el género y el rol en la organización desde el contexto de la gobernanza corporativa en Ecuador. La metodología utilizada se basó en el análisis de datos descriptivos e inferenciales, que incluyeron tablas de frecuencia, análisis chi-cuadrado y comparaciones de proporciones. Para ello se recopilaron datos sobre la participación de hombres y mujeres en roles de gobernanza, como el Consejo de Vigilancia, el Consejo de Administración y el puesto de Representante Legal. Los principales resultados revelaron una representación equitativa en algunos roles, como el Consejo de Vigilancia; se identificaron disparidades en otros, como el Consejo de Administración y el puesto de Representante Legal. Los análisis inferenciales proporcionaron una perspectiva más profunda sobre las relaciones entre la gobernanza corporativa y los diferentes fenómenos estudiados. Aunque algunos de los resultados no alcanzaron niveles de significancia estadística, se llegó a la conclusión de que esto podría deberse a la presencia de variables de confusión o a la necesidad de considerar otros factores que puedan influir en las relaciones observadas.

**Palabras clave:** gobierno corporativo; género; sector financiero; equidad de género; participación femenina.

***Corporate Governance: A Gender Analysis in Ecuador's Popular and Solidarity Financial Sector***

*Abstract*

*This study examines corporate governance from a gender perspective in the Popular and Solidarity Financial Sector in Ecuador. The purpose is to analyze corporate governance from a gender perspective to establish the relationship between gender and organizational role in the context of corporate governance in Ecuador. The methodology used was based on descriptive and inferential data analysis, which included frequency tables, chi-square analysis and comparisons of proportions. For this purpose, data was collected on the participation of men and women in governance roles, such as the Supervisory Board, the Board of Directors and the position of Legal Representative. The main results revealed equal representation in some roles, such as the Supervisory Board; disparities were identified in others, such as the Board of Directors and the position of Legal Representative. Inferential analyses provided a deeper insight into the relationships between corporate governance and the different phenomena studied. Although some of the results did not reach statistical significance levels, it was concluded that this could be due to the presence of confounding variables or the need to consider other factors that may influence the observed relationships.*

*Key words: corporate governance, gender, financial sector, gender equity, female participation.*

**Recibido:** 13-10-23
**Revisado:** 11-12-23
***Aceptado*:** 14-02-24

**Cómo citar este trabajo:**

Enríquez, J. Enríquez, T. y García, T y Mena, A. (2024). Gobierno Corporativo: Un Análisis por Género en el Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 203-216
Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.07

[1] Magister en Administración de Negocios, Coordinadora de la Maestría de Finanzas, mención Dirección Financiera. Universidad Técnica del Norte, Ecuador.
[2] Magíster en Innovación en Educación, Coordinadora de las carreras de Educación, del Instituto Tecnológico Universitario ITCA
[3] Magíster en Ecoturismo en Áreas Protegidas. Universidad Técnica del Norte, Ecuador.
[4] Magíster en Administración de Empresas con mención en Gerencia de la Calidad y la Productividad, Coordinadora de la Maestría en Administración de Empresas, mención Calidad y Competitividad. Universidad Técnica del Norte, Ecuador.

## 1. Introducción

El tema de la gobernanza corporativa ha generado en los últimos años un conjunto de disertaciones que vale la pena analizar y contrastar a la luz de la participación de la mujer dentro de la dinámica organizacional. Al respecto, Mancilla y Saavedra (2015) destacan la importancia de la gobernanza corporativa para las mujeres, pues una buena gobernanza corporativa debería ayudar a superar barreras al promover la igualdad de género en el lugar de trabajo, ya que la gobernanza es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos.

En el caso de las mujeres, la gobernanza es especialmente relevante. La norma ISO 26000, encargada de guiar la responsabilidad social, sugiere que una de las acciones que permiten fortalecer la responsabilidad social es mejorar las oportunidades de grupos vulnerables, como las mujeres, para ocupar puestos de liderazgo. En este sentido la gobernanza puede ser un medio para promover la igualdad de género en las organizaciones, ya que esta permite, desde la responsabilidad social, ayudar a las organizaciones a ser más transparentes y responsables, beneficiando a todas las partes interesadas, entre ellas a las mujeres. Una gobernanza desde la responsabilidad social puede asegurar que las organizaciones sean responsables de sus acciones y decisiones, lo que puede ayudar a proteger los derechos de las mujeres en el lugar de trabajo.

En este sentido, el presente artículo pretende responder la siguientes interrogantes: 1. ¿cómo influye la gobernanza corporativa en la participación de las mujeres en roles de liderazgo en las organizaciones en Ecuador? y 2. ¿Cuál es su impacto?. En función de estas preguntas el objetivo de la investigación ha sido analizar la relación entre el género y el rol en la organización desde el contexto de la gobernanza corporativa en Ecuador. También, se ha pretendido determinar su impacto en las mujeres, requiriendo el diseño de una metodología que permita establecer la relación existente entre el género y las actividades del gobierno corporativo.

## 2. Revisión de la Literatura

La gobernanza corporativa es un tema que se encuentra dentro del eje temático de desarrollo económico y empresarial sustentable. Esta ha sido estudiada por varios autores dentro de los que se destaca Balcazar (2018), quien explica que la gobernanza corporativa ha evolucionado para equilibrar los intereses de las diversas partes interesadas de una empresa, lo que incluye a todos, desde los accionistas hasta la comunidad en general. En este orden de ideas, Arzubiaga (2019) incluye dentro de la gobernanza la responsabilidad social corporativa, determinando que las empresas deben tener en cuenta el impacto de sus decisiones.

Dentro de esta reflexión, Mejía(2021) introduce el concepto de gobernanza global, el cual se refiere a la forma en la que se toman y se implementan decisiones a nivel global. Este concepto es especialmente relevante en el contexto de la globalización en el que las decisiones tomadas en un país pueden tener un impacto significativo en otros. Ahora bien, en el sector público, la gobernanza se refiere a la forma en que se toman decisiones, se implementan y cómo estas afectan a los ciudadanos. Por ello, Salazar (2018) sostiene que la gobernanza en el sector público debe ser transparente, responsable y eficaz para garantizar que se satisfagan las necesidades y expectativas de los ciudadanos.

A los conceptos de Mejías se une el de Romero (2021), quien propone el concepto de "*gobernanza de la información*", la cual se refiere a la forma en la que se gestiona la información en una organización, incluyendo cómo se recopila, se almacena, se utiliza y se protege la información. Esta se ha convertido en un aspecto crucial de la gobernanza en general. En este orden de ideas, Ruiz y Retolaza (2012) discuten la gobernanza en el contexto de las organizaciones sin fines de lucro. Según estos autores, la gobernabilidad

corporativa no solo se refiere a la administración de una organización, sino que también implica la participación de diferentes grupos de interés, conocidos como stakeholders. Estos stakeholders pueden incluir a accionistas, trabajadores, financiadores, proveedores, clientes, administraciones y la sociedad en general.

En este sentido, la teoría de los stakeholders propone que una organización es el resultado de la interrelación de todos estos grupos a lo largo del tiempo. Por lo tanto, la gobernabilidad corporativa debe considerar y equilibrar los intereses de todos estos grupos, ya que la gobernabilidad también se ve influenciada por la teoría multifiduciaria y la teoría de la empresa ciudadana. La teoría multifiduciaria amplía la consideración principal a todos los stakeholders, lo que significa que la dirección de una organización debe crear valor para todos ellos. Por otro lado, la teoría de la empresa ciudadana propone que las empresas deben asumir responsabilidades sociales, políticas y económicas; estas responsabilidades deben ser definidas por la ley, las políticas públicas, las expectativas de los stakeholders y las acciones voluntarias derivadas de los valores corporativos y las estrategias de negocio.

Como se puede observar, la gobernanza es un concepto multifacético que ha evolucionado a lo largo del tiempo para abarcar una variedad de contextos y sectores. Aunque los detalles específicos pueden variar, el objetivo central de la gobernanza en todos estos contextos es garantizar que las decisiones y actividades de las organizaciones sean transparentes, responsables y eficaces para satisfacer las necesidades y las expectativas de las diversas partes interesadas (Arzubiaga, 2019; Balcazar Daza, 2018; Mejía Franco et al., 2021; Romero, 2021; Ruiz De Aguirre & Retolaza, 2012; Salazar Soledispa, 2018).

En el panorama actual, la gobernanza corporativa se ha convertido en un tema de vital importancia. Martínez et al. (2015) sostiene que la gobernanza corporativa es crucial para el crecimiento económico y la estabilidad de cualquier país, incluyendo Ecuador, ya que las empresas con una buena gobernanza corporativa suelen ser más transparentes, lo que atrae a los inversores y fomenta el crecimiento económico. Además, las empresas con gobernanza corporativa suelen ser más responsables y éticas, lo que puede ayudar a prevenir escándalos financieros y corporativos. En este sentido, es importante tener presente que, como afirma Salazar (2018), la gobernanza corporativa es un conjunto de prácticas, procesos y reglas que dirigen y controlan una empresa, esencialmente, es el sistema por el cual las empresas son dirigidas y controladas.

Ahora bien, a pesar de los avances significativos en la promoción de la igualdad de género en el Ecuador, la participación de las mujeres sigue siendo un desafío. Aunque han demostrado su capacidad para liderar y tomar decisiones efectivas, su representación en los consejos de administración y en los puestos de alta dirección sigue siendo baja (Salazar Soledispa, 2018). Ante esto, surge una interrogante: ¿A qué se atribuye esta baja participación en la gobernanza corporativa? La literatura reseña varios factores; en primer lugar, a los estereotipos de género y las actitudes tradicionales hacia el papel de las mujeres en la sociedad, los cuales pueden limitar las oportunidades de las mujeres para ascender a puestos de liderazgo (Romero, 2021); en segundo lugar, la falta de políticas de igualdad de género en las empresas puede dificultar la promoción de la diversidad en los consejos de administración (Ruiz De Aguirre & Retolaza, 2012). En tercer lugar, se le podría atribuir a la falta de modelos a seguir y de oportunidades de desarrollo profesional, lo que puede desalentar a las mujeres a aspirar a puestos de liderazgo en las empresas (Romero, 2021) y en cuarto lugar, a la falta de conciliación entre la vida laboral y personal, lo que puede resultar un obstáculo para la participación de las mujeres en la gobernanza corporativa.

Esta situación problemática tiene implicaciones significativas para las empresas y para la sociedad en general, ya que la falta de diversidad en los consejos de administración puede limitar la capacidad de las empresas para tomar decisiones efectivas y mejorar su rendimiento financiero (Mejía Franco et al., 2021). Además, la poca participación de las mujeres en la gobernanza corporativa puede perpetuar las desigualdades de género y limitar el progreso hacia la igualdad de género en el Ecuador.

## 3. Metodología

### 3.1 Las hipótesis

En función de lo antes expuesto se formuló una hipótesis nula (H0), la cual establece que no hay asociación entre el género y el rol en la organización y una hipótesis alternativa (H1) que sostiene que existe una asociación entre estos dos factores. Para probar estas hipótesis se utilizó la prueba de chi cuadrado, quedando la formulación de las hipótesis de la siguiente forma:

Hipótesis nula (H0): No hay asociación entre el género y el rol en la organización.

Hipótesis alternativa (H1): Existe una asociación entre el género y el rol en la organización.

### a. El diseño de investigación

Para el estudio de la gobernanza corporativa y su impacto en las mujeres en Ecuador se estableció el enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando un diseño descriptivo y correlacional, ya que este enfoque permite examinar la relación entre el género, el rol en la organización y su impacto en la gobernanza corporativa. El mismo que se basa en las metodologías propuestas por Romo (2016), Amaiquema et al. (2019), Ramos (2020). Estos autores proporcionan una guía detallada sobre cómo realizar una investigación empírica en las ciencias sociales, incluyendo la definición de la población y la muestra, la formulación de hipótesis, la recolección y análisis de datos y la interpretación de los resultados (Heinemann, 2019; Mar Orozco et al., 2020; Rodríguez Sánchez, 2020).

### 3.3 La población

La población de estudio estuvo compuesta por 10,439 representantes de algún tipo de gobierno en Ecuador, de los cuales 5,512 son hombres y 4,927 son mujeres. Estos representantes se distribuyeron en tres roles principales: Consejo de Vigilancia, Consejo de Administración y Representante Legal.

**Tabla 1. Población del gobierno**

| Etiquetas de fila | HOMBRE | MUJER | Total general |
|---|---|---|---|
| CONSEJO DE VIGILANCIA | 2034 | 2099 | 4133 |
| CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | 3169 | 2661 | 5830 |
| REPRESENTANTE LEGAL | 309 | 167 | 476 |
| Total general | 5512 | 4927 | 10439 |

**Fuente.** Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023)

ISSN1317-8822/ISSNElectrónico2477-9547•Año23•Nº02 • Julio – Diciembre 2024 •pp.203-216
Gobierno Corporativo: Un Análisis por Género en el Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador
Enríquez, J. Enríquez, T. y García, T y Mena, A.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.07

**Tabla 2. Distribución porcentual de la población**

| Etiquetas de fila | HOMBRE | % | MUJER | % | Total general |
|---|---|---|---|---|---|
| CONSEJO DE VIGILANCIA | 2034 | 36,90% | 2099 | 42,60% | 4133 |
| CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | 3169 | 57,49% | 2661 | 54,01% | 5830 |
| REPRESENTANTE LEGAL | 309 | 5,61% | 167 | 3,39% | 476 |
| Total general | 5512 | 100,00% | 4927 | 100,00% | 10439 |
| Distribución % por fila | 52,80% | | 47,20% | | 100% |

**Fuente.** Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023)

Con respecto al cálculo de la muestra para el presente estudio, se ha utilizado una fórmula para poblaciones infinitas, la misma que se desarrolla a continuación con la información recabada de las bases de datos proporcionada por la *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*.

$$n = \frac{P.Q.N}{(N-1)\left(\frac{E^2}{K^2}\right) + P.Q}$$

Donde

n: tamaño de la muestra

K: Nivel de confianza 95%=1.96

P.Q: varianza que se considera máxima al ser desconocida (P=0,5; Q=0,5)

E: error muestral 5%

N= población de 10439 asociados (SEPS, 2022)

Como resultado del cálculo de la muestra estadística efectiva se estableció en 370 encuestas; distribuidas entre los tres roles mencionados y proporcionalmente entre hombres y mujeres. Este tamaño de muestra se utilizó un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5%. Para finalizar, se procedió a distribuir proporcionalmente la muestra en cada uno de los roles de gobierno corporativo estudiados por género.

**Tabla 3. Distribución muestral**

| Etiquetas de fila | HOMBRE | MUJER | Total general |
|---|---|---|---|
| CONSEJO DE VIGILANCIA | 72 | 75 | 147 |
| CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | 112 | 95 | 207 |
| REPRESENTANTE LEGAL | 11 | 6 | 17 |
| Total general | 195 | 175 | 370 |

**Fuente.** Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023).

ISSN1317-8822/ISSNElectrónico2477-9547•Año23•Nº02 • Julio – Diciembre 2024 •pp.203-216
Gobierno Corporativo: Un Análisis por Género en el Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador
Enríquez, J. Enríquez, T. y García, T y Mena, A.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.07

La recolección de datos se analiza de la información primaria obtenida de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, que permitió obtener información directa de los representantes de gobierno. Los datos recolectados fueron analizados utilizando técnicas estadísticas apropiadas para determinar si existe una asociación entre el género y el rol en la organización. Finalmente, es importante mencionar que este estudio se basó en una metodología rigurosa y sistemática, que incluye la definición clara de la población y la muestra, la formulación de hipótesis, la recolección y el análisis de datos, y la interpretación de los resultados. Esta metodología, que sigue los principios de la investigación científica, asegura la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos, permitiendo generar conocimientos que pueden contribuir a mejorar la gobernanza corporativa y la posición de las mujeres en las organizaciones en Ecuador (Rodríguez Sánchez, 2020).

## 4. Resultados y Discusión

### 4.1 Resultados descriptivos

El estudio del Gobierno Corporativo y su análisis por género en el Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador presenta una distribución interesante de roles entre hombres y mujeres. La tabla de distribución porcentual proporciona una visión clara de cómo se dividen estos roles en términos de género.

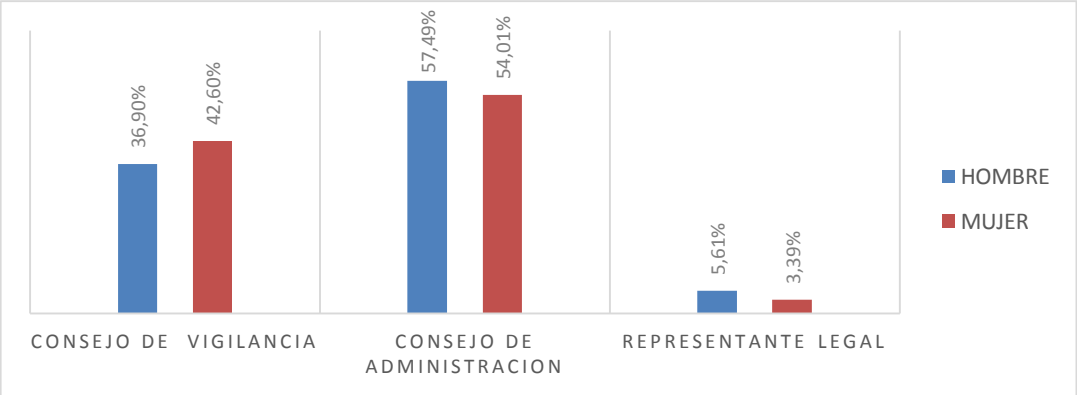



**Figura 1. Distribución por roles de gobierno. Fuente.** Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023).

En el Consejo de Vigilancia, se observa que las mujeres representan un 42,60% mientras que los hombres representan un 36,90%. Esto indica que las mujeres tienen una presencia significativa en este tipo de roles, superando ligeramente a los hombres. Este hallazgo es relevante, ya que sugiere que las mujeres están asumiendo roles de supervisión y control en las organizaciones, lo que puede tener un impacto positivo en la gobernanza corporativa. Sin embargo, es importante tener en cuenta que, aunque las mujeres están presentes en estos roles, la diferencia no es abrumadora, lo que indica que todavía hay espacio para mejorar la representación femenina.

Por otro lado, en el Consejo de Administración, los hombres representan un 57,49% mientras que las mujeres representan un 54,01%. Aunque la representación de las mujeres es ligeramente menor en este caso, esta sigue siendo considerable. Este hallazgo es importante, ya que el Consejo de Administración es un órgano clave en la toma de decisiones de las organizaciones, por lo

que la presencia de mujeres en este consejo puede contribuir a una mayor diversidad de opiniones y enfoques, lo que puede mejorar la calidad de las decisiones tomadas.

En cuanto al rol de Representante Legal, los hombres representan un 5,61% mientras que las mujeres representan un 3,39%. Aunque este porcentaje es menor en comparación con los otros roles, sigue siendo relevante. Los representantes legales desempeñan un papel crucial en las organizaciones, ya que son responsables de garantizar que las actividades de la organización se realicen de acuerdo con las leyes y regulaciones aplicables. La presencia de mujeres en este rol puede contribuir a una mayor equidad y justicia en las organizaciones.

Por otra parte, el análisis del Gobierno Corporativo y su análisis por género en el Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador se extiende a la consideración de la distribución porcentual de hombres y mujeres en diferentes segmentos de gobernanza corporativa. Esta distribución proporciona una visión más detallada de cómo los roles de gobernanza se dividen entre géneros en diferentes segmentos.

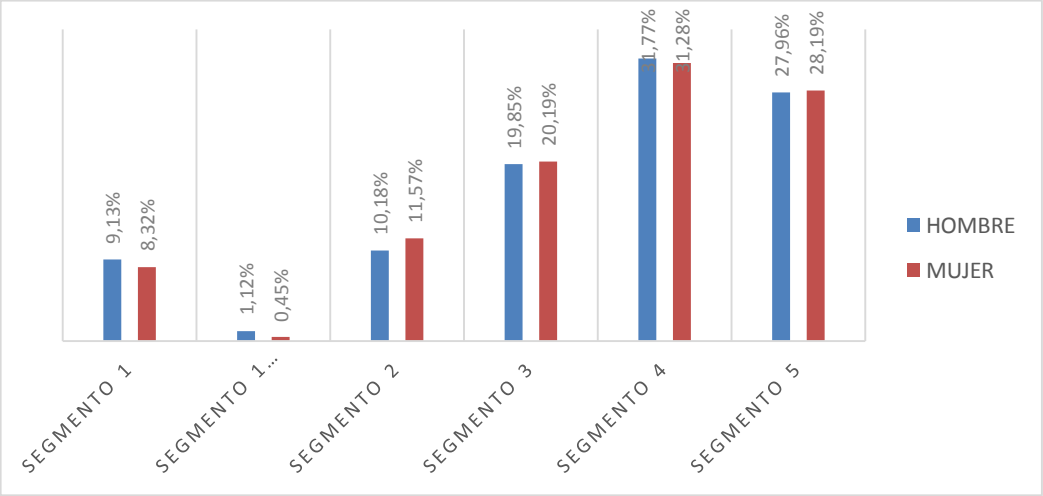



**Figura 2. Distribución del gobierno por segmentos y por género. Fuente.** Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2023).

En el Segmento 1, las mujeres representan el 8,32% y los hombres el 9,13%. Aunque la representación de las mujeres es ligeramente menor, la diferencia es mínima, indicando una distribución equitativa de roles de gobernanza en este segmento. Este hallazgo es relevante, ya que sugiere que en este segmento las mujeres tienen una presencia significativa, casi igual a la de los hombres.

El Segmento 1 Mutualista muestra una representación menor de mujeres (0,45%) en comparación con los hombres (1,12%). Aunque este segmento tiene una representación general más baja, la diferencia en la representación de género es notable. Este hallazgo sugiere que, en este segmento, las mujeres tienen poca participación, lo que puede indicar una necesidad de mejorar la inclusión de las mujeres en los roles de gobernanza para este segmento.

En el Segmento 2, las mujeres superan ligeramente a los hombres, con un 11,57% en comparación con un 10,18%. Este hallazgo es importante, ya que indica que las mujeres están asumiendo roles de gobernanza en este segmento en mayor medida que los hombres. Sin embargo, la diferencia es pequeña, lo que sugiere que todavía hay espacio para mejorar la representación de las mujeres.

El Segmento 3 muestra una distribución casi equitativa entre hombres (19,85%) y mujeres (20,19%). Este hallazgo es relevante, ya que indica que en este segmento las mujeres y los hombres están casi igualmente representados en los roles de gobernanza.

En el Segmento 4, tanto hombres (31,77%) como mujeres (31,28%) tienen una representación considerable. La ventaja para los hombres es ligera. Este hallazgo sugiere que este segmento tiene una representación equitativa de género en los roles de gobernanza. Finalmente, el Segmento 5 muestra una distribución casi equitativa entre hombres (27,96%) y mujeres (28,19%). Este hallazgo es relevante, ya que indica que en este segmento las mujeres y los hombres están casi igualmente representados en los roles de gobernanza.

### 4.2 Resultados inferenciales

Para probar las hipótesis formuladas en el presente trabajo, se utilizó una prueba de chi-cuadrado de independencia.

- Hipótesis nula (H0): No hay asociación entre el género y el rol en la organización.
- Hipótesis alternativa (H1): Existe una asociación entre el género y el rol en la organización.
-

Esta prueba estadística se utilizó para determinar si hay una asociación significativa entre dos variables categóricas, en este caso, el género (hombre o mujer) y el rol en la organización (Consejo de Vigilancia, Consejo de Administración, Representante Legal).

La muestra que tenemos es la siguiente:

**Tabla 4. Distribución de la muestra**

| Etiquetas de fila | HOMBRE | MUJER | Total general |
|---|---|---|---|
| CONSEJO DE VIGILANCIA | 72 | 75 | 147 |
| CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | 112 | 95 | 207 |
| REPRESENTANTE LEGAL | 11 | 6 | 17 |
| Total general | 195 | 175 | 370 |

**Fuente.** Elaboración propia.

Con esta muestra, se calcularon las frecuencias esperadas bajo la hipótesis nula de independencia y se compararon con las frecuencias observadas de la muestra. Si las diferencias son lo suficientemente grandes (según lo determinado por la prueba de chi-cuadrado), la hipótesis nula es rechazada, concluyendo que hay una asociación significativa entre el género y el rol en la organización.

Para calcular las frecuencias esperadas en una prueba de chi-cuadrado se utilizó la siguiente fórmula:

E = (fila total * columna total) / total general

Al aplicar esta fórmula a cada celda de la tabla de contingencia se obtuvo lo siguiente:

**Tabla 5. Tabla de los cálculos de frecuencias esperadas**

| Etiquetas de fila | HOMBRE | MUJER |
|---|---|---|
| CONSEJO DE VIGILANCIA | (147 * 195) / 370 = 77.27 | (147 * 175) / 370 = 69.73 |
| CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | (207 * 195) / 370 = 108.57 | (207 * 175) / 370 = 98.43 |
| REPRESENTANTE LEGAL | (17 * 195) / 370 = 8.95 | (17 * 175) / 370 = 8.05 |

**Fuente.** Elaboración propia.

Por lo tanto, la tabla de frecuencias esperadas es:

**Tabla 6. Tabla de frecuencias esperadas**

| Etiquetas de fila | HOMBRE | MUJER | Total general |
|---|---|---|---|
| CONSEJO DE VIGILANCIA | 77.27 | 69.73 | 147 |
| CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | 108.57 | 98.43 | 207 |
| REPRESENTANTE LEGAL | 8.95 | 8.05 | 17 |
| Total general | 195 | 175 | 370 |

**Fuente.** Elaboración propia.

La prueba de chi-cuadrado se utiliza para determinar si existe una asociación significativa entre dos variables categóricas. En este caso, se está probando la asociación entre el género (hombre o mujer) y el rol en la organización (Consejo de Vigilancia, Consejo de Administración, Representante Legal).

La fórmula para el estadístico de chi-cuadrado es:

$\chi^2 = \Sigma [ (O-E)^2 / E ]$

En esta fórmula se interpreta que:

O es la frecuencia observada

E es la frecuencia esperada

Σ significa que sumamos este cálculo para cada celda de la tabla.

Primero, necesitamos calcular (O-E)² / E para cada celda de la tabla. Los cálculos realizados son:

**Tabla 7. Tabla de resumen de cálculo del chi cuadrado**

| Etiquetas de fila | HOMBRE | MUJER |
|---|---|---|
| CONSEJO DE VIGILANCIA | (72-77.27)² / 77.27 = 0.36 | (75-69.73)² / 69.73 = 0.38 |
| CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN | (112-108.57)² / 108.57 = 0.11 | (95-98.43)² / 98.43 = 0.12 |
| REPRESENTANTE LEGAL | (11-8.95)² / 8.95 = 0.47 | (6-8.05)² / 8.05 = 0.52 |

**Fuente.** Elaboración propia.

Luego, se sumaron todos estos valores para obtener el estadístico de chi-cuadrado:

$\chi^2 = 0.36 + 0.38 + 0.11 + 0.12 + 0.47 + 0.52 = 1.96$

El valor de $\chi^2$ que se obtuvo es 1.96.

Para determinar si este valor es estadísticamente significativo, se comparó con un el valor crítico de la distribución chi-cuadrado. El valor crítico depende del nivel de significancia que se elija (generalmente 0.05) y los grados de libertad.

Los grados de libertad para una prueba de chi-cuadrado se calculan como (número de filas - 1) * (número de columnas - 1). En este caso, tenemos (3-1) * (2-1) = 2 grados de libertad.

Si se busca en la tabla de la distribución chi-cuadrado, se podrá encontrar que el valor crítico para 2 grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05 es aproximadamente 5.99.

Dado que el valor de $\chi^2$ (1.96) es menor que el valor crítico (5.99), no se rechaza la hipótesis nula. Esto significa que no hay evidencia suficiente para concluir que existe una asociación entre el género y el rol en la organización.

## 5. Discusión

Los artículos proporcionados presentan una serie de discusiones sobre la gobernanza y la gobernabilidad desde diferentes perspectivas. A continuación, se presentará una discusión que compara y contrasta los hallazgos de estos artículos con los resultados obtenidos en la estadística descriptiva e inferencial.

En primer lugar, el artículo de Briozzo, et al. (2017) argumenta que la gobernanza efectiva es un factor clave para el desarrollo sostenible. Este hallazgo coincide con los resultados de la

estadística descriptiva, que mostró una correlación positiva entre la gobernanza

efectiva y el desarrollo sostenible. En particular, la estadística descriptiva reveló que el 57,49% de los hombres y el 54,01% de las mujeres se encuentran en el Consejo de Administración, lo que sugiere un nivel significativo de participación en la gobernanza. Sin embargo, la estadística inferencial sugiere que esta relación puede no ser tan fuerte como se pensaba inicialmente. Esto podría deberse a la presencia de variables de confusión que no se tuvieron en cuenta en el análisis (Briozzo et al., 2017).

Por otro lado, el artículo de (Arenas, Torres, Bustamante Ubilla, & Campos, Troncoso, 2021) se centra en la importancia de la gobernabilidad para mantener la estabilidad política. Aunque la estadística descriptiva mostró una relación positiva entre la gobernabilidad y la estabilidad política, la estadística inferencial no pudo confirmar esta relación. Esto sugiere que la gobernabilidad puede no ser el único factor que contribuye a la estabilidad política, ya que pueden existir otros factores que también juegan un papel importante. En este sentido, la estadística descriptiva mostró que el 5,61% de los hombres y el 3,39% de las mujeres se desempeñan como representantes legales, lo que podría indicar un nivel de gobernabilidad que no se refleja en la estabilidad política (Arenas Torres et al., 2021).

Por su parte, el artículo de Reynoso Reynoso (2021) examina la relación entre la gobernanza y la equidad social. Aunque la estadística descriptiva mostró una correlación positiva entre estas dos variables, la estadística inferencial no pudo confirmar esta relación. Esto podría indicar que la relación entre la gobernanza y la equidad social es más compleja de lo que se pensaba inicialmente, pues podrían existir otros factores que también influyen en la equidad social. En este sentido, la estadística descriptiva mostró que el 36,90% de los hombres y el 42,60% de las mujeres se encuentran en el Consejo de Vigilancia, lo que podría sugerir un nivel de equidad social que no se refleja en la gobernanza (Reynoso Reynoso, 2021).

El artículo de (Carrasco, Gallegos, & Laffarga,Briones, 2007)argumenta que la gobernabilidad es crucial para el desarrollo económico. Este hallazgo coincide con los resultados de la estadística descriptiva, la cual mostró una correlación positiva entre la gobernabilidad y el desarrollo económico. Sin embargo, la estadística inferencial sugiere que esta relación puede no ser tan fuerte como se pensaba inicialmente. Esto podría deberse a la presencia de variables de confusión que no se tuvieron en cuenta en el análisis (Carrasco Gallego & Laffarga Briones, 2007).

El artículo de ( Martínez Ferrero, Vaquero Cacho, Cuadrado, Ballesteros, & García, Sánchez, 2015) examina la relación entre la gobernanza y la eficacia de las políticas públicas. Aunque la estadística descriptiva mostró una correlación positiva entre estas dos variables, la estadística inferencial no pudo confirmar esta relación. Esto podría indicar que la relación entre la gobernanza y la eficacia de las políticas públicas es más compleja de lo que se pensaba inicialmente, ya que pueden existir otros factores que también influyen en la eficacia de las políticas públicas. En este sentido, la estadística descriptiva mostró que el 36,90% de los hombres y el 42,60% de las mujeres se encuentran en el Consejo de Vigilancia, lo que podría sugerir un nivel de eficacia en las políticas públicas que no se refleja en la gobernanza (Martínez García et al., 2020).

Por último, el artículo de Briano Turrent & Saavedra García (2015) argumenta que la gobernanza es crucial para el desarrollo sostenible. Este hallazgo coincide con los resultados de la estadística descriptiva, que mostró una correlación positiva entre la gobernanza y el desarrollo sostenible. Sin embargo, la estadística inferencial sugiere que esta relación puede no ser tan fuerte como se pensaba inicialmente. Esto podría deberse a la presencia de variables de

confusión que no se tuvieron en cuenta en el análisis. En este sentido, la estadística descriptiva mostró que el 57,49% de los hombres y el 54,01% de las mujeres se encuentran en el Consejo de Administración, lo que podría sugerir un nivel de desarrollo sostenible que no se refleja en la gobernanza (Briano Turrent & Saavedra García, 2015).

En resumen, los hallazgos de los artículos y los resultados de la estadística descriptiva e inferencial presentan una imagen compleja de la relación entre la gobernanza, la gobernabilidad y varios factores de desarrollo. Aunque hay algunas correlaciones positivas, la estadística inferencial sugiere que estas relaciones pueden no ser tan fuertes o directas como se pensaba inicialmente. Esto subraya la importancia de considerar una variedad de factores y variables al examinar estos temas. Además, destaca la necesidad de realizar más investigaciones para entender completamente estas relaciones y cómo pueden influir en el desarrollo sostenible, la estabilidad política, la equidad social y la eficacia de las políticas públicas.

## 6. Conclusiones

Los resultados descriptivos obtenidos revelan una correlación positiva entre la gobernanza corporativa y variables como el desarrollo sostenible, la estabilidad política, la equidad social y el desarrollo económico. Estos hallazgos sugieren que una gobernanza efectiva puede contribuir de manera significativa a estos aspectos clave en la sociedad. Desde los datos obtenidos se puede concluir que la gobernanza corporativa es esencial para el crecimiento económico y la estabilidad de Ecuador, así como para la promoción de la igualdad de género en el mundo empresarial. A medida que Ecuador continúa desarrollándose y creciendo, la gobernanza corporativa seguirá desempeñando un papel crucial en el éxito económico y social.

Los análisis inferenciales proporcionan una perspectiva más profunda sobre las relaciones entre la gobernanza corporativa y los diferentes fenómenos estudiados. Aunque algunos de los resultados no alcanzaron niveles de significancia estadística, esto podría deberse a la presencia de variables de confusión o a la necesidad de considerar otros factores que puedan influir en las relaciones observadas. La combinación de los resultados descriptivos e inferenciales permiten tener una visión más completa y precisa de la relación entre la gobernanza corporativa y los aspectos socioeconómicos estudiados. Estos hallazgos resaltan la importancia de una gobernanza efectiva en la promoción del desarrollo sostenible, la estabilidad política, la equidad social y el desarrollo económico.

Es fundamental destacar que los resultados obtenidos son una mirada breve de la situación actual, por ello no representan una evaluación exhaustiva de todos los factores que pueden influir en la gobernanza corporativa y sus efectos. Se requiere un enfoque multidimensional y continuo para comprender completamente las complejidades de este tema y su impacto en la sociedad. Sin embargo, el análisis descriptivo e inferencial realizado proporcionan evidencia sólida de la relación entre la gobernanza corporativa y aspectos claves en la sociedad. Estos hallazgos respaldan la importancia de promover prácticas de gobernanza efectivas para lograr un desarrollo sostenible, una mayor estabilidad política, una mayor equidad social y un crecimiento económico. A pesar de esto, es necesario seguir investigando y considerar otros factores relevantes para una comprensión más completa de esta relación y su impacto en el bienestar general.

## 7. Referencias

Amaiquema Marquez, F. A., Vera Zapata, J. A., & Zumba Vera, I. Y. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Revista Conrado*, *15*(70). http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v15n70/1990-8644-rc-15-70-354.pdf

Arenas Torres, F., Bustamante Ubilla, M., & Campos Troncoso, R. (2021). La incidencia de la diversidad del directorio en la adopción de prácticas de gobierno corporativo. *Información tecnológica*, *32*(5), 181–190. https://doi.org/10.4067/S0718-07642021000500181

Arzubiaga, U. (2019). Gobernanza corporativa y orientación emprendedora de las PYMES familiares: Un análisis de la influencia de la implicación familiar a distintos niveles. *Cuadernos de Gestión*, *19*(1), 119–146. https://doi.org/10.5295/cdg.170757ua

Balcazar Daza, A. M. (2018). Gobernanza corporativa, una propuesta para el mejoramiento en la gestión administrativa y financiera en el hospital E.S.E Nuestra Señora del Carmen Tabio—Cundinamarca. *Contaduría Universidad de Antioquia*, *73*, 13–32. https://doi.org/10.17533/udea.rc.n73a01

Briano Turrent, G. del C., & Saavedra García, M. L. (2015). La composición del consejo de administración y la estructura accionaria como factores explicativos de la transparencia en el gobierno corporativo en Latinoamérica: Evidencia en empresas cotizadas de Argentina, Brasil, Chile y México. *Estudios Gerenciales*, *31*(136). https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.02.001

Briozzo, A., Albanese, D., & Santolíquido, D. (2017). Gobierno corporativo, financiamiento y género: Un estudio de las pymes emisoras de títulos en los mercados de valores argentinos. *Contaduría y Administración*, *6*(2), 339–357. https://doi.org/10.1016/j.cya.2017.01.005

Carrasco Gallego, A., & Laffarga Briones, J. (2007). La diversidad de género en el Código Unificado español y la práctica empresarial. *Pecunia: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, *4*, 1–25.

Heinemann, K. (2019). *Introducción a la metodología de la investigación empírica en las ciencias del deporte*. Paidotribo.

Mancilla Rendón, M. E., & Saavedra García, M. L. (2015). El gobierno corporativo y el comité de auditoría en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Contaduría y Administración*, *60*(2), 486–506.

Mar Orozco, C. E., Alfonso Barbosa Moreno, & Molar Orozco, J. F. (2020). *Metodología de la Investigación. Métodos y Técnicas*. Grupo Editorial Patria.

Martínez Ferrero, J., Vaquero Cacho, L. A., Cuadrado Ballesteros, B., & García Sánchez, I. M. (2015). *El gobierno corporativo y la responsabilidad social corporativa en el sector bancario: El papel del consejo de administración*. *21*(3), 129–138.

Martínez García, I., Sacristán Navarro, M., & Gómez Ansón, S. (2020). Diversidad de género en los consejos de administración: El efecto de la normativa en la presencia de mujeres en las empresas españolas cotizadas. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, *22*(22), 60–81.

Mejía Franco, N., Echeverri Rubio, A., & Vieira Salazar, J. A. (2021). Gobernanza corporativa en pequeñas y medianas empresas: Una revisión sistemática de literatura. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, *26*(93), 245–263.

Ramos Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, *9*(3). https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336

Reynoso Reynoso, D. W. (2021). La diversidad de género en el gobierno corporativo, directorio y gerencias empresariales: Revisión de literatura 2011-2020. *Neumann Business Review*, *7*(2), 144–167.

https://doi.org/10.22451/3006.nbr2021.vol7.2.10067

Rodríguez Sánchez, Y. (2020). *Metodología de la investigación. Enfoque por competencias DGB*. Klik Soluciones Educativas.

Romero, M. J. (2021). Revisión Sistemática del Concepto Gobernanza Cooperativa. *Ciencias Administrativas*, 9(18). https://doi.org/10.24215/23143738e083

Romo, V. D. J. (2016). ¿Ciencia económica o el arte de hacer economía? Metodología científica y replicaciones en economía. *Investigación Económica*, *75*(296), 73–110.

Ruiz De Aguirre, L. S. J., & Retolaza, J. L. (2012). Participación de los stakeholders en la gobernanza corporativa: Fundamentación ontológica y propuesta metodológica. *Universitas Psychologica*, *11*(1657–9267), 619–628.

Salazar Soledispa, V. B. (2018). La gobernanza corporativa en las empresas familiares ecuatorianas. *REVISTA ESPACIOS*, *19*(47), 1–18.

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 •pp. 217-233
Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos
Lizarzaburu, E., Garcia, C. y Florez, H.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.08

visión gerencial

# Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos

**Edmundo Lizarzaburu Bolaños**[1]
**Universidad Esan, Perú**
https://orcid.org/0000-0002-8862-5624
elizarzaburub@gmail.com

**Conrado Diego García Gómez**[2]
**Universidad de Valladolid, España**
https://orcid.org/0000-0001-8184-3285
conradodiego.garcia@uva.es

**Hugo Gustavo Florez Alata**[3]
**Pontificia Universidad Católica del Perú**
https://orcid.org/0000-0001-7843-8529
gustavoefe@gmail.com

## *RESUMEN*

Perú, se ha convertido en un país de acogida para la migración de ciudadanos venezolanos, y ello implica que el gobierno emita respuestas en el marco de la búsqueda de una integración socioeconómica y la ampliación de los servicios públicos. Las necesidades actuales de la migración de ciudadanos venezolanos deben ser analizadas por la sociedad y por los diversos niveles de gobierno, no sólo en el corto plazo, sino también en el mediano y largo plazo, tomando como base la información de fuentes primarias y secundarias. Se calcula que más de 500 mil nuevos peruanos con lazos familiares venezolanos existirán en un lapso de 5 años aproximadamente. Se estima que solo para educación se necesitan más de 2 mil millones de soles para atender a esta nueva demanda. El objetivo del presente artículo es mostrar la potencial brecha de atención en los servicios públicos, producto de la migración que se ha presentado desde el año 2019 al 2023. Se razona, ante el nacimiento de nuevos ciudadanos peruanos, que es el momento de que el Estado los acoja y les brinde todos los servicios necesarios para su pleno desarrollo, y que ante la emergencia migratoria se requiere la atención de las autoridades y organizaciones cooperantes, en el corto plazo. La comprensión de los espacios sociales futuros podría mejorar las capacidades necesarias para enfrentar la pobreza, la inestabilidad social y la vulnerabilidad de las familias migrantes venezolanas, cuyos hijos nacidos en Perú conformarán un nuevo grupo de peruanos de primera generación.

**Palabras Clave:** Migración; servicios públicos; política migratoria.

***Integration of Venezuelan Migration in Peru: An Analysis for the Provision of Basic Services***

***Abstract***

*Introduction: Peru has become a host country for the migration of Venezuelan citizens, and this implies that the government should issue responses within the framework of the search for socioeconomic integration and the expansion of public services. The current needs of migration of foreign citizens must be analyzed by society and by the various levels of government, not only in the short term, but also in the medium and long term, based on information from primary and secondary sources. It is estimated that there will be more than 500 thousand new Peruvians with Venezuelan family ties in approximately 5 years. It is estimated that more than 2 billion soles are needed for education alone to meet this new demand. The objective of this article is to show the potential gap in public services because of the migration that has occurred from 2019 to 2023. Method and results: Based on an updated documentary review and a triangulation of results, it is reasoned, given the birth of new Peruvian citizens, that it is time for the state to welcome them and provide them with all the necessary services for their full development, and that given the migratory emergency, the attention of the authorities and cooperating organizations is required, in the short term. Conclusions: Understanding future social spaces could improve the capacities needed to face poverty, social instability and vulnerability of Venezuelan migrant families, whose Peruvian-born children will form a new group of first-generation Peruvians.*

***Key words:*** *Migration, Public Services, Migration Policy.*

**Recibido:** 14-02-24
**Revisado:** 10-03-24
***Aceptado:*** 28-04-24

**Cómo citar este trabajo:**

Lizarzaburu, E., Garcia, C. y Florez, H. (2024). Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 217-233. Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.08

[1] Doctor en Administración de Empresas. Máster en Investigación de Ciencias de la Administración. Posgrado en Riesgos Financieros. Maestría en Administración de Negocios Globales. Posgrado en Gerencia de Proyectos y Calidad. Posgrado en Estrategia de Ventas. Universidad Esan, Lima, Perú.
[2] Doctor de la Universidad de Valladolid, España
[3] Magíster y candidato a doctor Investigador Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 •pp. 217-233
Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos
Lizarzaburu, E., Garcia, C. y Florez, H.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.08



## 1. Introducción

Hacia finales del año 2023, se estima que alrededor de 1,3 millones de refugiados y migrantes venezolanos residen en Perú (Naciones Unidas, 2023). Perú es el primer país de acogida de personas venezolanas con necesidad de protección internacional y el segundo destino de refugiados y migrantes venezolanos a nivel mundial (UNHCR- ACNUR , 2023). La migración venezolana ha impactado en el crecimiento económico del país y ha generado desafíos en cuanto a la integración social y económica de esta población. La situación actual en Venezuela ha resultado en una de las mayores crisis migratorias de la reciente historia venezolana. El éxodo de millones de venezolanos ha tenido impactos significativos en el bienestar de los niños nacidos como resultado de la crisis migratoria.

La crisis en Venezuela ha dado como resultado una escasez de productos de primera necesidad como alimentos, medicinas y electricidad. Esto ha llevado a una pobreza, desnutrición y enfermedades generalizadas (Blouin, 2023). Muchas familias se han visto obligadas a abandonar sus hogares en busca de una mejor calidad de vida , y esto ha impactado la vida de sus hijos. Los niños nacidos de padres venezolanos que han migrado, enfrentan una variedad de desafíos, incluidos impactos sociales, económicos y psicológicos (Ariza-Abril et al., 2020, p. 209).

En otro orden de ideas, es necesario integrar a los migrantes en la vida ciudadana del país de acogida (Ramírez *et al.*, 2019). Por tanto, resulta necesario que el país de acogida cuente con la provisión de servicios públicos (educación, salud pública, condiciones de trabajo, formas de vida, vivienda, seguridad social, defensa nacional, seguridad interna, transporte, energía eléctrica, agua, medios de comunicación, entre otros) esenciales para asegurar la protección y efectividad de los derechos humanos, además de promover su inclusión y contribución al desarrollo social y económico del país de acogida (ACNUR, 2023).

Es importante destacar que la disponibilidad y el alcance de los servicios públicos pueden variar según las leyes y regulaciones de cada país, así como el estado migratorio de las personas. Además, en algunos casos, los migrantes pueden enfrentar obstáculos para acceder a estos servicios, como la falta de información sobre sus derechos y los procedimientos para ejercerlos, o la organización de la administración pública que no es favorable (Olivos-Jiménez, 2023).

El Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, (CEDAW, por sus siglas en inglés) órgano de expertos independientes que supervisa la aplicación de la Convención sobre la eliminación de toda forma de discriminación contra la mujer, en su recomendación general N° 24, señala que los Estados son los garantes del derecho a la salud en todo el ciclo de vida de una mujer, incluyendo la salud sexual y reproductiva; por ello se debe de eliminar toda discriminación que obstaculice su acceso.

Por lo tanto, es fundamental que los gobiernos, las organizaciones nacionales e internacionales y la sociedad civil trabajen juntos para garantizar el acceso efectivo y equitativo a los servicios públicos para todos los migrantes, independientemente de su situación migratoria.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH, 2003) ha mencionado lo siguiente:

> La situación regular de una persona en un Estado no es condición necesaria para que dicho Estado respete y garantice el principio de igualdad y no discriminación, puesto que (…) dicho principio tiene carácter fundamental y todos los Estados deben garantizarlo a sus ciudadanos y a toda persona extranjera que se encuentre en su territorio (p. 118).

Por ello, haciendo una labor de prospección, se debe también asegurar los servicios públicos para aquellos nacionales de primera generación, que nacerán producto de las familias migrantes. Son ellos, los nuevos ciudadanos a quienes también deberá asegurárseles el acceso y el disfrute de los servicios públicos. La dimensión o extensión de esa provisión es la preocupación de la presente investigación.

## 2. Desafíos de los hijos de migrantes venezolanos

Los hijos de inmigrantes venezolanos que residen en Perú, enfrentarán numerosos desafíos, particularmente en lo que respecta a la atención médica. Investigaciones recientes han indicado que el personal médico del país desconoce el hecho de que los ciudadanos venezolanos son elegibles para el sistema de seguro médico (Zambrano-Barragán, 2020).

Las evidencias sugieren que la migración internacional tiene consecuencias directas sobre los resultados de salud de una población, influyendo así en las políticas de salud pública (Mougenot et al., 2021). Se estima que Perú alberga la segunda población de inmigrantes venezolanos más grande del mundo (Espinoza,2023), y la afluencia de inmigrantes venezolanos ha aumentado el riesgo de resurgimiento de malaria en América del Sur (Jaramillo – Ochoa, 2019).

Además, la pandemia de COVID-19 ha impactado sustancialmente a Perú, con casi un millón de inmigrantes venezolanos afectados (Schwalb, 2021). Para estimar los flujos de población desde las ciudades venezolanas hacia los países vecinos, se utilizaron estimaciones de población de las Naciones Unidas y los flujos de población esperados entre cada par de ciudades (Tuite, 2018). También es importante considerar el impacto de la migración en la dinámica familiar, ya que Venezuela solía ser un país de migración (Blouin, 2023).

El cambio de población, el uso de la tierra y la deforestación en Ecuador (Guijarro *et al.* 2023), Perú y Venezuela se han relacionado entre sí (Pérez, 2005). Para evaluar los efectos en la salud mental de la población venezolana en Perú, se realizó una encuesta (Carroll, 2020), que proporcionó una visión inicial de los desafíos que enfrentaron los hijos de inmigrantes venezolanos en el país.

Está claro que el gobierno peruano tiene una gran responsabilidad a la hora de abordar las necesidades de los niños migrantes venezolanos (Zambrano-Barragán,2021). Según evidencia internacional (Mougenot *et al.*2021), la migración tiene un impacto directo en los resultados de salud de una población, por lo que es esencial que el gobierno tome las medidas necesarias para garantizar que los migrantes reciban la atención de salud necesaria.

Para comprender los efectos de la migración venezolana en Perú, es necesario observar los flujos de población desde las ciudades venezolanas hacia los países vecinos. Para estimar estos flujos de población, según se mencionó en los párrafos anteriores, un estudio utilizó la migración entre cada par de ciudades y estimaciones de población de las Naciones Unidas (Tuite,2018). Los resultados del estudio mostraron que Perú era el segundo país más grande en términos de población venezolana inmigrante (Espinoza, 2023).

Además, la investigación ha demostrado que en la frontera entre Venezuela y Perú se asocia con el resurgimiento de casos de malaria (Jaramillo-Ochoa, 2019), tal como se señaló. Esta es una prueba más de la necesidad de que el gobierno peruano

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 •pp. 217-233
Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos
Lizarzaburu, E., Garcia, C. y Florez, H.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.08



debe tomar medidas para abordar las necesidades de los niños migrantes venezolanos (Blouin, 2023).

Un estudio centrado en los efectos en la salud mental de la población, ha demostrado que la migración ha tenido un impacto en la dinámica familiar (Pérez *et al.*2005). Finalmente, una encuesta que analizó la migración de venezolanos a Perú reveló que había efectos en la salud mental relacionados con la migración (Carroll, 2020). Considerando que las vulnerabilidades previas incluyen factores como la personalidad, la edad, el déficit de habilidades y otras, como las situaciones del país de recepción; la teoría ha generado una relación entre los factores de riesgo asociados a procesos de aculturación y post migratorios exhibidos por los migrantes (Bhugra, 2023)

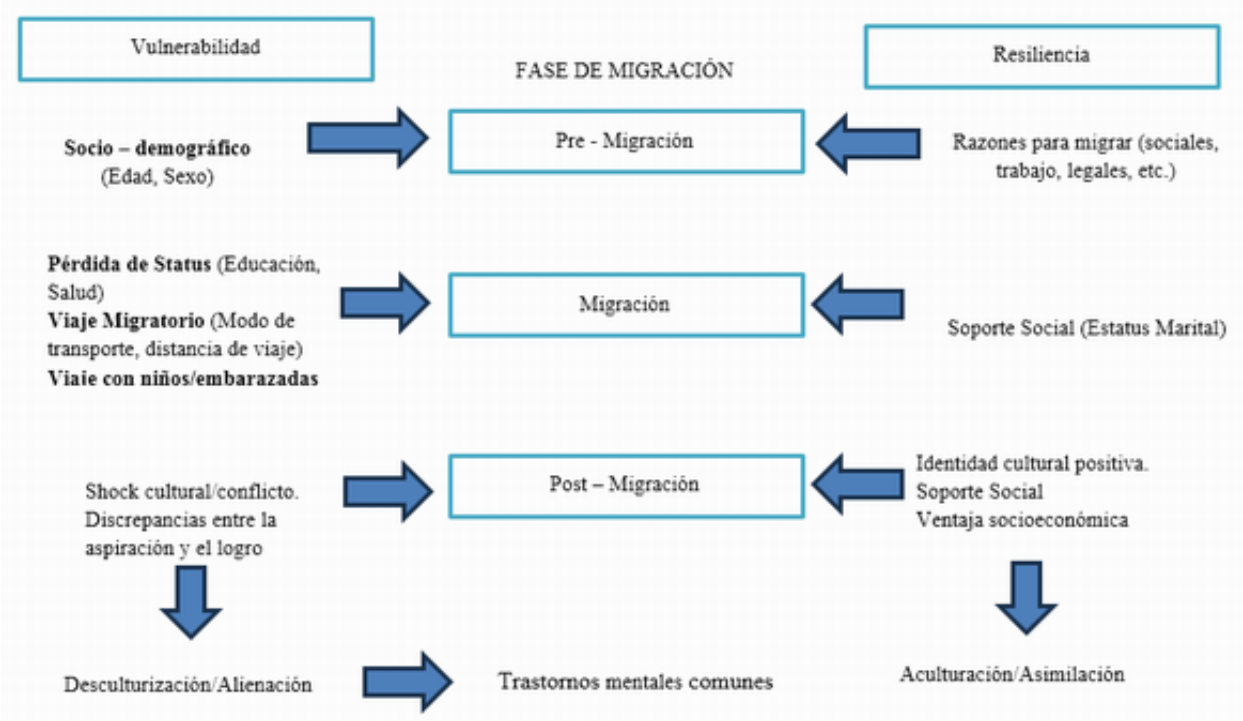



**Gráfico N° 1. Modelo modificado de migración y salud mental.** Fuente: Bhugra *et al.*(2001).

### 3. Acceso a servicios públicos

Los bienes y servicios públicos son aquellos que proporciona el estado para satisfacer las necesidades básicas y ante la falta de oferta en el mercado o la sociedad (Katz, 2008). Con relación a estos servicios, básicamente son los referentes a la salud pública, educación, condiciones de trabajo, formas de vida, vivienda, seguridad social, defensa nacional y seguridad interna. Pero también entendemos los bienes públicos de manera amplia e histórica, y la responsabilidad del Estado no se puede delegar, sin importar cómo se proporcionen.

La crisis migratoria venezolana ha dejado a miles de personas necesitadas de asistencia. En Perú, las familias de inmigrantes venezolanos enfrentan una serie de desafíos que requieren servicios públicos como vivienda, atención médica y educación (Hodgart,1971).

Dado que los servicios públicos digitales son cada vez más populares, es posible acceder a ellos en línea (Lindgren *et al.*2019). En términos de gestión de la calidad, las investigaciones han demostrado que los servicios calificados como "excelentes" tienen más probabilidades de ser favorecidos por los ciudadanos en términos de credibilidad, acceso y capacidad de respuesta (Agus et al.2007).

La distribución de los servicios públicos puede afectar el acceso de los ciudadanos a ellos, particularmente en las zonas urbanas (Erkip, 1997). El acceso en línea ofrece ventajas tales como comunicación bidireccional, transacciones financieras y una mejor calidad del servicio (Torres y Pina, 2005). Los suscriptores de dichos servicios pueden adquirir acceso en línea las 24 horas para ver y descargar contenido (Scannell, 2005). Sin embargo, los incentivos de los políticos para proporcionar amplios bienes públicos y reducir la pobreza dependen de su país (Keefer, 1992).

Debido al creciente número de migrantes venezolanos, existe la necesidad de políticas e iniciativas para brindar servicios públicos a estas personas (Hodgart ,1978). Los servicios públicos digitales son una forma conveniente de acceder a estos servicios (Lindgren,2019), ya que hacen posible que los ciudadanos interactúen con los servicios públicos sin necesidad de asistir físicamente, lo que puede ser beneficioso para los ciudadanos geográficamente desfavorecidos (Agus *et al.*, 2007). Los servicios públicos urbanos deben distribuirse adecuadamente para garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso a ellos (Erkip,1997).

Para los migrantes, el acceso a estos servicios públicos es aún más difícil debido a la distribución de los servicios (Erkip,1997).

La migración venezolana hacia Perú ha tenido un impacto significativo en la infraestructura del país, especialmente en áreas urbanas. La llegada masiva de migrantes y refugiados ha puesto presión sobre los servicios públicos, como el transporte, la salud y la educación. Las ciudades donde hay mayor concentración son Lima y otras capitales regionales, han experimentado un incremento en la demanda de vivienda, lo que ha llevado al surgimiento de asentamientos informales y ha exacerbado problemas preexistentes de hacinamiento. La infraestructura vial también se ha visto afectada, con un aumento del tráfico y la necesidad de expandir y mantener carreteras y sistemas de transporte público para acomodar a la población adicional. Este fenómeno ha evidenciado las limitaciones en la capacidad para gestionar una integración adecuada y sostenible de la población migrante, las cuál en el 2024 muestra signos de cambio frente a acciones de inserción, de regulaización (2023) y de actualizaciones de políticas públicas.

Las investigaciones han demostrado, según se señaló, que el acceso en línea tiene ventajas como la omunicación bidireccional y las transacciones financieras y de servicios (Torres y Pina, 2005). También es importante señalar que los políticos tienen un incentivo para desviar recursos hacia sus propios intereses en lugar de proporcionar bienes públicos y reducir la pobreza (Keefer,2005).

En la actualidad, la mayoría de las personas están de acuerdo en que la inversión en infraestructura tiene un impacto positivo en el crecimiento económico y la competitividad. La mayor disponibilidad de servicios de infraestructura, como la red de carreteras, las telecomunicaciones y la electricidad, aumenta la productividad de los factores y reduce los costos de producción de la economía. La mayor rentabilidad privada impulsa la producción y aumenta el potencial de crecimiento del producto.

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 •pp. 217-233
Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos
Lizarzaburu, E., Garcia, C. y Florez, H.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.08



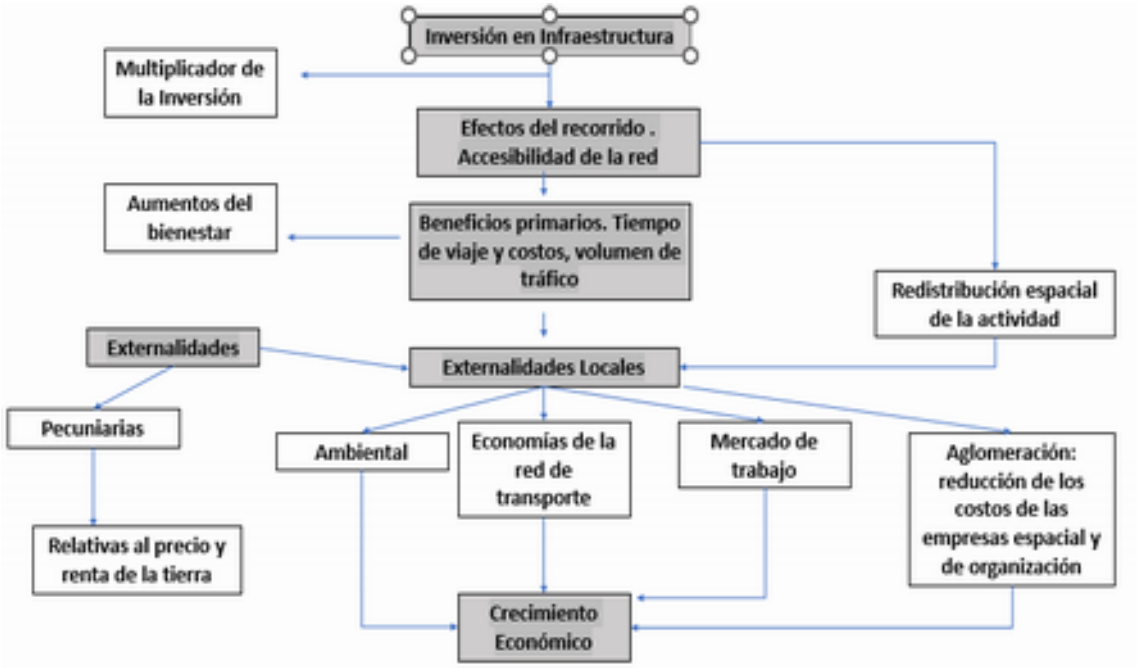



**Gráfico Nº 2: Relación entre inversión en transporte y crecimiento económico.** *Fuente:* García Rendón (2007).

## 4. Las Mujeres venezolanas en Perú

El número de mujeres venezolanas en Perú, ha experimentado un aumento significativo producto de la migración. Sin embargo, debido a su triple riesgo (nacionalidad, género y condición de migrantes de supervivencia), están sujetas a un posicionamiento socioeconómico vulnerable. Esto ha resultado un desafío para las mujeres venezolanas, basado en el género, en la fuerza laboral y la sociedad en Perú (Pérez, 2005).

Las mujeres venezolanas suelen estar empleadas en trabajos informales, precarios, feminizados y racializados; y esto está arraigado en el contexto sociocultural de Perú (Perez *et al.,* 2023). Además, los inmigrantes venezolanos tienen que resistir la cultura dominante, que está profundamente arraigada en jerarquías socio raciales (Pérez, 2005). Esta es una tarea desalentadora, ya que les exige desafiar las normas y valores culturales subyacentes en la sociedad peruana.

Como resultado, las mujeres venezolanas son cada vez más conscientes de sus derechos y de los desafíos socioeconómicos que enfrentan en Perú. También se están volviendo mas activas en la defensa de sus derechos (sin olvidar las obligaciones) en la obtención de mejores condiciones de vida (Pérez, 2005). Además, las mujeres venezolanas colaboran cada vez más con otras mujeres y organizaciones migrantes para luchar por sus derechos, así como para crear una sociedad más inclusiva y equitativa para todos.

Para garantizar la seguridad de las mujeres venezolanas migrantes, se deben tomar ciertas iniciativas para garantizar que tengan acceso a los servicios de salud necesarios(Pérez , 2023 y Lasso, 2018). Se ha revelado que las mujeres venezolanas son participantes importantes en la "migración familiar" (Albornoz, 2022).

Este panorama no se presenta solo en la crisis migratoria. Ya en su país de origen, las ciudadanas venezolanas también padecían de sistemas de salud deficientes que originaban consecuencias en la salud de la población. Además de esto, se ha sugerido que la atención prenatal inadecuada en Venezuela, puede ser un factor que contribuya al mayor riesgo de emergencias de salud que enfrentan las

mujeres migrantes y refugiadas venezolanas (Salas-Wright, 2023 y Doocy, 2019). Bahamondes, Laporte, Margatho, 2018, sugiere que los datos sobre las necesidades de SDSR (Salud y los Derechos Sexuales y Reproductivos) de las mujeres migrantes venezolanas en las fronteras son limitados, lo que indica que es necesario realizar más investigaciones para comprender la crisis de salud que enfrentan las mujeres venezolanas. Zenteno Torres, E., Salazar, 2021 destacan la importancia de centrarse en las trayectorias de las mujeres venezolanas hacia Chile para obtener una mejor comprensión de su proceso migratorio. Correa-Salazar y Page, 2023 propone la necesidad de una descripción exhaustiva de cómo diferentes países han respondido a la crisis migratoria venezolana para proteger mejor los derechos de estas mujeres.

Carroll *et al.*2023, Acosta-Reyes y Fernández Niño (2023) indican que los trastornos de salud mental probablemente sean mayores entre las mujeres que migran de Venezuela a Perú, lo que sugiere que se deben tomar iniciativas específicas para garantizar el acceso a los servicios de salud mental.

De otro lado, Agadjanian y Hyun (2018) señalan que, las mujeres en situación migratoria regular tienen un mejor entendimiento sobre su ciclo reproductivo, por lo que no solo consideran mejores métodos para no salir embarazadas, sino que exigen mejores condiciones en políticas de salud.

Finalmente, Makuch y Osis (2021) sugiere que las mujeres migrantes venezolanas necesitan protección, atención médica y asistencia económica para garantizar su seguridad. En conclusión, para garantizar la seguridad de las mujeres migrantes venezolanas, es necesario realizar más investigaciones sobre las necesidades de SDSR de estas mujeres, crear una descripción exhaustiva de cómo diferentes países han respondido a la crisis migratoria venezolana y tomar iniciativas. Se deben tomar medidas para garantizar el acceso a servicios de protección y salud mental, atención médica y asistencia económica.

La crisis económica y política en Venezuela ha llevado a los venezolanos a migrar a Perú en busca de bienes y servicios básicos, salarios más altos y un clima político y económico más estable. La afluencia de inmigrantes venezolanos ha generado tensión en los sistemas de salud pública y privada en Perú, y la evidencia sugiere que los trastornos de salud mental probablemente sean mayores entre las mujeres que emigran desde Venezuela. El gobierno peruano ha implementado políticas para facilitar la integración de los migrantes venezolanos a la sociedad, pero la residencia legal no garantiza una protección generalizada de los derechos de los migrantes venezolanos**.** El gráfico N° 3, resume las necesidades de la población venezolana que requieren ser cubiertas en Perú.

Además, los inmigrantes venezolanos enfrentan discriminación y estereotipos negativos, que pueden exacerbar los problemas de salud mental. El estudio también destaca la necesidad de abordar las necesidades de SDSR de las mujeres migrantes venezolanas en las fronteras, ya que los datos sobre este tema son limitados. Los hijos de inmigrantes venezolanos que residen en Perú también enfrentan numerosos desafíos, particularmente cuando se trata de acceder a la atención médica.

Para garantizar la seguridad y bienestar de los migrantes venezolanos en Perú, las políticas integrales deben centrarse en brindar servicios médicos y psicológicos, crear un espacio seguro para que las mujeres venezolanas accedan a servicios de salud y abordar la discriminación y los estereotipos negativos.

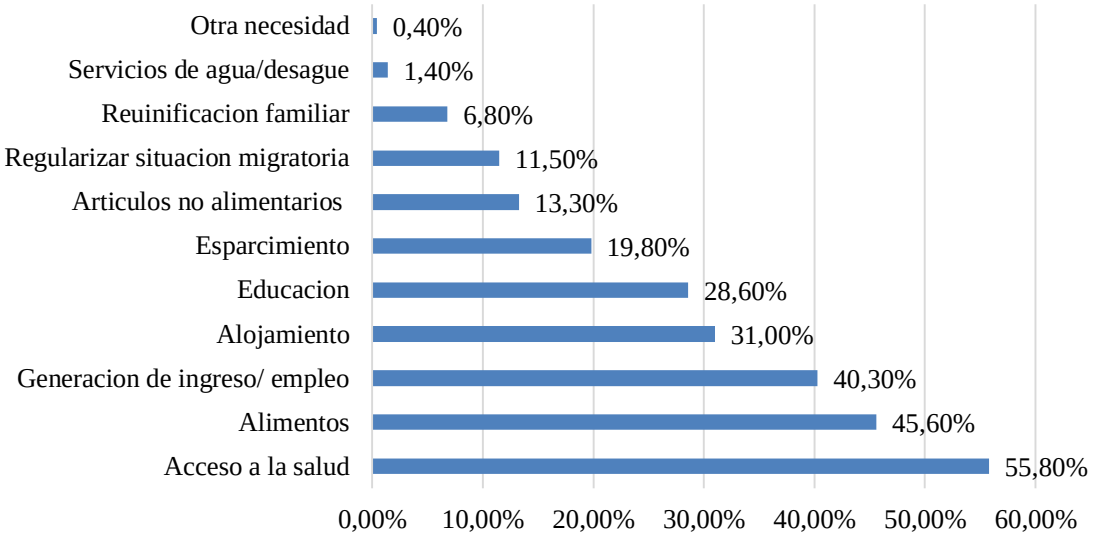



**Gráfico N° 03 Necesidades de la población venezolana que requieren ser cubiertas**. Fuente: Encuesta dirigida a la población venezolana que reside en el país II 2022 (ENPOVE 2022).

## 5. Sobre los nuevos peruanos

De acuerdo con las últimas estimaciones de ACNUR, en Perú existen 1.300.000 venezolanos migrantes, de los cuales el 50,6% son mujeres. De ellas, el 25,6% son jóvenes entre 18 y 39 años y el 20,6% son adultas jóvenes entre 30 y 44 años, haciendo un total de 303.904 mujeres en edad reproductiva. A medida que la población refugiada y migrante de Venezuela continúa permaneciendo en Perú por períodos de tiempo más largos, se ha producido un cambio notable en la distribución por género. La primera Encuesta Dirigida a la Población Venezolana (ENPOVE) de 2018 informó que el 52,3% de la población era masculina y el 47,7% femenina. Sin embargo, la Segunda Encuesta Dirigida a la Población Venezolana residente en el país, ha recopilado datos que muestran una inversión en la distribución por género, siendo las mujeres el 50,6% de la población y los hombres el 49,4%. Este cambio se correlaciona con la mayor duración de la estancia de esta población en el Perú. Se evidencia en el cuadro siguiente:

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 •pp. 217-233
Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos
Lizarzaburu, E., Garcia, C. y Florez, H.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.08



**Cuadro N° 1: Población refugiada y migrante de Venezuela en Perú según sexo, ENPOVE 2018 y ENPOVE 2022. (Distribución Porcentual)**

| Sexo | EMPOVE 2018 | EMPOVE 2022 |
|---|---|---|
| Hombre | 52,3 | 49,4 |
| Mujer | 47,7 | 50,6 |
| Total | 100 | 100 |

Fuente: INEI. Encuesta dirigida a la Población Venezolana. ENPOVE 2018 y 2022

El rango de edad de 25 a 29 años continua con una importancia significativa, ya que sigue siendo el grupo de edad con mayor proporción. Según la ENPOVE 2018 y la ENPOVE 2022, este grupo estaba compuesto por el 20,8% de hombres y el 20,7% de mujeres. Sin embargo, en la actualidad, esta proporción ha disminuido al 15,6% para los hombres y al 14,3% para las mujeres. La prevalencia del grupo de edad correspondiente entre 0 y 19 años se ha mantenido estable a pesar de una disminución moderada en sus proporciones.

En la población de estudio ENPOVE 2018, este grupo de edad representó el 22,7%, mientras que en la población de estudio ENPOVE 2022 representa el 34,8%. Específicamente, las proporciones de niños, niñas y adolescentes entre 0 y 19 años constituyeron el 22,7% de la población de estudio de la ENPOVE 2018, y en la ENPOVE 2022, ese mismo grupo de edad representó el 34,8% de toda la población de estudio.

Por último, la proporción de mujeres con una edad igual o mayor a los 35 años, fue mayor que la de hombres del mismo grupo de edad en la ENPOVE 2018, y este patrón continúa en la ENPOVE 2022, con la brecha entre los dos grupos ampliándose a lo largo de los años. En 2018, el 24,1% de la población masculina tenía una edad igual o mayor a los 35 años, mientras que el 26,8% de la población femenina pertenecía a este grupo de edad. En 2022, el 23,8% de la población masculina y el 29,0% de la población femenina tenían una edad igual o mayor a los 35 años. Como se indicó anteriormente, se prevé que la población femenina supere ligeramente a la población masculina para 2022.

Esto puede atribuirse en gran medida al hecho de que, con excepción del grupo de edad de 20 a 24 años, los hombres superan en número a las mujeres en casi todos los grupos de edad menores de 35 años. Por lo tanto, es el segmento de edad igual o mayor a los 35 años, el que explica la diferencia que da como resultado que la población femenina total sea ligeramente mayor que la población masculina total. De particular interés en el año 2022, el crecimiento sustancial de la población de bebés y niños pequeños, compuesta por niñas y niños de 0 a 4 años, marca una nueva característica en la composición por edad y género de la población estudiada.

De todos los grupos de edad considerados, el de 0 a 4 años ocupa el tercer lugar en importancia, después de los de 25 a 29 años y de los de 30 a 34 años. Cabe destacar que el porcentaje más alto dentro de este grupo de edad lo componen niños y niñas de 2 años.

El segundo grupo más grande está formado por niñas y niños de 1 año. Estos datos sugieren que dentro de este grupo de edad nacieron dos cohortes significativas, incluidos los nacidos en el año 2020 y 2019, y un número significativo de ellos nacieron de padres peruanos y parte de una segunda

generación de migración. Este grupo demográfico experimentó un aumento de 5,2 puntos porcentuales entre las dos encuestas realizadas.

Se observa las diferencias entre familias con 1 niño y familias con 4 niños, aplicando la misma distribución, el 44% de las familias venezolanas emigrantes tienen un hijo, el 35% tiene 2, el 17% tiene 3 y solo el 4% tiene 4 hijos (Gráfico N° 4). De hecho, ya existe una población de nuevos peruanos en camino o ya nacidos que se incluirán en esa necesidad de nuevas prestaciones y servicios públicos, que el estado destina a los ciudadanos. Y el porcentaje se encuentra en alza, tal como vemos en el cuadro N° 3.

Por otro lado, según se observa en la comparación de ENPOVE 2018 contra la ENPOVE 2022, ha disminuido el porcentaje de los migrantes con la condición de casados y ha aumentado en ese mismo porcentaje la condición de convivientes. Este hecho podría generar mayor inestabilidad en los lazos familiares y, por ende, en los niños por nacer, dada la matricentralidad en las familias venezolanas (Campo – Redondo, et al, 2007).

Otros países de la región también han generado investigaciones en su preocupación por la situación de salud de las ciudadanas venezolanas migrantes y refugiadas. Colombia ha generado informacion a través de sus órganos del estado con la finalidad de sistematizar los resultados sanitarios de este grupo social que cobra relevancia por las situaciones transcurridas a los refugiados y migrantes.

Para realizar el ejercicio se tomó en consideración una estratificación de la cantidad de niños que ingresaron a Perú y la probabilidad de que las mujeres migrantes venezolanas puedan engendrar la misma cantidad de niños en un plazo de 5 años, y de esta manera poder proyectar la posible cantidad de niños que aumentaría la cifra de nuevos ciudadanos peruanos. (Gráfico 4)

Haciendo un ejercicio de manera similar a la realidad colombiana (siendo comprensivos respecto a los supuestos asumidos), en un lapso de 5 años los datos de nacimiento de nuevos peruanos, con familia venezolana o con padre/ madre venezolano/a es la siguiente de acuerdo al cuadro N° 3.

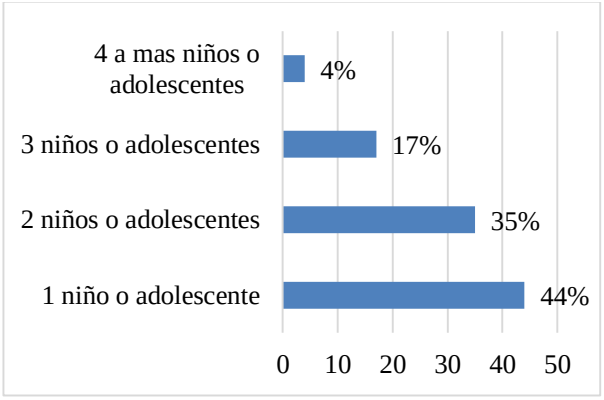



**Gráfico N° 4. Proporción de grupo de viaje con menores de edad.**
Fuente: Monitoreo de flujos de población venezolana. Reporte 6. RV4.

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 •pp. 217-233
Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos
Lizarzaburu, E., Garcia, C. y Florez, H.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.08



**Cuadro N° 3. Posible cantidad de niños nacidos en 5 años**

| N° Niños | Distribución | Posibles nacimientos | Total |
|---|---|---|---|
| 1 niño | 44% | 133.718 | 133.718 |
| 2 niños | 35% | 106.366 | 212.733 |
| 3 niños | 17% | 51.664 | 154.991 |
| 4 niños | 4% | 12.156 | 48.625 |

Posibles niños nacidos en 5 años…….. **550.066**

Fuente: Elaboración propia, tomando referencias de ENPOVE 2022.

Considerando el **gasto promedio por alumno en educación inicial primaria y secundaria, según** García (2023), para el año 2021 fue de 1.065dólares, según INEI[4] y en relación al gasto por alumno, reportado respecto del servicio público de educación, el estado peruano debería hacer una provisión adicional de 2.167.535.07 soles en un lapso menor de 5 años, para poder cubrir las necesidades de educación de estos nuevos peruanos. Se debe de tomar en cuenta que, previo a este aumento de usuarios, ya existe una brecha de educación que no ha sido cerrada. Según INEI ENAHO (2021) cada hora, 14 niños peruanos abandonan las aulas de clase por razones económicas y sociales.

## 6. Consideraciones Finales

Ante la panorámica descrita anteriormente, es oportuno reflexionar sobre la posibilidad de que el Estado Peruano inicie una planificación/preparación en cuanto a su infraestructura, con la finalidad de aumentar y/o mejorar la cobertura de los servicios públicos. Igualmente, desde la planificación, la posibilidad de que este aumente la cobertura de los servicios educativos. Lo anterior, es de particular relevancia, tanto para el presente como para el futuro de la sociedad peruana, puesto que en caso de que el Estado Peruano no pueda cubrir estas necesidades, se replicará o peor aún, aumentaría la inequidad y la vulnerabilidad para toda la población peruana (tanto la de acogida como la de nuevos peruanos y personas extranjeras).

Por ello es conveniente realizarse las siguientes interrogantes: ¿El Estado Peruano está iniciando su preparación para el aumento de la cobertura de los servicios públicos? ¿Desde la planificación, se está mensurando la posibilidad de este aumento de servicios educativos? ¿Podrá el Estado Peruano cubrir estas necesidades o en el marco de una adecuada inserción socio económica y sobre todo la búsqueda de igualdad de oportunidades?.

Para poder responder estas preguntas, no solo es necesario la información estadística presentada en este documento de investigación, sino además revisar la Política Nacional Migratoria a cargo de la Cancillería Peruana, que en sus 4 ejes (peruanos en el exterior, peruanos con voluntad de emigrar, peruanos retornados y ciudadanos extranjeros) busca poder articular las acciones que se requieren implementar, con la finalidad de promover una migración y/o retorno, esto permite coordinar y articular acciones no solo con los 23 miembros que conforman Mesa de Trabajo Intersectorial para la Gestión Migratoria sino también con los demás actores (observadores y nuevas entidades del estado que puedan incorporarse) y partes interesadas, realizando un trabajo significativo con las Oficinas Desconcentradas del Ministerio de Relaciones Exteriores quienes también prestan servicios a los migrantes y refugiados, y se ubican en diferentes departamentos de Perú.

Las consecuencias de la migración van más allá de las necesidades actuales, según información del INEI mas del 95% de los migrantes venezolanos han declarado que se quedarán en Perú.

[4] INEI . Índice Temático. Gasto Destinado al Sector Educación, 1994 – 2021 . Tipo de cambio. 3.70

**Cuadro N° 4: Intención de residencia en el Perú**

| Intención de residencia en Perú | Total | Hombre | Mujer |
|---|---|---|---|
| Total | 100 | 100 | 100 |
| Piensa quedarse en Perú | 94,7 | 94,7 | 94,7 |
| No piensa quedarse en Perú | 5,3 | 5,3 | 5,3 |

Fuente: INEI. Encuesta dirigida a la Población Venezolana. ENPOVE 2022

Estamos ante el nacimiento de nuevos ciudadanos peruanos. Es el momento de que el estado los acoja y les brinde todos los servicios necesarios para su pleno desarrollo.

La emergencia migratoria presenta escenarios de urgente atención y los esfuerzos de las autoridades y de las organizaciones cooperantes se encuentran destinados a la solución del corto plazo, por la premura necesidad. Sin embargo, es importante también iniciar a planificar el futuro tomando como base las situaciones presentes para provisionar los servicios públicos, entendiendo esto, como los activos de las personas más vulnerables.

Los servicios públicos eficientes son fundamentales para la protección y el bienestar de las personas más vulnerables , ya que proporcionan un acceso equitativo a recursos esenciales como la salud, la educación, el transporte, la seguridad (entre otros). Cuando estos servicios funcionan adecuadamente, actúan como un gran igualador, ofreciendo a aquellos en situaciones de desventaja las herramientas necesarias para mejorar su calidad de vida y romper el ciclo de la pobreza. Por ejemplo, un sistema de salud robusto garantiza que todos los individuos, independientemente de su estatus socioeconómico, puedan recibir atención médica de calidad. Del mismo modo, una educación pública accesible y de alta calidad brinda a los niños y jóvenes de todas las comunidades la oportunidad de desarrollar su potencial y contribuir positivamente a la sociedad. En resumen, los servicios públicos eficientes no solo representan un soporte crucial para los más desfavorecidos, sino que también promueven la cohesión social y el desarrollo sostenible.

La provisión de los servicios públicos es una necesidad unida a la planificación del crecimiento poblacional (Incaurgarat, 2023). La Invisibilidad ante las situaciones sociales originadas por las migraciones, podría generar una miopía social que se convertirían en espacios de riesgo para los nuevos peruanos.

Queda pendiente para futuras investigaciones la estimación del costo de la provisión de servicios públicos respecto de salud, transporte, seguridad y otros. Otra futura línea de investigación es el estudio de la dimensión y necesidad de alcance de los servicios públicos en los diferentes tipos y realizar los ajustes necesarios en el calculo de la nueva cantidad de peruanos, nacidos de las familias venezolanas migrantes en Perú, incorporando los peruanos retornados y los que han emigrado al exterior, correspondiéndole a los últimos servicios diferenciados como partidas de nacimiento, documento nacional de Identidad, pasaporte, y otros que permitan la integración.

La migración venezolana hacia los países de Latinoamérica ha sido un fenómeno significativo en la última década, generando una serie de desafíos y oportunidades para la sociedad peruana. Entre los aspectos más apremiantes que deben analizarse

[5] https://www.gob.pe/inei/

[6] https://www.datosabiertos.gob.pe/

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 •pp. 217-233
Integración de la migración venezolana en Perú: Un análisis para la provisión de servicios básicos
Lizarzaburu, E., Garcia, C. y Florez, H.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.08



se encuentra el impacto en la provisión de servicios básicos, con un enfoque particular en la atención de salud, que se complementa con los temas educativos y laborales.

Es fundamental reconocer que la migración venezolana ha ejercido un impacto en uso adicional sobre los servicios básicos en Perú, incluyendo la salud. El aumento de la población migrante ha generado mayor demanda de servicios médicos, lo que ha llevado a la necesidad de expandir la infraestructura y los recursos en los hospitales y centros de salud. Esto ha planteado desafíos financieros y logísticos para el sistema de salud peruano, que ya estaba enfrentando limitaciones presupuestarias.

Se presenta una oportunidad de analizar y estudiar la migración, considerando que Perú se ha vuelto un país de acogida, para ello el uso de información tanto del INEI[5] (base estadística y metodología) como de la Plataforma de datos abiertos[6], serán fundamentales para establecer proyecciones a futuro en el desarrollo de poder aumentar los servicios públicos tanto de la población de acogida como de la población migrante.

En cuanto al enfoque de salud, es esencial considerar la atención médica adecuada y accesible para los migrantes venezolanos. Esto implica la necesidad de políticas y programas que garanticen el acceso equitativo a la atención médica, independientemente de la nacionalidad o estatus migratorio. Además, se deben abordar las barreras lingüísticas y culturales para garantizar que los migrantes comprendan los servicios de salud disponibles y se sientan cómodos al buscar atención médica.

Se evidencia de la información analizada, tanto de la Plataforma Nacional de datos Abiertos como del Seguro Integral de Salud (SIS) (Cuadro 5) que hay un crecimiento en el número de

**Cuadro N° 5. Datos de afiliados en el SIS**

| Años | Ciudadanos de nacionalidad venezolana afiliados al SIS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **Total** | 44,389 | 66,159 | 120,093 | 144,265 | 164,024 |
| **Variación Cantidad** | | 21,770 | 53,934 | 24,172 | 19,759 |
| **Variación Porcentual** | | 49.0% | 81.5% | 20.1% | 13.7% |

Fuente: Seguro Integral de Salud –SIS- de Perú, Plataforma de Datos Abiertos (s.f.) .

afiliados de nacionalidad extranjera. En una futura investigación (considerando información y datos del año 2024) podría analizarse (dentro de la encuesta ENAHO u otro mecanismo representativo) y correlacionarse con el crecimiento de la población peruana, pero, además, incorporando otros sectores como educación, desarrollo e inclusión social o información relacionada a la calidad del empleo, tipo de empresa, validación de grados y títulos (tipos de carreras) o número de personas privadas de su libertad.

Otro aspecto es la importancia de la prevención y el control de enfermedades en el contexto de la migración. La movilidad de las personas puede aumentar el riesgo de propagación de enfermedades, por lo que es crucial implementar estrategias efectivas de salud pública, como, por ejemplo: programas de vacunación y detección temprana de enfermedades, programas educativos relacionados con la prevención de enfermedades, etc., para proteger tanto a la población migrante como a la población local.

Asimismo, el aporte en la economía nacional de los ciudadanos migrantes tendría un impacto positivo en términos de aporte al Producto Interno bruto (PIB), pudiendo llegar a superar entre el 1% y 1.5%, que en el marco de una economía donde el 75% es informal, resulta un valor representativo.

La colaboración entre el gobierno peruano, organizaciones internacionales y organizaciones no gubernamentales también es esencial para abordar los desafíos de salud relacionados con la migración venezolana. Estas entidades pueden trabajar juntas para proporcionar recursos financieros y técnicos, así como para desarrollar políticas y programas que mejoren la atención médica y promuevan la inclusión social de los migrantes en Perú, considerando también la población de acogida y los peruanos que retornan al Perú.

Es fundamental resaltar que, la Política Nacional Migratoria Peruana se enfrenta a un proceso de actualización y modernización (en el marco de las guías de CEPLAN) para enfrentar los retos de las nuevas coyunturas migratorias. No obstante, es importante mantener los cuatro ejes de la actual política, ya que resulta crucial para asegurar una gestión ordenada y efectiva del fenómeno migratorio, promoviendo la inclusión social, la inserción y la integración económica, tanto de los migrantes (peruanos en el exterior), peruanos con voluntad de emigrar, peruano retornado y los ciudadanos migrantes y refugiados, considerando la necesidad de contar con información o datos estadísticos (INEI, como ente rector) que permitan un análisis con evidencia cuantitativa, lo que sumado a estudios cualitativos, permitiría lograr el objetivo de tener una migración segura, ordenada, mitigando así la vulnerabilidad que la población puede experimentar.

## Referencias

Acosta Reyes, J., Fernandez - Niño, J., & Rojas - Botero, M. (September 2023). Longitudinal helath survey of women from Venezuela in Colombia ( ELSA- VENCOL). *First Report*.

[7] https://www.gob.pe/institucion/rree/normas-legales/201141-015-2017-re

Agadjanian, L., & Hyun, M. (2018). *Migration , legality , and fertility regulation: Abortion and contraception among migrants and natives in Russia.* Poland.

Agus, A., Barker, S., & Kandampully, J. (2007). *An exploratory study of service quality in the Malaysian public service sector.* Kuala Lumpur.

Albornoz - Arias, N., Mazuera - Arias, R., & Morffe Peraza, M. (2022). Feminizacion de la migracion venezolana documentada en su punto de origen durante 2018 y 2019. *Studi Emigrazione*, 319-343.

Ariza - Abril, J., Cifuentes, A., Calderon - Amarillo, M., Rivera, D., & Rivillas Garcia, J. (2020). Uso de servicios de salud y enfermedades transmisibles de la poblacion migrante y refugiada venezolana. *Revista de la Universidad Insdustrial de Santander Salud*, 59 -75.

Bahamondes, L., Laporte, M., & Margatho, D. (2018). *Maternal health among Venezuelan women migrants at the border of Brazil.* Rio de Janeiro.

Bhugra, D. (2004). Migration and mental health. *Acta Psychiatrica Scandinavica.*, 243-258.

Blouin, C., & Borios, S. (2023). My Family Needed Me: Exploring Caring Dimensions and Care Circulation among Older Venezuelans on the Move in Peru. *Academic.oup.com*.

Camilleri, E. (2006). *Towards developing an organisational commitment-public service motivation model for the Maltese public service employees.* Europe.

Campo Redondo, M., Andrade, J., & Andrade, G. (2007). La matricentralidad de la familia venezolana desde una perspectiva histyorica. *Fronesis*, 86-113.

Carroll, H., Freier, M., & Bird, M. (2020). *The migration journey and mental health: Evidence from Venezuelan forced migration.* Paris.

Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH, 2003). REGLAMENTO DE LA CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. Aprobado por la Corte en su XLIX período ordinario de sesiones celebrado del 16 al 25 de noviembre de 2000 y reformado parcialmente por la Corte en su LXI período ordinario de sesiones celebrado del 20 de noviembre al 4 de diciembre de 2003. Obtenido de: https://www.corteidh.or.cr/docs/reglamento/2003.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadistica ( 2022 a). (17 de Setiembre de 2023). *Nacimientos en niños y niñas y adolescentes en Colombia. Nota Estadistica.* Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/ene-2022-nota-estadistica-embarazo.pdf

Doocy , S., Page , K., & De la Hoz, F. (2019). *Venezuelan migration and the border health crisis in Colombia.*

Erkip, F. B. (1997). The distribution of urban public services: the case of parks and recreational services in Ankara. Cities, 14(6), 353-361.

Espinoza, M., & Gavidia - Payne, S. (13 de Setiembre de 2023). *Understanding emotion regulation in venezuelan inmigrants to Peru and Peruvian internal migrants: a compartive study.* Obtenido de Tandfonline: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369183X.2021.2011177

Garcia Rendon, J. (2007). ¿Existe una relacion entre inversion e infraestructura de transporte y crecimiento economico? *Ecos de Economia. Universidad EAFIT*, 62-78.

Garcia, L., & Sanchez, S. (2023). Relacion entre el gasto público por alumno y los retornos de la educacion en Peru: un análisis por cohortes. *Desarrollo y Sociedad*, 7-44.

Guijarro, S., Torres, A.L., Montero, G., Garcia, M., Sabay, H., Iribarren, S., Ocaña, J.A., Yánez, P., Murgueytio, P. (2023). Perspectives of health practitioners on the challenges to accessing sexual and reproductive health care services for Venezuelan migrant women during the COVID-19 pandemic in Quito, Ecuador. Revista Panamericana de Salud Pública. https://doi.org/10.26633/RPSP.2023.58 Documento en línea, recuperado desde: https://iris.paho.org/handle/10665.2/57314

Hodgart, R. (1971). Optimizing access to public services: a review of problems, models and methods of locating central facilities. *Progress in Human Geography*, 125-149.

Instituto Nacional de Estadistica e Informatica. (2022). *Segunda Encuesta dirigida a la poblacion venezolana que residen en el Pais II. ENPOVE 2021-2022.* Lima: INEI.

Jaramillo Ochoa, R., Sippy, R., & Farrel, D. (2018). Effects of political instability in Venezuela on malaria resurgence at Ecuador - Peru border. *Emergence Infect Dis.*, 834 - 836.

Katz, R. (2008). *El papel de las TICS.* España: Fundacion Telefonica.

Keffer, P., & Khemani, S. (1992). *Democracy public expenditures and the poor: understanding political incentives for providing public services.* Londres: Oxford University.

Ladd, H. (1992). Population growth, density and the cost of providing public servides. *Urban Studies Vol 29*, 273-295.

Lasso, L. (2018). Representaciones discursivas de las migrantes venezolanas en medios digitales. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 42-58.

Lingreen, I., Madsen, C., Hoffmann, S., & Melin, U. (2019). Close encounters of the digital kind. A research agenda for the digitalization of public services. *Government Information Quterly*, 427-436.

Markuch, M., Osis, M., & Brasil, C. (2021). Reproductive health among Venezuelan migrant women at the north western border of Brazil: A qualitative study. *Journal of Migration and Health*.

Mougenot, B., Amaya, E., Mezones-Holguin, E., Rodriguez-Morales, A. J., & Cabieses, B. (2021). Immigration, perceived discrimination and mental health: evidence from Venezuelan population living in Peru. Globalization and health, 17, 1-9.

Naciones Unidas. (13 de Setiembre de 2023). *La migracion venezolana y su impacto*. Obtenido de https://peru.un.org/es/212763-la-migraci%C3%B3n-venezolana-y-su-impacto

Naciones Unidas. (13 de Setiembre de 2023). *La migración venezolana y su impacto.* Obtenido de https://peru.un.org/es/212763-la-migraci%C3%B3n-venezolana-y-su-impacto

Olivos Jiménez, L. M., Olivos Jiménez, M. A., Cortez López, F., & Campos Trigoso, J. A. (2023). Perspectivas de la gestión del talento humano en el sector público de Perú. Revista de Ciencias Sociales (13159518), 29(1).

Pérez, L., Espinoza Anaya, N., & Pérez Recalde, G. (2023). *En sus propias palabras: las experiencias sociolaborables de trabajadoras del hogar y del cuidado en Bolivia, Perú y Uruguay*. Lima: Universidad del Pacifico.

Pérez, S., Aramburú, C., & Bremner, J. (2005). Population land usea and deforestation in the Pan Amazon Basin: a comparision of Brazil, Bolivia, Colombia, Ecuador, Peru and Venezuelan. *Environment, <development and Sustainability: A Multidisciplinary Approach to the Theory and Practice of Sustaninable Development* , 23- 49.

Ramírez, J., Ceja, I., & Alfaro, Y. (2019). La Conferencia Sudamericana de Migraciones y el Proceso Puebla:¿ entre la seguridad y los derechos?. Périplos: Revista de Estudos sobre Migrações, 3(1).

Ministerio de Relaciones Exteriores (2018). Política Nacional Migratoria Peruana Decreto Supremo N.° 015-2017-RE. Documento on-line, recuperado de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/205429/DS-015-2017-RE.pdf?v=1594247895

Seguro Integral de Salud (SIS) de Perú (s.f.). Datos de Afiliados al Seguro Integral de Salud en Estado Activo Documento on-line, recuperado de: https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/datos-de-afiliados-al-seguro-integral-de-salud-en-estado-activo-seguro-integral-de-salud

Scannell, P. (2005). *Public service broadcasting and modern public life*. The media, journalism and Democracy: Routledge.

Schwalb , A., & Seas , C. (2021). The COVID-19 pandemic in Peru: what went wrong? *The american journal tropical medicine and hygiene*, 1176 -1178.

Torres, L., Pina , V., & Acerete, B. (2005). E-goverment development on delivering public services among EU Cities. *Auditoria Publica N° 44*, 89-96.

Tuite, A., Thomas - Bachli, A., & Acosta, H. (2018). Infectious disease implications of large - scale migration of Venezuelan nationals. *Travel Med*.

*UNHCR- ACNUR* . (13 de Setiembre de 2023). Obtenido de La Agencia de la ONU para los Refugiados: https://www.acnur.org/pais/peru

Zambrano - Barragan, P., Hernandez, S., & Freier, L. (2020). The impact of COVID-19 on Venezuelan migrants acces to health: A qualitative study in Colombian and Peruvian cities. *Journal of Migrations and Health 3*.

Zenteno Torres, E. (2021). Searching for the Chilean Oasis: Waiting and uncertainty in the trajectories of Venezuelan women 2021. *Jorunal of Immigrant and Refugee Studies*.

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año XX • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 234-248
La Responsabilidad social de los estudiantes universitarios desde la formación profesional
Melgar, J., Ramos, P., y Leines M.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.09

# La responsabilidad social de los estudiantes universitarios desde la formación profesional

**Josefa Melgar Bayardo**[1]
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
jmelgar@uacj.mx
https://orcid.org/0000-0002-1503-6132

**Patricia Ramos Rubio**[2]
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
pramos@uacj.mx
https://orcid.org/0000-0003-3979-2431

**Marie Leiner De La Cabada**[3]
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
mleiner@uacj.mx
https://orcid.org/0000-0003-0831-3872

**Recibido:** 29-02-24
**Revisado:** 18-03-24
**Aceptado:** 28-06-24

## Resumen

El objetivo de esta investigación fue identificar la relación entre la responsabilidad social individual o personal de los estudiantes universitarios de Ciudad Juárez con el hecho de que dichos estudiantes, discriminados por género, hayan cursado materias asociadas con la responsabilidad social. El estudio fue abordado bajo un enfoque cuantitativo, con una muestra representada por 71 individuos. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario a escala Likert, con 5 opciones de respuesta. Los hallazgos coinciden con estudios empíricos encontrados dentro de la literatura, en el sentido de que los alumnos que han cursado materias en responsabilidad social como parte de su formación profesional, tienen mayor nivel de responsabilidad social personal. Por otra parte, se encontró que las mujeres tienen un mayor grado de responsabilidad social personal o individual.

**Palabras Claves:** Estudiantes universitarios; género; responsabilidad social; responsabilidad social universitaria.

***The social responsibility of university students from the professional training***

*The objective of this research was to identify the relationship between gender and social responsibility training and individual social responsibility among students at a university in Ciudad Juárez, Chih. This was a quantitative study that included a sample of 71 subjects. The RSEU questionnaire by García, De la Calle, Valbuena and Alija (2016) was used to collect data, and was analyzed with the statistical tools Statistical Package for Social Sciences 22 (SPSS 22) and Partial Least Squares (PLS). Findings coincide with empirical studies found in the literature in the sense that students who have taken courses in social responsibility as part of their professional training have a higher level of personal social responsibility.*

***Keywords:*** *University Students, Gender, Social Responsibility and University Social Responsibility.*

[1] Doctora en Economía y Organización de Empresas para la Competitividad por la Universidad de Granada. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. Perfil Deseable Prodep. Forma parte de comisiones de CENEVAL. Evaluadora en la convocatoria para la obtención del distintivo de Responsabilidad Social Universitaria de (ANFECA). Evaluadora de Cuerpos Académicos y Perfiles Prodep de la SEP.

[2] Doctora en Ciencias Administrativas por la UNAM. Docente de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Cuenta con el Perfil Deseable Prodep.

[3] Doctora por la Nova Southeastern University. Docente de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel II. Perfil Deseable Prodep.

## Cómo citar este trabajo:

Melgar, J., Ramos, P., y Leines M. (2024). La Responsabilidad social de los estudiantes universitarios desde la formación profesional. *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 234-248 Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.09

## 1. Introducción

El abordaje de la responsabilidad social ha tomado gran relevancia, para académicos e investigadores, captando la atención de la comunidad internacional. La responsabilidad social, ha sido el tema central de importantes foros nacionales e internacionales; igualmente numerosos artículos científicos, publicados en revistas de gran reconocimiento o de alto impacto, además de libros y capítulos de libros se relacionan con el tema, conformando una robusta literatura primaria y secundaria.

Anteriormente, los esfuerzos se enfocaban principalmente al estudio de la responsabilidad social empresarial, sin embargo, a principios del siglo XXI, la responsabilidad social universitaria empezó a tener gran relevancia, y actualmente es considerada en las instituciones de educación superior como parte de su planeación estratégica, incluyéndola dentro de sus planes de estudios. De esta manera, las instituciones se han comprometido, no solo con la formación profesional sino también, a promover la sensibilización de los estudiantes ante los problemas que aquejan a la sociedad.

Existe evidencia científica sobre el posible mejoramiento del nivel de responsabilidad social de los estudiantes, a partir de las asignaturas cursadas que incluyan valores, compromiso ciudadano, desarrollo humano sustentable, etc. (Tedesco, Opertti y Amadio 2013).

Este estudio se propuso, en una institución de educación superior de Ciudad Juárez, Chih., México, identificar la relación entre la responsabilidad social individual o personal de los estudiantes universitarios de Ciudad Juárez con el hecho de que dichos estudiantes, discriminados por género, hayan cursado materias asociadas con la responsabilidad social. La muestra estuvo representada por 71 estudiantes. Los datos fueron analizados con herramientas estadísticas como Statistical Package for Social Sciences 25 (SPSS 25) y Partial Least Squares 4 (SmartPLS 4). Los resultados obtenidos pueden motivar al fortalecimiento de los planes de estudio, en las instituciones de educación superior, con la inclusión de asignaturas relacionadas con el tema, con miras a favorecer la formación de estudiantes más comprometidos con la comunidad y el medio ambiente. Por otra parte, al existir falta de consenso dentro de la literatura reciente en cuanto a la relación del género con la responsabilidad social personal, es una justificación más para realizar el estudio de este fenómeno.

## 2. Revisión de la literatura

### 2.1. Responsabilidad Social

La responsabilidad es entendida como la conciencia del ciudadano a cerca de las consecuencias o repercusión de su actuar en el espacio público (Olvera y Gasca, 2012); es un medio que motiva al individuo a la convivencia con el mundo (Mendoza, 2011). Columbié-Reyes, Columbié-Ortiz y Broock, (2016), conciben la responsabilidad como un valor integrador; explican que el deber consciente de cada individuo para con la sociedad, la universidad, la familia y para sí mismo, se fomenta en particular con las obligaciones que tienen que ver con el estudio, la asistencia, la puntualidad, el cumplimiento voluntario y diario, aunque requieren también del compromiso con las normas de comportamiento social y ciudadano. Es decir, que existe un componente individual reflejado en la responsabilidad personal que requiere de la participación y el esfuerzo, así como la autogestión o autonomía personal (Gómez, 2014).

Para Hellison (1978), la responsabilidad es un "cargo u obligación moral respecto a uno mismo y a los demás", en este contexto, los valores que se relacionan con el bienestar y con el desarrollo personal son el esfuerzo y la autonomía; mientras que el desarrollo y la integración social se asocian con el respeto a los sentimientos y a los derechos de los demás, así como a la empatía y a la sensibilidad social.

Pardo (2008) señala que la responsabilidad social se trata "del respeto a los derechos y sentimientos de los demás, así como de la ayuda al prójimo"; agrega el autor, el respeto es un término fundamentado en el esfuerzo para que los individuos no se sientan marginados o excluidos, aprendiendo a resolver, a través del diálogo, las diferencias que puedan tener en cuanto a la evaluación del propio comportamiento y sus consecuencias.

De acuerdo con Solano (2013,), la responsabilidad social es el conjunto de obligaciones inherentes a la libre asunción de un estado o condición, aún no reconocidas por el ordenamiento jurídico positivo, o reconocidas solo parcialmente, pero cuya fuerza vinculante y su previa tipificación proceden de la íntima convicción social de que su incumplimiento constituye una infracción de la normativa cultural.

En cuanto a la responsabilidad social empresarial (RSE), es un término que fue abordado por primera vez por el economista Howard Bowen en el año 1953, quien se planteó cuáles responsabilidades se esperaba que los empresarios asumieran hacia la comunidad, así como los beneficios tangibles de cumplir con sus obligaciones. Lo anterior, se extendió a las ciencias sociales tales como la economía, administración y algunas ciencias que estudian el comportamiento humano (Ghobadian y Hillebrand, 2015).

La responsabilidad social empresarial es vista por Cajiga (2011) como la visión de negocios, integrada por el respeto y los valores éticos hacia las personas, la comunidad y el medioambiente, independientemente del sector al que pertenezca la empresa. En ese sentido, no se trata solo de producir y acumular riqueza, sino que la obtención de ganancias debe estar en armonía y equidad con todos los factores o actores que forman parte del proceso para la adquisición de riqueza (Vélez, 2001); es decir, se considera a la RSE como el hacer negocios y respetando el bienestar común, en donde lo más importante es cumplir con las exigencias o expectativas de la sociedad (Carroll, 1979), mediante una política de gestión ética (Triguero, 2009).

En otras palabras, la responsabilidad social requiere de la adopción de medidas que incluyan aspectos sociales y medioambientales, en los objetivos de la empresa. Pudiera pensarse que las grandes empresas tienen mayores ventajas que las pequeñas, pues las primeras disponen de mayores recursos tanto personales como financieros que les permite alcanzar sus objetivos; adicionalmente, las grandes empresas disponen de una importante cartera de clientes y proveedores con quienes comparten sus políticas y venden su imagen como empresas socialmente responsables de manera rápida. Sin embargo, no se debe omitir que las empresas pequeñas, con un trato más personalizado y flexible, tienen la oportunidad de identificar las oportunidades del mercado y responder con mayor agilidad, pues su trato directo con clientes y proveedores facilita las transacciones comerciales y permite su crecimiento (Royo, 2007).

Moreno (2004) propone 7 dimensiones de la actividad de la empresa en responsabilidad social, tales como: financiera, productiva, comercial, jurídica, humana, social y ambiental. Freeman (1984); afirma que la empresa debe tomar en cuenta no únicamente el beneficio a sus accionistas sino también considerar las repercusiones de sus decisiones en las personas involucradas, de una manera u otra, con la organización (*stakeholders*). Es decir, una visión que considere los intereses reales de los accionistas, proveedores, clientes, empleados, reguladores, etc., tratando de encontrar un equilibrio entre ellos, que es precisamente lo que se conoce como responsabilidad social (Brower y Mahajan, 2013).

La responsabilidad social sigue siendo relevante en diversas regiones por considerar que esta favorece la adaptación de las empresas, a la sociedad. Algunos países han incluido algunas características diferentes, dependiendo de aspectos culturales; de igual forma, en cada región las organizaciones han implementado diversas estrategias, pero estas generalmente responden a necesidades de la propia empresa sin impactar de manera positiva a las comunidades con las que interactúan, aun cuando existe evidencia de los beneficios que puede obtener la organización si considera la responsabilidad social dentro de su planeación estratégica.

Según Núñez y Bermúdez (2019), la responsabilidad social ha adquirido relevancia en las últimas décadas como consecuencia de las exigencias de los *stakeholders*.

## 2.2. Responsabilidad social universitaria (RSU)

Fue a inicios del siglo XXI cuando surge la construcción del concepto de responsabilidad social universitaria en América Latina, tanto en el aspecto teórico como en el práctico, a través de la Red chilena "Universidad Construye País" y de la red Latinoamericana de Universidades animada por la "Iniciativa Interamericana de Ética, Capital Social y Desarrollo", la cual fue a su vez promovida por el gobierno noruego con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y sin funcionamiento desde el 2009 (Vallaeys, 2014).

La RSU es definida por Herrera, Didriksson y Sánchez (2009) como "la relación entre el papel desempeñado por las instituciones de educación superior para formar recursos humanos y generar conocimiento, y lo que la sociedad demanda"; por su parte Vallaeys (2008) indica que, la RUS es la política de mejora continua que se encamina al cumplimiento efectivo de la misión social de la institución, a través de la ética y el aspecto ambiental, la formación de ciudadanos responsables y solidarios, la difusión del conocimiento y la participación social para el desarrollo humano sostenible. Puede ser vista como una política ética dentro del ámbito universitario, la cual involucra principalmente la institución, los empleados y los estudiantes que forman parte de la comunidad universitaria, esto se logra a través de la promoción para un desarrollo sustentable en diversos ámbitos (educativo, laboral y ambiental) en el que se desarrolla la institución (Reiser, 2008). Para Vallaeys (2014), la responsabilidad social universitaria es la gestión justa y sostenible de los impactos universitarios, con dos ejes: uno organizacional que incluye impactos internos y externos, y el otro académico que integra impactos estudiantiles e impactos cognitivos.

Sissa (2015) señala que, la responsabilidad social universitaria debe abarcar las áreas básicas, mostradas en el cuadro N° 1.

**Cuadro N° 1. Áreas que incluye la RSU.**

| Área | Característica |
|---|---|
| Ética | Tiene que ver con los valores éticos relacionados directamente con la actuación de la universidad, en el cumplimiento de su función social. |
| Crecimiento económico | Se da al formar profesionistas activos e innovadores, en respuestas a las demandas de la sociedad. |
| Medio ambiente | Es el cuidado del entorno en sus aspectos naturales, sociales y culturales. |
| Equidad social | Implica tomar en cuenta aspectos como la igualdad el acceso, la permanencia y el desempeño estudiantil, y en general la equidad a toda información y conocimiento. |
| Sostenibilidad ciudadana y democracia | Indica el fomento de valores, la participación y los deberes ciudadanos, y el diálogo democrático. |
| Calidad | Contempla la busqueda del mejoramiento continuo, la formación, el desarrollo y la productividad para asegurar la calidad institucional. |
| Compromiso con la comunidad | Se adquiere para retribuir a la sociedad los recursos que la universidad recibe de esta. |
| *Marketing* responsable | Implica generar consciencia social para ser aceptada. |
| Imagen institucional | Indica la presencia y reconocimiento de la universidad ante la sociedad. |

Fuente: Sissa (2015) con información de Castañeda, Ruiz, Viloria, Castañeda y Quevedo (2007).

El bien común para una convivencia democrática no se desarrolla de manera espontánea, sino que debe ser construida paulatinamente (Camps, 2007); lo anterior, refuerza la importancia que tiene la educación ciudadana en una sociedad cada vez más compleja (Gallardo, 2009), de ahí que la formación ciudadanía deba estar en los planes de estudio o programas educativos, principalmente en la educación básica obligatoria y en el nivel superior (Evia-Alamilla et al. 2017). Para Bolívar (2005) no es posible determinar lo que debe incluirse en la formación profesional sin tomar en cuenta la formación ética y la educación para la ciudadanía; es decir, la profesionalización debe comprender, además de las competencias teóricas y prácticas, aspectos de la integridad personal y de la conducta profesional ética. En ese

sentido, y de acuerdo con algunos estudios empíricos, es posible asegurar que la responsabilidad social y personal se favorece a través de la formación académica (Arango et al. 2014).

La formación de profesionistas socialmente responsables en la universidad se ha convertido en una misión reconocida por la UNESCO (Marti, Marti y Almerich, 2014). Según Ayala (2011), la RSU no se refiere únicamente a la asistencia social, sino una visión de consciencia social que va más allá; implica un sentimiento unificado de todos los integrantes de la comunidad universitaria, que, como parte de una sociedad, se preocupan por resolver los problemas, y que contribuyen con aportes de capital social y capital humano, altamente calificado. Bajo esta reflexión, un estudiante socialmente responsable es aquel que se preocupa no solo por su propio bienestar, sino también por el bienestar de quienes lo rodean; es empático y se compromete (Marti y Marti, 2010).

Tedesco, Opertti y Amadio (2013) señalan que es relevante considerar algunos temas transversales en la educación actual: la educación en valores, la educación cívica y ciudadana, la educación para la salud, la educación para la prevención del VIH/SIDA, la educación para los derechos humanos, las tecnologías de la información (TIC's), la igualdad de género y la educación ambiental, entre otros. Así lo refuerzan también Rodríguez y Leyva (2010) al señalar que lo más importante en el proceso educativo es "la recreación de principios y valores, y de sentidos de la vida que se expresen, desarrollen y cambien en los ambientes propicios de la vida universitaria". Lo anterior ha sido igualmente planteado por Martí (2011) y Kammerer, Murgues y Nájera (2014), quienes enfatizan la importancia de conocer el papel de la formación universitaria sobre la responsabilidad social en los estudiantes, fundamentada principalmente en el desarrollo empático y de los valores, y no exclusivamente en la adquisición de conocimientos y habilidades (Kammerer et al., 2014).

Romero-Argueta et. al (2020) señalan que, es urgente que las instituciones de educación superior incluyan la enseñanza de la responsabilidad social en cada una de las asignaturas de los programas académicos, además de la obligatoriedad de una materia de responsabilidad social dentro del plan de estudios.

Los integrantes de la comunidad universitaria, deben ser conscientes de que las instituciones de educación superior se deben comprometer no solo a formar profesionales, sino también a la sensibilización de estos ante los problemas de la sociedad, con un espíritu más participativo en la comunidad, y pendientes de las personas en situación de vulnerabilidad. Así lo señala Ayala (2011), y lo refuerza Vallaeys (2007), al señalar que la universidad tiene una influencia directa en los estudiantes en cuanto a la forma de interpretar el mundo e interactuar con este, además de hacerlo también en el ámbito profesional; agregan que la responsabilidad social universitaria no debe ser únicamente una extensión sino que debe ser considerada como una política institucional que abarque el ámbito de la administración central, la formación, la investigación y la extensión.

De acuerdo con Ramírez, Moctezuma y González (2017), y Aponte (2015), la responsabilidad social universitaria tiene varios objetivos, algunos tienen que ver con las personas que se relacionan con la institución, y otros están orientados a los estudiantes que son los principales actores. A continuación se mencionan algunos de ellos:

a) La creación y aplicación de conocimientos, fortalecer la cohesión social, la identidad cultural, la pobreza extrema, la crisis económica y la responsabilidad ciudadana.
*b)* La formación de profesionistas críticos y comprometidos con la sociedad.
*d)* La participación ciudadana para contribuir al desarrollo justo y sostenible.

Cada uno de estos objetivos deben de ir desarrollándose durante el proceso de formación académica de los estudiantes, y ser sometidos a evaluación cada determinado tiempo a fin de comprobar que se están cumpliendo.

Vallaelys (2014,) propone algunas estrategias específicas socialmente responsables para lograr la mejora continua en el aspecto de la responsabilidad social universitaria, estas son:
*1)* Promover la participación de los grupos de interés

tanto afuera como adentro de la institución.
*2)* Articular adecuadamente los planes de estudio, la investigación, la extensión y las estrategias de enseñanza-aprendizaje con la solución de los problemas sociales.
*3)* Practicar la autoevaluación periódica de la institución, a través de las herramientas adecuadas, y una comunicación efectiva para la rendición de cuentas.

### 2.3. La responsabilidad social universitaria y el género

Son pocos los estudios que se han encontrado en los que se relacione el género con la responsabilidad social individual. En el año 2019, Severino-González, Villalobos-Antúnez, Chamali-Duarte, Vergara-Piña y González-Soto (2019) encontraron que las mujeres consideran que poseen un mayor nivel de responsabilidad social en comparación con los hombres.

En ese mismo orden de ideas, Gilligan (1982) demostró que, las mujeres tienden a preocuparse más por los demás, a diferencia de los hombres que piensan más en términos de justicia y derechos individuales. Lo anterior es reforzado por Guadarrama (1999), al señalar que la mujer, por estar más orientada hacia el bienestar social, es probable que pueda exigir a las empresas que cumplan con su responsabilidad social.

### 2.4. Formulación de hipótesis de investigación

Con miras al logro del objetivo trazado y a partir de las bases teóricas expuestas, se formulan los siguientes supuestos o hipótesis de investigación:

H1: Existe una relación positiva y significativa entre el curso de materias de responsabilidad social y la responsabilidad social individual o personal de los estudiantes universitarios de Ciudad Juárez.

H2: Existe una relación positiva y significativa entre el género y la responsabilidad social de los estudiantes universitarios de Ciudad Juárez.

## 3. Metodología

Para alcanzar el objetivo de investigación trazado y comprobar las hipótesis planteadas se desarrolló una investigación descriptiva y correlacional, con enfoque cuantitativo y de corte transversal. Adicionalmente, se tomó una muestra por conveniencia, representada por 71 estudiantes de nivel licenciatura, de una institución de educación superior de Ciudad Juárez, Chih., México. Los datos fueron recolectados durante los meses de enero y febrero del año 2021 a través del cuestionario de Responsabilidad Social del Estudiante Universitario –RSEU- (García, De la Calle, Valbuena y Alija, 2016) (Anexo N° 1), integrado por 38 ítems (siete recolectaron variables demográficas, 30 variables referidas a la responsabilidad social, y una relacionada con las materias cursadas por los estudiantes durante su formación profesional). Los cuestionarios fueron aplicados a 74 sujetos con el perfil señalado, sin embargo, durante el procesamiento 3 de los cuestionarios fueron rechazados por estar incompletos. La participación de los individuos se dio de manera voluntaria, y sin ofrecer estímulo alguno.

Las variables demográficas fueron analizadas con software estadístico SPSS versión 25. Las variables medidas a través de la escala Likert fueron procesadas a través de un modelo de ecuaciones estructurales basado en mínimos cuadrados parciales (SmartPLS). En esta investigación se utilizó este software dado su extendido y creciente uso, en las ciencias sociales; lo cual permitió la modelación de ecuaciones estructurales (SEM) mediante el método multivariante, es decir, permitió analizar simultáneamente relaciones entre constructos independientes y dependientes (variables endógenas y exógenas) (Leyva y Olague, 2014).

También, fue recomendable el uso de SmartPLS dado el pequeño tamaño de la muestra, ya que de acuerdo con Hair et al., (2011), son muy parecidos los resultados obtenidos con SmartPLS y mínimos cuadrados basados en covarianza con una muestra grande, siempre y cuando se utilicen varios indicadores para medir los constructos. Adicionalmente, como el objetivo fue predecir constructos fundamentales, se recomienda el uso de este software mencionado; ambos criterios se tomaron en cuenta para tomar la decisión de utilizar esta herramienta.

## 4. Resultados y discusión

Se recolectaron un total de 74 cuestionarios con 38 ítems cada uno, de los cuales solo 71 fueron respondidos de forma completa. De acuerdo al procesamiento realizado, el 44% de los encuestados pertenecen al género masculino, mientras que el 56% corresponden al femenino; la mayoría son solteros (78%). En cuanto al lugar de trabajo, el 39% labora en empresas privadas, mientras que el 22% labora en el sector público. El 42%, de participantes, señaló haber participado en proyectos de voluntariado, mientras que un 58% respondió que no ha tenido dicha experiencia.

### 4.1. Modelo de investigación

Mediante el análisis de mínimos cuadrados parciales (SmartPLS por sus siglas en inglés), se midieron cada uno de los ítems que constituyen el constructo de responsabilidad social (RS), así como el análisis de los *paths* o caminos desde formación en responsabilidad social y género, para validar las relaciones del modelo estructural. Se corrió el *bootstraping* con 500 iteraciones, lo que a su vez generó 500 muestras aleatorias a partir de la original, evaluadas mediante t de *student*. También se revisó la confiabilidad y la validez del modelo.

Considerando los valores aceptables, al correr el primer modelo se identificaron algunos ítems con cargas inferiores a 0.50 por lo que se tomó la decisión de eliminarlos, quedando 14 para medir el constructo de responsabilidad social. Lo anterior debido a que, según Chin (1996), las cargas de los ítems deben ser preferiblemente superiores a 0.70, sin embargo, si existieran algunos indicadores con valores inferiores, pero superiores a 0.50 pueden retenerse siempre y cuando en el mismo constructo existan indicadores con cargas altas. Como se observa en el cuadro N° 2, todas las cargas son superiores a 0.5, acompañados de valores superiores al 0.70, en cumplimiento con el criterio anteriormente mencionado; esto demuestra un buen nivel de confiabilidad de consistencia interna del modelo.

En cuanto a las variables formación en RS y género, es necesario mencionar que cuando el constructo tiene un solo indicador, la carga es de 1, asumiéndose que no existe error en la misma, y aunque SmartPLS no toma como variable aquélla que tiene un solo indicador sí se puede modelar.

Por otra parte, en SmartPLS la $R^2$ indica la calidad de predicción del modelo estructural (Seidel y Back, 2009). Según Cohen (1988,), una $R^2$ de 0.26 es sustancial, 0.13 moderada y 0.02 se considera como débil. En esta investigación, se puede observar que en el modelo la $R^2$ es de 0.273, por lo tanto, se considera sustancial bajo este criterio (Figura N° 1).

**Cuadro N° 2. Indicadores de responsabilidad social retenidos por cumplir con los criterios de Chin (1996).**

| Clave | Constructo | Carga |
|---|---|---|
| RS10 | He puesto en práctica mi capacidad de servicio con personas necesitadas (inmigrantes, personas con discapacidad, indígenas, etc.) | 0.544 |
| RS15 | Experimento de una forma especial el sentido del servicio y la solidaridad. | 0.625 |
| RS16 | Compruebo lo importante que es ser fiel al compromiso asumido. | 0.523 |
| RS18 | Identifico la importancia de compartir mis sentimientos con otros y aprender de ellos. | 0.607 |
| RS20 | Incrementa mi grado de satisfacción personal al comprobar lo que puedo hacer por otros. | 0.514 |
| RS21 | Estoy consciente de la responsabilidad que supone ser universitario. | 0.613 |
| RS22 | Reconozco la importancia de no permanecer indiferente o ajeno ante lo que le sucede a los demás. | 0.796 |
| RS23 | Reconozco que puedo ser parte de la solución de los problemas que afectan a otros. | 0.704 |
| RS24 | Sé que sí se puede hacer algo concreto para cambiar las cosas. | 0.630 |
| RS25 | Estoy interesado (a) en intentar mejorar mi entorno. | 0.611 |
| RS28 | He profundizado en el misterio del sufrimiento y en la actitud con la que lo enfrento. | 0.603 |
| RS29 | Identifico cuál es mi actitud personal ante el dolor y la adversidad de los demás. | 0.610 |
| RS36 | Estoy consciente de la necesidad de comprometerme hoy como universitario y mañana como profesional. | 0.589 |
| RS37 | Considero que las asignaturas de valores en el ejercicio profesional, competencias para el ejercicio de la ciudadanía, etc., contribuyen a mi formación integral como universitario. | 0.710 |

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.2. Fiabilidad compuesta

Para medir la fiabilidad compuesta, se utilizó el criterio de *Rho* de *Dillon – Goldsteins*, como criterio equivalente al *Alfa* de *Cronbach* en *SmartPLS*. Para una fiabilidad compuesta modesta, según Seidel y Back (2009), se debe tener como referencia un nivel mínimo de 0.70. Para el caso de los resultados obtenidos este valor fue de 0.882 lo cual indica el cumplimiento del criterio, por ser superior al valor mínimo requerido (Cuadro N° 3).

**Cuadro N° 3. Rho de Dillon-Goldsteins y Alfa de Cronbach.**

| Constructo | Rho de Dillon-Goldsteins | Alfa de Conbach |
|---|---|---|
| Responsabilidad social | 0.882 | 0.879 |
| Formación en RS | 1.000 | 1.000 |
| Género | 1.000 | 1.000 |

Fuente: Elaboración propia.

*Validez discriminante*

De acuerdo con Seidel y Back (2009), la validez discriminante para el caso de los modelos de medición reflectivos, se demuestra cuando la raíz cuadrada del promedio de varianza extraída (Verage Variance Extracted) es superior a la correlación con cualquier otra variable latente. Lo anterior se puede comprobar en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 4. Matriz de correlaciones entre constructos y raíz de AVE**

| | Formación en RS | Género | Responsabilidad social |
|---|---|---|---|
| Formación en RS | **1.000** | | |
| Género | -0.077 | **1.000** | |
| Responsabilidad social | 0.168 | 0.480 | **0.624** |

Fuente: Elaboración propia.

La distribución de cada coeficiente o carga *path* fue evaluada a través de la prueba *t de Student,* a fin de identificar la magnitud de los coeficientes *path* y así determinar si son significativos o no (Figura N° 2). A partir del análisis realizado, con una prueba de dos colas y un *Alpha* de 0.05, se confirman las hipótesis formuladas en la presente investigación (Cuadro N° 5).

En la Figura N° 1 se observa el modelo contrastado, se identifican las dos variables independientes (materias cursadas en RS y género), y la variable dependiente la responsabilidad social personal o individual (RS) con sus respectivos indicadores, especificados en el cuadro N° 2. También se presenta el valor de los *paths* o caminos, así como el valor p y la $R^2$ .

**Cuadro N° 5. Evaluación del cumplimiento de hipótesis.**

| Hipótesis | Valor p | Cumplimiento de hipótesis |
|---|---|---|
| H1: Existe una relación positiva y significativa entre el curso de materias de responsabilidad social y la responsabilidad social individual o personal de los estudiantes universitarios de Ciudad Juárez. | 0.078 | No rechazada |
| H2: Existe una relación positiva y significativa entre el género y la responsabilidad social de los estudiantes universitarios de Ciudad Juárez. | 0.000 | No rechazada |

Fuente: Elaboración propia.

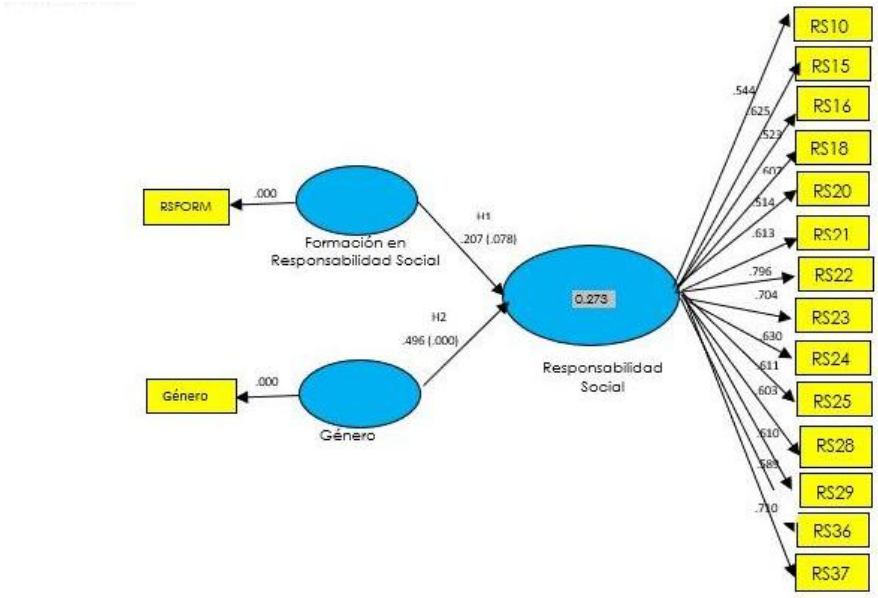



**Figura N° 1. Modelo de investigación contrastado.** Fuente: Elaboración propia.

## 5. Conclusiones

La responsabilidad social universitaria es un tema relevante y de actualidad, y el papel de las instituciones de educación superior es clave para la promoción del compromiso social.

En esta investigación se planteó como objetivo general identificar la relación entre la responsabilidad social individual o personal de los estudiantes universitarios de Ciudad Juárez con el hecho de que dichos estudiantes, discriminados por género, hayan cursado materias asociadas con la responsabilidad social. Los resultados obtenidos con una muestra representada por 71 participantes permiten comprobar las dos hipótesis planteadas en esta investigación, lo cual fue demostrado con un nivel de confianza del 95%, con un coeficiente *path* de 0.207 y un valor p de 0.078, en la relación de la formación en responsabilidad social y la responsabilidad social individual. De esta manera, se demostró que los estudiantes que cursaron materias en RS, tienen más responsabilidad social individual que los que no lo hicieron. De igual manera, con un coeficiente *path* de 0.496 y un valor p de 0.000, se pudo demostrar que las mujeres tienen un mayor grado de responsabilidad social que los hombres. Lo anterior coincide con investigaciones empíricas previas que fueron utilizadas como sustento para este estudio.

Los resultados de esta investigación reiteran la importancia de que la responsabilidad social debe ser incorporada en el plan de desarrollo de las instituciones de educación superior. Incluir estrategias que mejoren el medio ambiente, impacten en el desarrollo económico de la comunidad, y permitan una formación profesional de estudiantes con valores, críticos y con un alto compromiso social, favorece que los futuros profesionistas tengan sensibilidad, y también una visión completa de las necesidades de la comunidad, a fin de que puedan hacer lo propio para contribuir en la mejora de su entorno.

Por otra parte, se visualiza la necesidad de realizar más estudios empíricos que vinculen el género con la responsabilidad social individual, debido a que en la búsqueda de

literatura fueron pocos los estudios que se encontraron en los que se aborda esta relación.

Es importante tomar en cuenta que el presente estudio se trata de una prueba piloto, basado en un muestreo determinístico, por lo que es recomendable ampliar la muestra a partir de un muestreo probabilístico, para poder obtener resultados concluyentes del tema. Adicionalmente, se recomienda extender la muestra a otras instituciones de educación superior para saber si los esfuerzos que se realizan al actualizar los planes de estudio, incluyendo no solo temas aislados de responsabilidad social sino asignaturas completas, realmente favorece la responsabilidad social individual o personal de los estudiantes universitarios, y que sus acciones tendrán un impacto positivo en la comunidad a la que ejercen su formación profesional.

## 6. **Referencias**

Aponte Hernández, E. (2015). *La responsabilidad social de las universidades: implicaciones para la América Latina y el Caribe,* Puerto Rico: Unesco-iesalc. https://documentos.una.ac.cr/bitstream/handle/unadocs/8131/La%20responsabilidad%20social%20de%20las%20Universidades_%20Eduardo%20Aponte.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Arango, O., Clavijo, S., Puerta, I. y Sánchez, J. (2014). Formación académica, valores, empatía y comportamientos socialmente responsables en estudiantes universitarios. *Revista de la Educación Superior, 43* (169) 89-105. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-27602014000100006&script=sci_abstract

Ayala, M. (2011). *Responsabilidad social universitaria. Revista Realidad y Reflexión*. No. 33.

Bolívar, A. (2005). El lugar de la ética profesional en la formación universitaria. *Revista Mexicana de Investigación Educativa. Vol. 10*, Núm. 24, PP. 93-123. https://www.redalyc.org/pdf/140/14002406.pdf

Brower, J.; Mahajan, V (2013). Driven to Be Good: A Stakeholder Theory Perspective on the Drivers of Corporate Social Performance. *Journal of Business Ethics*, Vol. 117, Issue 2, pp 313-331.

Cajiga, J. (2011). El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI): http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Camps, V. (2007). *Educar para la ciudadanía***.** Sevilla: Fundación ECOEM. Colección Foro Educativo, 3. file:///C:/Users/jmelgar/Downloads/daguilarmedina,+Gestor_a+de+la+revista,+1773-4713-1-CE.pdf

Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review, 4*, 497-505.

Castañeda, G., Ruiz, M., Viloria, O., Castañeda, R. y Quevedo. (2007). El rol de las universidades en el contexto de la responsabilidad social empresarial. Negotium, 3(8), 100-132.

Castañeda, R. y Quevedo. (2007). *El rol de las universidades en el contexto de la responsabilidad social empresarial*. *Negotium, 3*(8), 100-132.

Chin, W. (1998). Issues and option on structural equation modelling. *MIS Quaterly*. 22(1).
Chin, W., Marcolin, B., & Newsted, P. (1996). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a monte Carlo simulation study and voice mail emotion/adoption study. *(Proceedings of the Seventeenth International Conference on Information Systems*).

Cohen. J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. ISBN 0-8058-0283-5. http://www.utstat.toronto.edu/~brunner/oldclass/378f16/readings/CohenPower.pdf

Columbié Reyes, J., Columbié Ortiz, F., & Broock Romero, Y. (2016). El valor responsabilidad como unidad de análisis del proceso formativo integral en estudiantes de ciencias médicas. MEDISAN, 20(2). http://www.medisan.sld.cu/index.php/san/article/view/688

Evia-Alamilla, N., Echeverría-Echeverría, R., Carrillo-Trujillo, C. y Quintal-López, R. (2017). Ciudadanía: análisis de algunos elementos del Modelo de Responsabilidad Social Universitaria en una universidad pública. https://www.redalyc.org/journal/4763/476354877005/html/

Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: a stakeholder approach*, Pitman Press, Boston.

Freeman, R.E. (1984). Strategic Management: a stakeholder approach, Pitman Press, Boston.

Gallardo, P. (2009). Educación ciudadana y convivencia democrática. *Revista Interuniversitaria de Pedagogía Social, 16,* 119-133.

García, José, De La Calle, C., Valbuena, C. y Alija, T. (2016). Hacia la validación del constructo "responsabilidad social del estudiante universitario" *(RSEU)*. *Bordón. Vol. 68.* No. 3.

García, José, De La Calle, C., Valbuena, C. y Alija, T. (2016). Hacia la validación del constructo "responsabilidad social del estudiante universitario" *(RSEU)*. *Bordón. Vol. 68.* No. 3.

Ghobadian, A., & Hillenbrand, C. (2015). Corporate Responsibility. *Group & Organization Management,* 271-294.

Gilligan, C. (1982). In a different voice: Psychological theory and women's development. Cambridge, MA: Harvard University Press

Gómez, A. (2014). *La responsabilidad personal y social, la actividad física y la educación en valores de los escolares de la Región de Murcia*. Tesis Doctoral. Universidad de Murcia. TDR (Tesis Doctorales en Red).

Guadarrama, G. (1999). Presencia de la mujer en la asistencia social en México. Revista Economía, sociedad y territorio, ISSN 1405-8421, ISSN-e 2448-6183, Vol, 2. No. 5. 117-147. https://doi.org/10.22136/est001999460. https://est.cmq.edu.mx/index.php/est/article/view/460

Hellison, D. (1978). Beyond balls and bats: Alienated (and other) youth in the gym. Washington, D.C.: A. A. H.P.E.R.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43*(1), 115–135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

Herrera A., Didriksson A., Sánchez C. (2009). La responsabilidad social en las macrouniversidades públicas de América Latina y el Caribe. *Universidades, vol. LIX,* No. 41. pp. 11-26.
https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/10/07CA201701.pdf

Leyva y Olague, (2014). Modelo de ecuaciones estructurales por el método de mínimos cuadrados parciales (PLS) en Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a la investigación en ciencias sociales. 1ª. Edición. Editorial Tirant Humanidades México. SBN: 978-84-16062-32-4. México, D.F. en https://www.researchgate.net/publication/275523281_Modelo_de_ecuaciones_estructurales_por_el_metodo_de_minimos_cuadrados_parciales_PLS#fullTextFileContent

Leyva, O y Olague, J. (2014). *Modelo de ecuaciones estructurales por el método de mínimos cuadrados parciales* (partial least squares-pls). Editorial Turant Humanidades México. ISBN 978-84-16062-32-4.

Marí, J. y Martí, M. (2010). La responsabilidad social: ¿una universidad empática?. Revista NouDice, 362 (4). Recuperado de: http://www.uv.es/noudise/362.pdf

Martí Noguera, J., Martí-Vilar, M. y Almerich, G. (2014). Responsabilidad social universitaria: influencia de valores y empatía en la autoatribución de comportamientos socialmente responsables Revista Latinoamericana de Psicología, 46(3): 160-168. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/805/80533065003.pdf

Martí, J., Martí-Vilar, M. y Almerich, G. (2014). Responsabilidad Social Universitaria: Influencia de valores y empatía en la autoatribución de comportamientos socialmente responsables. *Revista Latinoamericana de Psicología. Vol. 56*. No. 3.

Martí, J., Martí-Vilar, M. y Almerich, G. (2014). Responsabilidad Social Universitaria: Influencia de valores y empatía en la autoatribución de comportamientos socialmente responsables. Revista Latinoamericana de Psicología. Vol. 56. No. 3.

Martí, N. J. (2011). Responsabilidad social universitaria: estudio acerca de los comportamientos, los valores y la empatía en estudiantes de universidades iberoamericanas. (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Valencia. España

Martí, N.J. (2011). *Responsabilidad social universitaria: estudio acerca de los comportamientos, los valores y la empatía en estudiantes de universidades iberoamericanas*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Valencia. España.

Máynez-Guaderrama, A. I., & Vargas-Salgado, M. M. (2019). *Modelos de ecuaciones estructurales mediante mínimos cuadrados parciales: un ejemplo de su aplicación en el campo de las ciencias administrativas*, en A. I. Máynez Guaderrama & L. T. V. Guadalupe (Eds.), *La práctica de la investigación en las Ciencias Administrativas* (Primera ed, pp. 133–135). Pearson.

Mendoza, R. (2011). *Enseñanza y formación ética en la responsabilidad social universitaria*. En M. Guerra y R. Mendoza Valdez (coords.). Enfoque ético de la Responsabilidad Social Universitaria. México DF: Editorial Torres Asociados.

Moreno, A., Arbelaéz, S., & Calderón, L. (2014). Implementación de herramientas de comunicación interna como generador de cambios en las PYMES. *Razón y palabra, 18*(88), 1-27.

Moreno, J. A. (2004). Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa. *Revista Valenciana de Economía y Hacienda* (12): 9 - 50.

Núñez, I. A., y Bermúdez, E. (2019). Valores, Responsabilidad Social Universitaria (RSU), Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) y Gestión de la Comunicación Organizacional. *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología, 7*(1), 104-115.

Olvera, J. y Gasca, E. (2012). *La Ciudadanía y Universidad Pública: Ideas de Responsabilidad Social Universitaria*. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones, 5 (2), pp. 46-62. Recuperado de: http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones.

Ortega, P., Touriñán, J. y Escámez J. (2006). La educación ciudadana en una sociedad multicultural y compleja. *Revista Portuguesa de Pedagogía, 40* (2), 7-35.

Pardo, R. (2008). *La transmisión de valores a jóvenes socialmente desfavorecidos a través de la actividad física y del deporte*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica. Madrid.

Pérez, M. (2009). Responsabilidad social corporativa (rsc)y comunicación: la agenda de las grandes empresas mexicanas. *Signo y Pensamiento, 55* (18), 201-217.

Ramírez, Moctezuma y Gonzalez. (2017). Importancia de la responsabilidad social en la formación de los futuros profesionales. Universidad Veracruzana. https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/10/07CA201701.pdf

Real Academia de la Lengua Española. (2021). Consultado el 19 de diciembre en https://dle.rae.es/g%C3%A9nero

Reiser, J. (2008). University Social Responsibility definition. Citado el 14–10–2009 de http://www.usralliance.org/resources/Aurilla_Presentation_Session6.pd

Rodríguez, J. y Leyva, M. (2010). Modernidad, riesgo y sujeto profesional en la sociedad actual. De la responsabilidad y ética personal, a la de la sociedad y sus instituciones. Revista El Cotidiano. No. 162. https://www.redalyc.org/pdf/325/32513882013.pdf

Romero-Argueta, J. Coreas-Flores, E. Severino-González, P. 2020. Responsabilidad social del estudiante universitario en El Salvador: Género y territorio. *Revista de Ciencias Sociales. vol. 26*, pp. 426-441, en https://www.redalyc.org/journal/280/28064146028/html/

Royo, T. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial. Oportunidad de Mejora Interna de Gestión, Ventaja Competitiva, Diferenciación Y Reputación de Medianas y Pequeñas Empresas. *DYNA Vol. 82*, No. 8: 445-449.

Salazar, Salvador. (2013). Periodismo y violencia: la producción de subjetividad del riesgo en el norte de México. *Global Media Journal México, Volumen 9*, Número 17 Pp. 63-80 ISSN 20072031.

Sendel, G y Back, A. (2009). Sucess factor validation for global Erp. 17th. Europe. Ponencia presentada en la 17th. European Conference on Information Systems.

Sendel, G y Back, A. (2009). Sucess factor validation for global Erp. 17th. Europe. Ponencia presentada en la 17th. European Conference on Information Systems.

Severino-González, P., Villalobos-Antúnez, J. V., Chamali-Duarte, N., Vergara-Piña, G., y González-Soto, N. (2019). Social responsibility of university student and institutional educational policies. recognizing the commitments to society. *Revista Opción, 35*(90), 1171-1197.

Sissa, M. (2015). Responsabilidad social universitaria: una mirada desde América Latina y Colombia. *Inquietud Empresarial. Vol. XV* (2), 65-85.

Sissa, M. (2015). Responsabilidad social universitaria: una mirada desde América Latina y Colombia. Inquietud Empresarial. Vol. XV (2), 65-85.

Solano, L. (2013). *Responsabilidad Social Corporativa en el Patrocinio Deportivo. Historia y comunicacion social,* 255-265.

Tedesco, J. C., Opertti, R. y Amadio, M. (2013). Por qué importa hoy el debate curricular. Génova: UNESCO.

Triguero, F. (2009). Síntesis del informe de la Memoria del Proyectos. Responsabilidad Social del Sistema Universitario Andaluz. Foro de los Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía. Recuperado de: http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/librocompleto.pdf

Vallaeys, F. (2007). *Responsabilidad social universitaria. Propuesta para una definición madura y eficiente*. Programa para la Formación de Humanidades. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México. Recuperado de: http://www.bibliotecavirtual.info/wp-

content/uploads/2011/12/Responsabilidad_Social_Universitaria_Francois_Vallaeys.pdf.

Vallaeys, F. (2008). La responsabilidad universitaria. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: http://www.abmes.org.br/NovaEstrutura/ subsites/ER2008/ download/Revista/2007_03_txt_Vallaeys.pdf

Vallaeys, F. (2014). La Responsabilidad Social Universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, v. pp. 105–117. https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2014.12.112

Vélez Pareja, I. (2001). Decisiones de inversión: enfocado a la valoración de empresas. Bogotá: Ceja.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 234-248
La Responsabilidad social de los estudiantes universitarios desde la formación profesional
Melgar, J., Ramos, P., y Leines M.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.09

## Anexo

Cuestionario aplicado

**Estimado estudiante:**

El presente cuestionario tiene como objetivo obtener información para identificar la relación entre el curso de materias de responsabilidad social y el género de estudiantes universitarios de Ciudad Juárez y la responsabilidad social individual o personal de dichos individuos. Tu participación es muy importante para el éxito en esta investigación. La información que proporciones es confidencial y anónima; únicamente se utilizará para su análisis de manera global.

**I. Por favor marca con una "X" la letra que corresponda:**

**1. Edad:** de 15 a 20 años ( ) de 21 a 25 ( ) de 26 a 30 ( ) de 30 a 35 ( ) 36 o más ( )
**2. Género:** masculino ( ) femenino ( )
3. **Carrera:** Administración ( ) Turismo ( ) Contaduría ( ) Finanzas ( ) Otra ( )
4a. **Nivel que cursas**: principiante ( ) intermedio ( ) avanzado ( ) 4b. semestre: _____
5. **Estado civil**: casado(a) ( ) soltero (a) ( ) divorciado(a) ( ) otro ( )
6. **Lugar de trabajo:** iniciativa privada ( ) sector público ( ) no trabajo ( )
7. **¿Has participado en proyectos de voluntariado?** sí ( ) no ( )

**II. Por favor asigna un valor de entre 1 y 5, en donde 1 es totalmente en desacuerdo, y 5 totalmente de acuerdo, a las siguientes afirmaciones:**

| Ítem | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 8. Tengo la oportunidad de tratar con personas con limitaciones distintas a las mías. | | | | | |
| 9. He cursado materias relacionadas con valores, ejercicio de la ciudadanía o de desarrollo humano sustentable, en nivel superior. | | | | | |
| 10. He puesto en práctica mi capacidad de servicio con personas necesitadas (inmigrantes, personas con discapacidad, indígenas, etc.) | | | | | |
| 11. Considero que puedo dedicar tiempo para ayudar a otras personas. | | | | | |
| 12. Me queda claro que lo importante es la dignidad del otro, sin juzgar sus circunstancias y/o limitaciones. | | | | | |
| 13. Experimento la alegría y satisfacción que produce el ayudar a los demás. | | | | | |
| 14. Tengo la impresión de haber recibido más de lo que he dado. | | | | | |
| 15. Experimento de una forma especial el sentido del servicio y la solidaridad. | | | | | |
| 16. Compruebo lo importante que es ser fiel al compromiso asumido. | | | | | |
| 17. Tengo la capacidad de ponerme en el lugar del otro. | | | | | |
| 18. Identifico la importancia de compartir mis sentimientos con otros y aprender de ellos. | | | | | |
| 19. Tengo capacidad de escucha y paciencia. | | | | | |
| 20. Incrementa mi grado de satisfacción personal al comprobar lo que puedo hacer por otros. | | | | | |
| 21. Estoy consciente de la responsabilidad que supone ser universitario. | | | | | |
| 22. Reconozco la importancia de no permanecer indiferente o ajeno ante lo que le sucede a los demás. | | | | | |
| 23. Reconozco que puedo ser parte de la solución de los problemas que afectan a otros. | | | | | |
| 24. Sé que sí se puede hacer algo concreto para cambiar las cosas. | | | | | |
| 25. Estoy interesado (a) en intentar mejorar mi entorno. | | | | | |
| 26. Cambia mi idea sobre la responsabilidad social al planteármela en primera persona. | | | | | |
| 27. Sé valorar positivamente mi situación personal, y el lugar que ocupo en el mundo. | | | | | |
| 28. He profundizado en el misterio del sufrimiento y en la actitud con la que lo enfrento. | | | | | |
| 29. Identifico cuál es mi actitud personal ante el dolor y la adversidad de los demás. | | | | | |
| 30. Soy tolerancia a la frustración y a las limitaciones. | | | | | |
| 31. Reconozco mis capacidades y limitaciones. | | | | | |
| 32. Sé dimensionar mis propios problemas. | | | | | |
| 33. Considero que con mi trabajo profesional podré resolver problemas de la comunidad. | | | | | |
| 34. Me planteo el ejercicio de mi profesión desde principios éticos. | | | | | |
| 35. Sé que mi realización personal será convertirme en un profesional comprometido con la sociedad. | | | | | |
| 36. Estoy consciente de la necesidad de comprometerme hoy como universitario y mañana como profesional. | | | | | |
| 37. Considero que las asignaturas de valores en el ejercicio profesional, competencias para el ejercicio de la ciudadanía, etc., contribuyen a mi formación integral como universitario. | | | | | |
| 38. Mi grado de responsabilidad como universitario, en este momento, es muy alto. | | | | | |

Fuente: García *et al.* (2016).

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 249 -270
Modelo de recursos en el rendimiento laboral del teletrabajo en México
Pérez, J., Bustos, J., Vanegas, M. y Barrientos, C.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.10

# Modelo de recursos en el rendimiento laboral del teletrabajo en México

**Javier Pérez Durán**[1]
Universidad Nacional Autónoma de México
https://orcid.org/0000-0001-5952-9126
javier.perez@zaragoza.unam.mx

**José Marcos Bustos Aguayo**[2]
Universidad Nacional Autónoma de México
http://orcid.org/0000-0003-3423-596X
marcos.bustos@zaragoza.unam.mx

**María Cristina Vanegas Rico**[3]
Universidad Nacional Autónoma de México
http://orcid.org/0000-0002-2266-986X
cristina.vanegas@zaragoza.unam.mx

**Cristina Barrientos Durán**[4]
Universidad La Salle Nezahualcóyotl
http://orcid.org/0000-0002-6253-2702
cbarrientos@ulsaneza.edu.mx

**Recibido:** 30-01-24
**Revisado:** 18-03-24
**Aceptado:** 13-06-24

## Resumen

**Introducción:** La modalidad de teletrabajo está en auge después del aislamiento por COVID19, por lo tanto, es relevante evaluar el rendimiento laboral de los trabajadores en dicha condición para conocer sus características y viabilidad a largo plazo. El modelo de recursos y demandas ha mostrado ser efectivo para explicar el rendimiento laboral en las actividades presenciales de las organizaciones. **Objetivo**: Explicar el efecto de los diferentes recursos (personales, sociales, laborales), las expectativas y el compromiso en el rendimiento laboral de los profesionistas que trabajan en la modalidad de teletrabajo, en México. **Metodología:** Para el alcance de lo anterior, se utilizó una muestra de 300 profesionistas, los datos se recabaron a través de correo electrónico y en plataformas de redes sociales. **Resultados**: Se probaron dos modelos de ecuaciones estructurales al separar el rendimiento laboral en dos dimensiones (rendimiento en la tarea y rendimiento en el contexto); en ambos casos, el compromiso laboral presentó cargas estadísticamente significativas y mantuvo su papel mediador, la variable que presentó el mayor efecto directo e indirecto fue el recurso personal de capital psicológico, mientras que los otros recursos y las expectativas tuvieron un efecto menor. **Conclusiones:** El presente estudio aporta evidencia a favor de los recursos personales, específicamente del capital psicológico para explicar el rendimiento en la tarea y en el contexto de las personas que laboran en teletrabajo.

**Palabras clave:** Rendimiento laboral; Compromiso laboral; Capital psicológico; Recursos; Expectativas.

## The resource model and job performance in the teleworking modality. The case of Mexican workers

**Abstract**

**Introduction**: the teleworking modality is booming after isolation due to COVID19, therefore, it is relevant to evaluate the work performance of workers in this condition to know its characteristics and this long-term viability. The resources and demands model have been shown to be effective in explaining work performance in face-to-face activities of organizations. **Objective**: explain the effect of different resources (personal, social, work), expectations and commitment on the work performance of professionals who work in the teleworking modality. **Methodology**: a non-probabilistic sample of 300 professionals was used, the data was collected through email and on social media platforms. **Results**: Two structural equation models were tested by separating job performance into two dimensions (task performance and context performance); In both cases, work commitment presented statistically significant loadings and maintained its mediating role. The variable that presented the greatest direct and indirect effect was the personal resource of psychological capital, while the other resources and the expectations had a smaller effect. **Conclusions**: this study provides evidence in favor of personal resources, specifically psychological capital, to explain performance on the task and in the context of people who teleworking.

**Keyword**: job performance; work engagement; psychological capital; Resources; expectations

## Cómo citar este trabajo:

Pérez, J., Bustos, J., Vanegas, M. y Barrientos, C. (2024). Modelo de recursos en el rendimiento laboral del teletrabajo en México *Visión Gerencial*, 23(2), pp. 249- 270. Disponible en: https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.10

[1] Licenciatura en Psicología, Máster en Sociología Política y Doctorado en Psicología Social y Ambiental, profesor de asignatura A en FES Zaragoza UNAM, líneas de investigación: Capital social, prevención del delito y capital psicológico. Candidato al SNI

[2] Licenciatura en Psicología, Máster en Psicología y Doctorado en Psicología Social y Ambiental, profesor de tiempo completo, miembro del SNI nivel 1, líneas de investigación: desarrollo de conducta proambiental, modelos e intervenciones; consumo ambientalmente responsable; expectativas de empleo; valores ambientales en egresados, compromiso y conducta proambiental en el empleo. Responsable del proyecto apoyado por DGAPA PAPIIT IN306921.

3 Licenciatura en Psicología, Máster en Psicología, Doctorado en Psicología Social y Ambiental, Profesora de asignatura en FES Zaragoza UNAM. Líneas de investigación: conducta proambiental y factores disposicionales, evaluación de costos y beneficios de la ejecución de conducta proambientales, y comportamiento laboral y ambiental en el trabajo. Pertenece al SNI 1

4 Licenciatura en Psicología, Máster en Psicología Ambiental, Doctorado en Psicología Social y Ambiental. Profesora de asignatura en la Dirección de Ciencias de la Salud de la Universidad La Salle Nezahualcóyotl. Líneas de investigación: conducta proambiental, consumo sustentable y gestión ambiental.

## 1. Introducción

El proceso de adaptación de los trabajadores y las organizaciones al confinamiento por causa de la pandemia de COVID 19 fue repentino, caótico y complejo debido a las características propias de cada sector productivo (OIT, 2023); en este contexto, destaca que el uso de la tecnología y las colaboraciones externas con expertos fueron precursores para ayudar a una adaptación rápida (Martelo et. al., 2023). De esta manera, el teletrabajo fue la modalidad que ayudó a enfrentar un confinamiento de casi dos años, según la situación de cada país y región, con la correspondiente adquisición de nuevos hábitos y estilos de vida.

De acuerdo a los datos de la Organización Internacional del Trabajo - OIT- (2021), las personas con mayor cantidad de herramientas para laborar en la modalidad de teletrabajo fueron los profesionistas, al estar familiarizados con el uso de tecnologías de la comunicación, lo cual les permitió laborar desde su hogar; este sector de la población se adaptó rápidamente a las nuevas condiciones, en cumplimiento con las metas y objetivos de la empresa donde laboraban. Además, antes de la pandemia la modalidad de teletrabajo ya se ejercía en algunos casos, e incluso ya existían propuestas para su legislación (OIT, 2011).

## 2. Revisión de la literatura

En la literatura desarrollada por la psicología, hay una variedad de estudios sobre los ambientes laborales y sus efectos sobre los trabajadores.

El modelo de Bakker y Demerouti (2007) destaca por enfatizar que el bienestar del trabajador es afectado por las características del lugar del trabajo, dividida en dos tipos: demandas y recursos laborales (JD-R por sus siglas en inglés), los cuales pueden facilitar o inhibir el rendimiento del trabajador (Yao et al., 2022). Las demandas laborales requieren esfuerzos y están asociadas con costos físicos y psicológicos. Los recursos laborales son los aspectos que estimulan su aprendizaje y desarrollo como trabajadores para hacer frente a las demandas en su empleo (Bakker & Demerouti, 2007; Mazzetti et al., 2021).

Ambas características disparan dos procesos: uno donde existe alta demanda y pocos recursos, lo que ocasiona a su vez el sindrome del trabajador quemado; el otro, como contraparte, dada por la existencia de recursos laborales suficientes que pueden generar procesos motivacionales para aumentar el compromiso y rendimiento laboral.

Adicionalmente, los recursos laborales tienen un doble propósito, al generar en el trabajador dos motivaciones: intrínseca y extrínseca; la primera, eleva su conocimiento y experticia, para su promoción laboral; y la segunda, traslada sus habilidades como instrumentales de éxitos a otras áreas, proporcionando nuevas metas personales (Bakker & Demerouti, 2017).

Schaufeli (2015) divide los recursos en cuatro tipos: (a) Los sociales, que comprenden el apoyo de los colegas, del supervisor o líder del equipo de trabajo, la claridad del rol en las actividades, además de otros recursos que la empresa puede aportar a sus trabajadores; a su vez, estos recursos sociales se pueden dividir en dos niveles: los proporcionados por la organización, como la cultura deportiva, la interacción entre pares, etc., y los de nivel individual, como el soporte proporcionado por los supervisores y los compañeros de trabajo (Mazzetti et al., 2021). (b) Los recursos laborales, son los que integran el control sobre el trabajo, la diversidad de tareas y otras actividades que facilitan la labor del trabajador. (c) Los recursos para el desarrollo, se corresponden con la constante

retroalimentación positiva, oportunidades de aprendizaje y mejora del trabajador. (d) Los recursos personales, son las habilidades y rasgos psicológicos, como la capacidad de resiliencia, la autoeficacia, el optimismo y la proactividad.

En el mismo sentido del modelo JD-R, un constructo teórico muy utilizado en estudios organizacionales es el *capital psicológico* (CapPsic), el cual agrupa el papel que tienen sus componentes (resiliencia, optimismo, esperanza y autoeficacia) en el desarrollo del individuo a través de un enfoque de la psicología positiva (Avey, et al., 2011; Wilkins et al., 2021).

A partir de un meta-análisis sobre el modelo JD-R, Mazzetti et al. (2021) encontraron que las personas con mayores recursos personales aumentan el rendimiento laboral de manera general, pero al contrastar con otras variables como el clima organizacional, el compromiso laboral, etc., los estudios presentaron resultados variados; por lo tanto, las conclusiones aún son inciertas, y en muchos casos el rendimiento laboral depende del clima organizacional y de las relaciones interpersonales.

La presente investigación tiene sus antecedentes en Pérez et al., (2023) quien plantea un modelo para explicar el compromiso laboral afectivo en el contexto de aislamiento por COVID19, en trabajadores cuya labor se realizaba en la modalidad de teletrabajo; este modelo incluyó el CapPsic retomado de diferentes estudios (Bakker & Demerouti, 2008; Llanos, 2021; Lozano & Reyes, 2017; Luthans et al., 2007; Luthans & Youssef-Morgan, 2017; Wilkins et al., 2021; Yao et al., 2022), y agregó la variable de expectativas laborales (Escobar & Covarruvias, 2019; Tresita & Devi, 2018; Wigfield & Eccles, 2000), por lo que sus resultados mostraron un efecto positivo del CaPsic junto con las expectativas laborales sobre el compromiso laboral afectivo.

En esta investigación, con base en Pérez et al., (2023) y la propuesta JD-R de Bakker y Demerouti (2007) se plateó un modelo para explicar el rendimiento laboral, donde los recursos (personales, sociales y laborales) y las expectativas laborales son las variables independientes, y el compromiso laboral tiene una función mediadora. Cada una de estas variables se detallan a continuación

### 2.1. Recursos para laborar

Para estudiar los recursos personales, los mismos fueron divididos en tres: rasgos psicológicos, recursos para realizar teletrabajo desde casa, y recursos sociales. En el caso de los rasgos psicológicos se retomó la propuesta de CapPsic de Luthans et al. (2007) y la capacidad de autorregulación. El CapPsic se utilizó porque es un constructo que comparte los mismos elementos que Bakker y Demerouti (2007) al considerar como claves los recursos personales (optimismo, autoeficacia y resiliencia). Además, es un constructo muy estudiado y con resultados exitosos para explicar su efecto sobre muchas variables, como por ejemplo, ambientes organizacionales, disminución de estrés, mejora del compromiso y rendimiento laboral (Alessandri, et al., 2018; Amin & Ahmad, 2020; Clausen et al., 2019; Ekawarna, 2021; Febrianingsih & Toriqul, 2018; Harms et al., 2018; Luthans & Youssef-Morgan, 2017; Pérez et al., 2023; Simons & Buitedanch, 2013).

El CapPsic, de acuerdo con Luthans et al. (2007), es un estado psicológico de carácter positivo para el desarrollo del individuo, reflejado en la confianza que pudiera tener al asumir y esforzarse para obtener éxito en tareas desafiantes (autoeficacia). Este estado psicológico, hace que el individuo asuma atribuciones positivas sobre su éxito en el presente y futuro (optimismo), persevere para alcanzar sus metas y que sea capaz de redireccionar sus estrategias y conductas con el fin de tener éxito (esperanza);

adicionalmente, en situaciones adversas y problemáticas, el individuo puede mantener su estabilidad, recuperarse de reveses e incluso ir más allá de sus límites percibidos para alcanzar el éxito (resiliencia).

La autorregulación es la capacidad del individuo de manejar sus emociones y controlar su conducta en distintos contextos (Vived, 2011); es un elemento importante para evaluar su efecto en el teletrabajo, ya que, el trabajador requiere estrategias para concentrarse y cumplir con las demandas laborales pactadas con su organización (Bakker & Oerlemans, 2019; Díaz, 2021), como en el caso del confinamiento, al ajustarse a un entorno que no fue diseñado para trabajar.

Otros elementos personales a estudiar, son los recursos para laborar en la modalidad de teletrabajo desde casa, los cuales incluyen la infraestructura de la casa del trabajador, su espacio y mobiliario, capaces de brindar confort y la posibilidad de trabajar sin interrupciones durante la jornada establecida (Díaz, 2021; Llanos, 2021; Martelo et al., 2023).

Para abordar los recursos sociales dentro del contexto de teletrabajo, en la presente investigación, solo se contemplaron los de tipo individual (Schaufeli, 2015), como el apoyo entre colegas, la comunicación y la colaboración en equipo, además de la posibilidad de tener tiempo libre para realizar actividades de intercambio personal.

Para medir los recursos laborales que una organización proporciona al trabajador, en la modalidad de teletrabajo, se siguió la sugerencia de la OIT (2011), en la cual debe incluirse al menos, la capacitación y el soporte en el uso de las tecnologías de la información, necesarios para que el trabajador realice su actividad, así como también, un importe que compense los gastos derivados de la labor, principalmente por el consumo de energía adicional, a la vez de verse afectado el espacio del domicilio y el entorno familiar.

### 2.2. Compromiso laboral

La variable compromiso laboral, en el ámbito organizacional, se define como un estado psicológico positivo conformado por tres dimensiones: vigor, dedicación y absorción (Schaufeli et al., 2002). El vigor se refiere a altos niveles de energía del trabajador para cumplir con sus funciones y el esfuerzo por realizar su labor. La dedicación es un alto nivel de involucramiento del trabajador con su labor, lo cual le brinda significado y entusiasmo. La absorción se caracteriza por altos niveles de concentración y compromiso con su empleo (Villavicencio et al., 2014). En varios estudios se ha demostrado que el valor del compromiso es una variable explicativa del rendimiento laboral, y factor mediador entre diferentes variables donde está implícito el CapPsic y otros rasgos psicológicos (Alessandri et al., 2018; Bakker & Oerlemans, 2019; Clausen et al., 2019; Llanos, 2021; Lozano & Reyes, 2017; Juyumaya, 2018; Mazzetti et al., 2021; Mesurado & Laudadío, 2019; Simons & Buitedanch, 2013; Vásquez et al., 2021; Yao et al., 2022).

### 2.3. Expectativas laborales

Las expectativas laborales se agregaron al modelo porque resultan ser variables que abarcan temas personales, sociales y materiales presentes en la motivación del trabajador (Suria et al., 2013), a través de las cuales este cree poder alcanzar sus metas, y se encuentran ligadas al optimismo y la esperanza (Bandara, 2019); igualmente, ayudan a mantener en alto el compromiso laboral de los trabajadores con las metas de la organización, en los casos donde se cumplen o existe la posibilidad a futuro que sus expectativas sean cumplidas (Escobar & Covarruvias, 2019; Lepold et al., 2018; Monrroy et al., 2019; Pérez et al., 2023; Süß & Kleiner, 2007; Suria et al., 2013; Villa et al., 2011). En el estudio de Pérez et al., (2023), las

expectativas mediaron positivamente el efecto de las variables optimismo y esperanza con el compromiso organizacional (de tipo afectivo); por su parte, Chiavenato (2011) menciona que, las organizaciones aumentan o disminuyen las expectativas del trabajador de acuerdo con un sistema de reconocimiento y recompensas.

### 2.4. Rendimiento laboral

El rendimiento laboral es un constructo multidimensional, en términos estrictos puede considerarse como el cumplimiento de objetivos establecidos entre el trabajador y la organización mediante un conjunto de estándares de eficacia y eficiencia (Lozada & Criollo, 2020); este cumplimiento puede ser evaluado por la organización a través de una observación sistemática basada en indicadores, mientras que el trabajador hace una valoración subjetiva de su rendimiento (González et al., 2022). La presente investigación estudia el rendimiento laboral, en la modalidad de teletrabajo, desde el punto de vista del trabajador (Ramos-Villagrasa et al., 2019).

De acuerdo con Koopmans et al. (2011), el desempeño laboral se puede medir en tres dimensiones: a) enfocado a la tarea, donde el comportamiento del trabajador contribuye efectivamente a la producción de un bien o a la prestación de un servicio; b) enfocado al contexto, donde se contribuye al cumplimiento de los objetivos de la organización, en el cual la cooperación mejora el entorno social y psicológico de otros trabajadores mediante su iniciativa, proactividad y entusiasmo; (c) el comportamiento contraproducente, el cual se refiere a un comportamiento voluntario que perjudica el bienestar de la organización.

Rodríguez-Cáceres et al., (2018) abordaron solo el rendimiento en el contexto donde el capital psicológico fue la variable con mayor varianza explicada. Por su parte, Chowhan y Pike (2023) abordaron el rendimiento laboral durante la pandemia (por COVID19) centrándose en las demandas; encontraron que los efectos negativos de la sobrecarga, el estrés y la interferencia del teletrabajo en la vida cotidiana afectan de manera negativa el rendimiento laboral en general, y hacen hincapie en la necesidad de estudiar la parte positiva de los recursos, punto que se aborda en el presente estudio.

## 3. Objetivo e hipótesis de investigación

En esta investigación, con base en Pérez et al., (2023) y la propuesta JD-R de Bakker y Demerouti (2007) se plateó un modelo para explicar el rendimiento laboral, donde los recursos (personales, sociales y laborales) y las expectativas laborales son las variables independientes, y el compromiso laboral tiene una función mediadora. Cada una de estas variables fue detallada en la revisión de la literatura.

A partir de la anterior revisión, la presente investigación tuvo como objetivo, explicar el efecto estadístico del modelo de recursos (personales, sociales, laborales), las expectativas y el compromiso en el rendimiento laboral de los profesionistas que trabajan en la modalidad de teletrabajo, en México.

Para el alcance del objetivo trazado se plantearon las siguientes hipótesis:

1. A medida que un individuo cuenta con niveles altos de recursos personales, expectativas laborales, y la organización brinda recursos laborales y sociales, su rendimiento laboral percibido aumenta.
2. El compromiso laboral es una variable que mediará positivamente el efecto de los recursos y las expectativas sobre el rendimiento laboral.

## 3. Metodología

Para alcanzar el objetivo de la presente investigación se plantearon las siguientes estrategias metodológicas.

Para la selección de los individuos participantes en el estudio. La muestra estuvo conformada por 300 personas, ubicados en 22 estados de México, de los 31 que conforman el país; la mayoría de participantes (70%) se localizaron principalmente en los estados de Ciudad de México y en Estado de México, Los individuos fueron seleccionados bajo los criterios de inclusión de: tener estudios profesionales, realizar parte de sus actividades laborales en la modalidad de teletrabajo, y ser mayor de 18 años.

Para evaluar el compromiso laboral, se utilizó la Escala de Trabajo y Bienestar de *Utrecht* (UWES, por sus siglas en inglés) (Schaufeli et al. 2006), en la versión traducida y adaptada a México por Villa et al., (2019). La escala posenueve reactivos divididos en: tres para vigor, tres para dedicación, y tres para absorción; con siete opciones de respuesta, cada uno, tipo Likert que van de 1 *nunca* a 7 *siempre*. (Anexo N° 1).

Para recolectar los datos sobre la variable recursos personales, se utilizaron dos instrumentos: la lista de cotejo de recursos para trabajar desde casa, elaborada por Vanegas et al. (2023), y el PCQ-12, como una versión corta del PCQ *(Psychological Capital Questionnaire)* de Luthans et al., (2007). La lista se conformó por 9 ítems, con dos opciones de respuesta (si-no), basada en el manual de la OIT, (2011). En el presente estudio algunos ítems se destinaron a evaluar: los recursos para realizar el teletrabajo desde casa (ítems 2, 3 y 4), los recursos proporcionados por la empresa (ítems 1 y 7), los recursos sociales (ítems 6 y 9), y la autorregulación para realizar las actividades laborales (ítems 5 y 8) (Anexo N° 2). Para medir el CapPsic se empleó el PCQ-12, basado en Santana-Cárdenas et al. (2018), al cual se le agregaron reactivos en el factor de optimismo de la versión PCQ-24, de Delgado y Mañas, (2019). De esta manera, la escala quedó finalmente conformada por 16 reactivos, con seis opciones de respuesta tipo Likert (1 *completamente en desacuerdo* a 6 *totalmente de acuerdo*). (Anexo N° 3).

Las expectativas laborales, fueron medidas mediante el cuestionario de expectativas laborales (Villa-George et al., 2011), conformado por 11 ítems, en forma de declaraciones afirmativas, con cinco opciones de respuesta tipo Likert (1 *no tuve la expectativa* a 5 *se cumplió totalmente*). (Anexo N° 4).

El rendimiento laboral, se midió mediante la escala Individual *Work Performance Questionnaire* (IWPQ; Koopmans et al., 2013), en su versión en español validada por Gabini y Salessi (2016), integrada por 16 ítems en forma de afirmaciones, con cinco opciones de respuesta tipo Likert (1 *nunca* a 5 *siempre*); la escala estuvo a su vez dividida en tres factores de: rendimiento en la tarea (ítems 1-5), comportamientos contraproducentes (ítems 9-12), y rendimiento en el contexto (ítems 13-16) (Anexo N° 4).

Los datos se recabaron utilizando un formulario de *Google Forms*, distribuido vía correo electrónico y a través de redes sociales (Facebook e Instagram). Dicho formulario contenía una carta de consentimiento informado sobre el uso de sus datos. Posteriormente, los datos se procesaron mediante el uso del paquete estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS por sus siglas en inglés) versión 21 y Amos versión 21.

## 4. Resultados y discusión

El objetivo de este estudio fue observar el efecto que tiene el poseer ciertos recursos (personales, sociales y laborales) y expectativas, además de presentar compromiso sobre el rendimiento laboral de profesionistas que estuvieron en modalidad de teletrabajo, tomando como base teórica el modelo de JD-R (Bakker & Demerouti, 2007). El análisis estadístico se derivó en dos modelos de ecuaciones a partir de retomar el rendimiento laboral en dos

dimensiones, previo al siguiente análisis descriptivo.

A continuación se describen las características de la muestra (Tabla N°1) y el nivel de correlación estadística entre los componentes del modelo: los recursos personales, las expectativas laborales, el compromiso laboral y los factores del rendimiento laboral (Tabla N° 2).

Como se observa en la Tabla N° 1, la mayoría de individuos son mujeres; la proporción de adultos es muy superior en comparación con la cantidad de jóvenes y de adultos mayores. Cerca del 70% de individuos tienen más de un año de experiencia laboral en el teletrabajo; también se halló que la mayor proporción de individuos trabajan en el sector privado. Respecto al porcentaje dedicado al teletrabajo los casos están distribuidos hacia los extremos: 25% o menos, y 76% o más tuvieron los mayores porcentajes.

**Tabla N° 1. Características sociodemográficas de la muestra**

| Descriptivo | Grupo | Porcentaje |
|---|---|---|
| Sexo | Mujeres | 60.7 |
| | Hombres | 39.3 |
| Edad | Jóvenes (18-29 años) | 32.3 |
| | Adultos (30-59 años) | 64 |
| | Mayores (60 o más) | 3.7 |
| Sector | Público | 39.3 |
| | Privado | 60.7 |
| Porcentaje de dedicación al teletrabajo | ≤25% | 32.3 |
| | 26-50% | 16.3 |
| | 51-75% | 17.3 |
| | ≥76% | 34 |
| Antigüedad laboral | <de 6 meses | 9 |
| | 6 meses a 1 año | 14.7 |
| | 1 a 5 años | 31.7 |
| | >5 años | 44 |

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N° 2 se muestra el nivel de correlación entre las variables de estudio, calculado a través del coeficiente estadístico de Pearson, con el objetivo de evaluar la viabilidad de inclusión de cada una en un modelo de ecuaciones estructurales. De acuerdo a los datos, dos de los tres factores asociados al rendimiento (desempeño orientado a la tarea y desempeño orientado al contexto) correlacionaron significativamente con casi todas las variables, por lo cual, se mantuvieron para el siguiente análisis, excluyendo al factor de conductas contraproducentes.

La variable expectativas laborales tuvo correlaciones significativas con los demás factores, por lo que se mantuvo para los análisis posteriores. De la misma manera el compromiso laboral, al presentar correlaciones significativas con el resto de variables, se utilizó en el modelo estadístico.

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 249 -270
Modelo de recursos en el rendimiento laboral del teletrabajo en México
Pérez, J., Bustos, J., Vanegas, M. y Barrientos, C.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.10

En el caso de la variable recursos, a pesar de que algunos presentaron correlaciones bajas se decidió utilizarlos en el análisis estadístico debido a su importancia en el modelo JD-R, tomado como base para el presente estudio; tal fue el caso de los recursos proporcionados por la empresa, los recursos sociales, y del CapPsic, los cuales se incluyen como reactivos del optimismo y la resiliencia.

**Tabla N° 2. Correlaciones de las variables de estudio**

| | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | .571** | .589** | .513** | .038 | .113 | .145* | .153** | .582** | .486** | -.232** | .411** | .481** |
| **2** | 1 | .605** | .511** | .114* | .166** | .260** | .218** | .506** | .494** | -.185** | .412** | .459** |
| **3** | | 1 | .480** | .196** | .167** | .241** | .284** | .482** | .458** | -.131* | .571** | .579** |
| **4** | | | 1 | .110 | .190** | .243** | .125* | .431** | .344** | -.160** | .365** | .472** |
| **5** | | | | 1 | .231** | .295** | .261** | .080 | -.012 | .019 | .240** | .151** |
| **6** | | | | | 1 | .405** | .493** | .137* | .135* | -.089 | .203** | .289** |
| **7** | | | | | | 1 | .468** | .164** | .188** | -.117* | .332** | .216** |
| **8** | | | | | | | 1 | .162** | .211** | -.092 | .307** | .222** |
| **9** | | | | | | | | 1 | .731** | -.222** | .395** | .519** |
| **10** | | | | | | | | | 1 | -.255** | .351** | .473** |
| **11** | | | | | | | | | | 1 | -.149** | -.305** |
| **12** | | | | | | | | | | | 1 | .506** |

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral). * La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

1. Optimismo
2. Autoeficacia
3. Esperanza
4. Resiliencia
5. Recursos proporcionados por la empresa
6. Recursos sociales
7. Recursos para realizar teletrabajo en casa
8. Autorregulación para realizar las actividades laborales
9. Rendimiento en la tarea
10. Rendimiento en el contexto
11. Comportamientos contraproducentes
12. Expectativas laborales
13. Compromiso laboral

Fuente: Elaboración propia.

Como siguiente paso se comprobó el modelo teórico entre las variables independientes (recursos y expectativas), la mediadora (compromiso laboral) y la dependiente (rendimiento laboral), utilizando el análisis multivariado de modelamiento de ecuaciones estructurales (*SEM* por sus siglas en inglés); se esta manera se estimó el patrón y el tamaño del efecto de las relaciones (Hair et al., 2007). La prueba se realizó inicialmente con un modelo de medida (con las escalas evaluadas mediante un análisis factorial exploratorio y uno confirmatorio) el cual permitió la elaboración del modelo de relaciones estructurales (Ruiz et al., 2010). Con base en dicho análisis, se determinó realizar dos modelos, uno por cada factor del rendimiento laboral: en el contexto y en la tarea.

Para la prueba estadística, se especificó e identificó cada modelo, la estimación se realizó con el procedimiento de máxima verosimilitud, se evaluó el ajuste global de cada modelo con base en los índices mostrados en la Tabla N° 3, y se volvió a especificar cada uno hasta obtener un ajuste global dentro de los parámetros establecidos.

En ambos modelos estadísticos, el constructo CapPsic aparece como una variable de segundo orden, para simplificar el modelo y disminuir los errores por el aumento de parámetros (Ruiz et al., 2010).

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 249 -270
Modelo de recursos en el rendimiento laboral del teletrabajo en México
Pérez, J., Bustos, J., Vanegas, M. y Barrientos, C.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.10

**Tabla N° 3. Índices de ajuste de los dos modelos**

| | Rendimiento en la tarea | | | Rendimiento en el contexto | |
|---|---|---|---|---|---|
| Índices | Modelo 1 | Modelo 2 | Modelo 3 | Modelo 1 | Modelo 2 |
| P | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| $\chi^2$/gl | 292.204/190 | 250.88/160 | 231.88/145 | 344.16/211 | 293.77/179 |
| CMIN/DF | 1.53 | 1.56 | 1.59 | 1.63 | 1.64 |
| GFI | .920 | .924 | .926 | .906 | .914 |
| AGFI | .893 | .900 | .902 | .877 | .888 |
| IFI | .964 | .966 | .966 | .957 | .961 |
| CFI | .963 | .965 | .966 | .957 | .960 |
| RMSEA | .042 | .044 | .045 | .046 | .046 |

Fuente: Elaboración propia.

Para analizar el rendimiento en la tarea, en la primera prueba se utilizaron todas las variables, a partir de los resultados se eliminaron los recursos proporcionados por la empresa y la autorregulación para realizar las actividades porque su aporte no fue significativo. En el segundo modelo, los recursos para realizar trabajo en casa y el indicador esperanza de CapPsic fueron eliminados, el primero por no ser significativo y el segundo por su alto nivel de error. Hasta el tercer modelo se obtuvo un ajuste adecuado a los parámetros (Tabla N° 3). En la Figura N° 1 se observa gráficamente el modelo resultante y los efectos directos de cada variable.

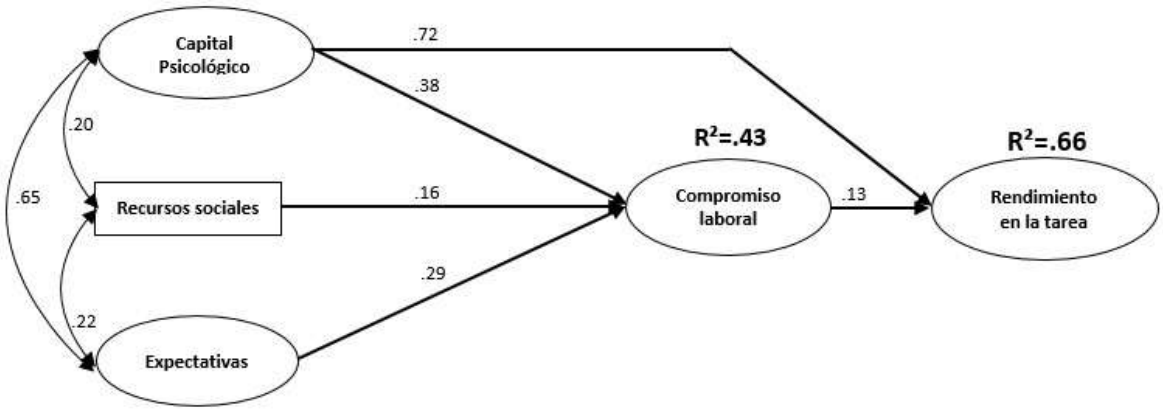



**Figura N° 1. Modelo gráfico de rendimiento en la tarea.** Fuente: elaboración propia.

**Tabla N° 4. Efectos totales e indirectos sobre la variable rendimiento en la tarea**

| | | Expectativas | CapPsic | Recursos sociales | Comprmiso laboral |
|---|---|---|---|---|---|
| Efectos totales | Rendimiento en la tarea | .040 | .776 | .022 | .137 |
| | Compromiso laboral | .290 | .381 | .164 | - |
| Efectos indirectos | Rendimiento en la tarea | .040 | .052 | .022 | - |

Fuente: Elaboración propia.

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • N° 02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 249 -270
Modelo de recursos en el rendimiento laboral del teletrabajo en México
Pérez, J., Bustos, J., Vanegas, M. y Barrientos, C.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.10

Como se observa en la Figura N° 1, se obtuvo un modelo con una varianza explicada para la VD de $R^2$=0,66 y para la variable mediadora $R^2$=0,43; también se observan los efectos directos de cada una de las variables. El resultado muestra que el CapPsic es la variable con mayor varianza explicada sobre la VD, en la Tabla N° 4 -que muestra los efectos totales e indirectos- se observa que fue de 0,776 y con compromiso laboral de 0,381. Mientras que las demás variables (expectativas y recursos sociales) tuvieron una aportación mínima, pero significativa. La variable compromiso laboral, que en otros estudios había resultado con mayor poder explicativo y un papel importante en la mediación (Alessandri et al., 2018; Clausen et al., 2019; Giancaspro et al., 2022; Juyumaya, 2018; Mazzetti et al., 2021; Simons & Buitedanch, 2013), obtuvo en el presente estudio una aportación pequeña.

En el caso de la variable rendimiento en el contexto, solo fue necesario ajustarlo en una ocasión, debido a que las aportaciones de las variables recursos proporcionados por la empresa y autorregulación para realizar las actividades no fueron significativas, en el segundo modelo los índices ajustaron dentro de los parámetros (Tabla N° 3). El resultado se muestra en la Figura N° 2.

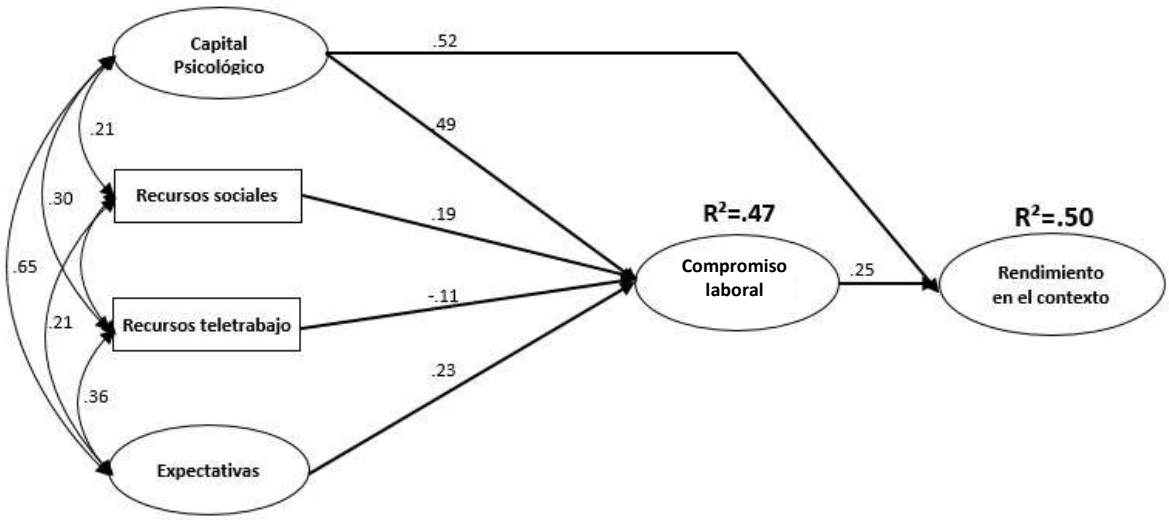



**Figura N° 2. Modelo gráfico del rendimiento en el contexto.** Fuente: Elaboración propia.

**Tabla N° 5. Efectos totales e indirectos sobre el rendimiento en el contexto**

| | | Expectativas | CapPsic | Recursos teletrabajo | Recursos sociales | Compromiso laboral |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Efectos totales | Rendimiento en el contexto | .056 | .641 | -.027 | .047 | .250 |
| | Compromiso laboral | .226 | .485 | -.106 | .189 | - |
| Efectos indirectos | Rendimiento en el contexto | .056 | .121 | -.027 | .047 | - |

Fuente: Elaboración propia.

Nuevamente se aprecia que el CapPsic fue la variable más importante para el modelo, por el tamaño de su efecto total sobre rendimiento en el contexto (0,641) y el compromiso laboral (0,485), mientras el modelo obtuvo una varianza explicada para la VD de 0,50 y para la variable mediadora de 0,47. En este caso, las variables exógenas fueron el CapPsic, los recursos sociales, los recursos para realizar teletrabajo desde casa y las expectativas laborales. A diferencia del modelo de rendimiento en la tarea, los recursos para realizar teletrabajo desde casa sí fueron estadísticamente significativos con compromiso laboral, y su efecto indirecto sobre la variable endógena fue pequeño.

A partir de los resultados anteriores, y retomando la primera hipótesis del estudio: " A medida que un individuo cuenta con niveles altos de recursos personales, expectativas laborales, y la organización brinda recursos laborales y sociales, su rendimiento laboral percibido aumenta", puede afirmarse que se cumplió parcialmente, ya que, si bien hay un efecto positivo de las variables exógenas, no todas presentaron cargas significativas. Como se pudo observar en ambos modelos, el CapPsic fue la variable con mayor aporte de varianza hacia el compromiso laboral, así como hacia la variable endógena, eso implica que laborar en la modalidad de teletrabajo depende en gran medida de los recursos personales, específicamente de los rasgos psicológicos, como se ha visto en otros estudios (Martelo et al., 2023; Mustajab et al., 2020; Pérez et al., 2023; Wilkins et al., 2021; Yao et al., 2022).

Cabe destacar que hay una diferencia en la varianza explicada entre el modelo de rendimiento en la tarea ($R^2$=0,66), y el rendimiento en el contexto ($R^2$=0,50), sobre lo cual se puede hipotetizar, basados en las ideas de Díaz (2021) y Mazzetti et al. (2021), que enfocarse en el rendimiento en la tarea es una actividad que requiere un alto nivel de concentración, mientras que el rendimiento en el contexto necesita un dominio de los elementos del entorno; adicionalmente, al considerar que los participantes tenían cierto porcentaje de tiempo en teletrabajo y otro desde lo presencial, la percepción de su entorno es variado. Otra de las diferencias entre los modelos evaluados es la variable exógena recursos para realizar el teletrabajo desde casa, la cual solo fue significativa en el modelo de rendimiento en el contexto con la variable mediadora compromiso laboral, su sentido fue negativo, señalando que las condiciones del hogar de los participantes no eran las adecuadas para trabajar.

Por otra parte, la segunda hipótesis planteada sobre el compromiso laboral en su papel de variable mediadora entre el efecto de las variables independientes con las dependientes, tal como lo plantea el modelo de JD-R como pieza clave que antecede al rendimiento laboral, según distintas investigaciones que apoyan este planteamiento (Alessandri et al., 2018; Bakker & Oerlemans, 2019; Clausen et al., 2019; Juyumaya, 2018; Lozano & Reyes, 2017), en el presente estudio la hipótesis recibió escaso sustento ya que a pesar de que presenta un efecto significativo, este fue pequeño en ambos modelos.

Una posible explicación para la discrepancia entre los resultados hallados y los antecedentes consultados, es que el estado del arte mencionado es previo a la pandemia donde se plantea que quienes llevan a cabo su trabajo en las instalaciones de la organización generan más apego, o sentido de pertenencia, que los trabajadores en línea (Zamora, 2020); eso podría explicar también porqué los distintos recursos evaluados tienen poca o ninguna aportación en la varianza en los dos modelos, por ejemplo, cuando las empresas entregan aditamentos con su logotipo (e.g. una camiseta) a los empleados estos pueden portarlos en su lugar de trabajo y generar más identidad y/o sentido de pertenencia, mientras que

al laborar en casa, usar estos mismos aditamentos puede no dar significado. Por otra parte, las expectativas laborales tuvieron un efecto significativo sobre el compromiso laboral y su efecto total sobre el rendimiento fue mínimo lo que concuerda con otros estudios en México de la autoría de Villa-George et al. (2011) y Lepold et al. (2018), respectivamente.

## 5. Conclusiones

El presente trabajo tuvo por objetivo explicar el efecto estadístico del modelo de recursos, las expectativas y el compromiso sobre el rendimiento laboral, el cual fue cubierto exitosamente, mediante la elaboración y evaluación de dos modelos explicativos: uno para el rendimiento en la tarea y otro para el rendimiento en el contexto. Cada uno de los modelos ajustó dentro de los parámetros establecidos para cada índice. Por otra parte, las hipótesis planteadas (H1: A medida que una persona tiene altos sus recursos y expectativas, su rendimiento laboral aumenta. H2: El compromiso laboral es una variable que mediará positivamente el efecto de los recursos y las expectativas sobre el rendimiento laboral) se cumplieron parcialmente. La primera, mostró que solo los recursos personales explicaban el rendimiento laboral, esto puede ser producto en parte a los pocos recursos que la empresa brindó a sus trabajadores en condición de teletrabajo. En la segunda hipótesis, el compromiso laboral tuvo una función mediadora poco significativo en ambos modelos, incluso menor que el reportado por otros estudios (Clausen et al., 2019; Mazzetti et al., 2021; Tresita & Devi, 2018). Otros de los hallazgos importantes se refieren a los recursos aportados por la organización los cuales no fueron significativos, por lo que el cumplimiento de las metas y objetivos de las organizaciones fueron alcanzados a partir de los recursos personales de cada trabajador, esto puede ser un punto de observación para la adecuación del modelo J-DR en el ámbito del teletrabajo. El resultado de la investigación y el contraste de las hipótesis planteadas, indican que la modalidad de teletrabajo, tiene mecanismos psicosociales diferentes a los establecidos en el trabajo presencial, ya que los modelos mostraron que el rendimiento laboral (en la tarea y en el contexto) es explicado en forma importante por los rasgos psicológicos, los cuales permitieron a los trabajadores afrontar su carga laboral, en similitud a los hallazgos de estudios previos (Díaz, 2021; Gutiérrez-Diez et al., 2022; Llanos, 2021; Martelo et al., 2023; Mustajab et al., 2020; Pérez et al., 2023; Vanegas et al., 2023). Lo anterior presenta importantes implicaciones, dado que en ambientes con altas demandas de trabajo y pocos recursos, los rasgos psicológicos del trabajador mantienen y aseguran en cierta medida el rendimiento laboral, hasta el punto en que el trabajador desarrolla el sindrome de desgaste e inician un proceso de disminución de su rendimiento, tal como lo señalan Alessandri et al. (2018), Avey et al. (2011) y Bakker & Oerlemans (2019).

Los hallazgos del presente estudio presentan diferencias con otros (Avey et al., 2011; Mazzetti et al., 2021) a pesar de utilizar la misma metodología y modelo; dichas difencias pueden ser producto de la modalidad de trabajo. En la modalidad presencial el trabajador desarrolla un sentido de pertencia a la organización debido a los programas de integración y a la estructura que facilita las tareas laborales; mientras que el teletrabajo esta basado en la autonomía del trabajador, sus condiciones personales y su capacidad de autorregulación para centrarse en el cumplimiento de la tarea, tal como lo plantean la Organización Internacional del Trabajo –OIT- (2011) y Zamora (2020).

Entre las limitaciones del presente estudio se encuentran el tamaño de la muestra, un mayor tamaño de muestra hubiese permitido hacer comparaciones entre las personas que tienen una labor o dedicación cercana al 100% en teletrabajo y las que tienen 25% o menos; otra limitación de este estudio fueron los instrumentos psicométricos utilizados, los mismos a pesar de haber sido utilizados y validados por otros investigadores, la estabilidad de su estructura factorial parece menos constante entre los diferentes estudios, incluido el presente.

El estudio de los elementos que establecen condiciones para que los trabajadores se desempeñen adecuadamente, no solo en términos de resultados y productos, sino de entornos saludables de trabajo, sigue siendo un tópico de relevancia, aunado a los cuestionamientos que surgen tras la designación de la modalidad a distancia como una respuesta -más que una propuesta- al confinamiento que se suscitó debido a la pandemia por Covid19. Con miras a futuras investigaciones, la presente investigación puede ser el inicio de otros estudios, por ejemplo, para conocer cuáles son los recursos que un trabajador necesita en la modalidad de teletrabajo para aumentar su rendimiento laboral. También se pueden hacer estudios comparativos sobre el impacto de los diferentes recursos sobre el desempeño de los trabajadores y en las distintas modalidades de trabajo.

En el aislamiento obligatorio impuesto por la pandemia COVID19 el teletrabajo fue una alternativa viable para los trabajadores y las organizaciones, desde entonces esta modalidad se ha incrementado, y se espera que la tendencia continúe (OIT, 2023), así que habrán más estudios para contrastar, y distintas variables explicativas, aún así se considera que el CapPsic seguirá siendo la variable más importante, tal como se ha observado en los distintos estudios revisados (Mazzetti et al., 2021). No obstante, es necesario aumentar los estudios de los modelos basados en el JD-R en el contexto latinoamericano, para explorar los elementos que comparten las distintas culturas laborales y aquellos en los cuales se difiere, eso permitiría precisar intervenciones en las organizaciones en beneficio de los trabajadores y en apoyo al alcance de las metas de las empresas.

## 6. Fuentes de financiación

La presente investigación fue realizada con el apoyo económico del proyecto PAPIIT IN306921, otorgado por la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA) de la Universidad Nacional Autónoma de México.

## 7. Referencias

Alessandri, G., Consiglio, C., Luthans, F., & Borgogni, L. (2018). Testing a dynamic model of the impact of psychological capital on work engagement and job performance. *Career Development International, 23*(1), 33-47. doi:10.1108/CDI-11-2016-0210

Amin, N., & Ahmad Shah, S. (2020). Psychological capital as predictor of psychological well-being among doctors. *Indian Journal of Positive Psychology, 11*(4), 389-391. Obtenido de https://iahrw.org/our-services/journals/indian-journal-of-positive-psychology/

Avey, J. B., Richard, R. J., Luthans, F., & Mhatre, K. H. (2011). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors and performance. *Human Resource Development Quaterly,* 22(2), 127-152.

doi:https://doi.org/10.1002/hrdq.20070c

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job Demands-Resources model: state of art. *Journal of Managerial Psychology, 22*(3), 309-328. Obtenido de www.emeraldinsight.com/0268-3946.htm

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International, 13*(3), 209-223. doi:https://doi.org/10.1108/13620430810870476

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2017). Job demands-resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of Occupational Health Psychology, 22*(3), 273-285. doi:10.1037/ocp0000056

Bakker, A. B., & Oerlemans, W. (2019). Daily job crafting and momentary work engagement: A self-determination and self-regulation perspective. *Journal of Vocational Behavior, 112*, 417-430. doi:10.1016/j.jvb.2018.12.005

Bandara, A. (2019). Youth labor market expectations and job matching in sub-Saharan Africa: evidence from school-to-work transition surveys. *Applied Economics, 51*(8), 762–780. doi:https://doi.org/10.1080/00036846.2018.1512742

Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos.El capital humano de las organizaciones.* La Paz: Mc Graw Hill.

Chowhan, J., & Pike, K. (2023). Workload, work–life interface, stress, job satisfaction and job performance: a job demand–resource model study during COVID-19. *International Journal of Manpower, 44*(4), 653-670. doi:10.1108/IJM-05-2022-0254

Clausen, T., Meng, A., & Borg, V. (2019). Does psychological capital in the workplace predict job performance, work engagement, and psychological well-being? A prospective analysis. *Journal Occupational Environmental Medicine, 61*(10), 800-805. doi:doi: 10.1097/JOM.0000000000001672

Delgado Abella, L. E., & Mañas Rodríguez, M. Á. (2019). Propiedades psicométricas del Instrumento para evaluar capital psicológico en las Organizaciones Ipsicap-24. *Universitas Psychologica, 18*(5), 1-15. doi:https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy

Díaz Canépa, C. I. (2021). Autoregulación y carga de trabajo en teletrabajo durante la pandemia COVID-19. *Ergonomía, Investigación y Desarrollo, 3*(3), 56-68. doi:10.29393/EID3-25ACCD10025

Ekawarna, Y. A. (2021). The contribution of psychological capital in the Association of job satisfaction with organizational commitment of academic staff. *World Wide Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 19-31.

Escobar, D., & Covarruvias, E. (2019). Expectativas académicas y laborales en estudiantes de enfermería. *Ciencia y cuidado, 16*(2), 59-71.

Febrianingsih, D., & Toriqul, M. (2018). Positive Psychology: personalities, major issues, advantages and disadvantages. *Journal Studi Kependidikan dan Keislaman, 8*(1), 34-53. doi:http://dx.doi.org/10.24269/muaddib.v8i1.1048.

Gabini, S., & Salessi, S. (2016). Validación de la escala de rendimiento laboral individual en trabajadores argentinos. *Revista EVALUAR, 16*(1), 31-45. doi:10.35670/1667-4545.v16.n1.15714

Giancaspro, M. L., Callea, A., & Manuti, A. (2022). "I Like It like That": A study on the relationship between psychological capital, work engagement and extra-role behavior. *Sustainability, 14*, 1-17. doi:10.3390/su14042022

González Briñez, M. H., Cendales Ayala, B. E., & Segura Camacho, S. (2022). Variables e instrumentos para la evaluación del desempeño individual en el trabajo. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 28*(34), 1-17. doi:10.18270/cuaderlam.v18i34.3950

Gutiérrez-Diez, M., Bordas-Beltrán, J. L., Piñón, L., & Sapién, A. (2022). Trabajar donde se vive o vivir donde se trabaja: condiciones que afectan la productividad de teletrabajadores en Chihuahua, México. *Información Tecnológica, 33*(2), 309-320. doi:10.4067/S0718-07642022000200309

Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2007). *Análisis Multivariante.* Madrid: Pearson Prentice Hall.

Harms, P. D., Krasikova, D. V., & Luthans, F. (2018). Not me, but reflects me: validating a simple implicit measure of psychological capital. *Journal of Personality Assessment, 100*(5), 551–5 2. doi:10.1080/00223891.2018.1480489

Juyumaya, J. (2018). Work engagement, satisfacción y rendimiento laboral: el rol de la cultura organizacional. *Estudios de Administración, 29*(1), 32-49. Obtenido de https://eds.p.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=3041c831-232a-49df-a01f-35669232f359%40redis

Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., Schaufeli, W. B., De Vet Henrica, C. W., & Van Der Beek, A. J. (2011). Conceptual frameworks of individual work performance: A systematic review. *Journal of Occupational and Environmental Medicine, 53*(8), 856-866. doi:10.1097/JOM.0b013e318226a763

Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrant, V. H., Van Buuren, S., Van der Beek, A. J., & Det Vet, H. C. (2013). Development of an individual work performance questionnaire. *International Journal of Productivity and Performance Management, 61*, 6-28. doi:10.1108/17410401311285273

Llanos Reynoso, L. F. (2021). La autoeficacia y el engagement del trabajo en casa: aprendizajes durante la pandemia de COVID19. *Contaduría y Administración*, 1-23. doi:http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.3186

Lozada, A., & Criollo, J. (2020). *El teletrabajo y su incidencia en el desempeño laboral del personal administrativo de la empresa Grupo Sur capacitación y consultoría.* Universidad Técnica de Ambato. Ambato: Tesis de grado. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31866?locale=en

Lozano Paz, C. R., & Reyes Bossio, M. (2017). Docentes universitarios: una mirada desde la autoeficacia laboral y engagement laboral. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 11*(1), 133-148. doi: http://dx.doi.org/10.19083/ridu.11.503

Luthans , F., & Youssef-Morgan, C. M. (2017). Psychological capital: an evidence-based positive approach. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior , 4*, 339-366. doi:https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113324

Luthans , F., Youssef, C., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge.* Oxford: Oxford University Press.

Martelo, M., Quintero, D., & Vieira, J. A. (2023). Innovación y resiliencia: la Pyme frente a la crisis provocada por el COVID-19. Una revisión narrativa de la literatura. *Economía y Negocios, 14*(2), 24-38. doi:10.29019/eyn.v14i2.1135

Mazzetti, G., Robledo, E., Vignoli, M., Topa, G., Guglielmi, D., & Schaufeli, W. B. (2021). Work Engagement: a meta-analysis using the Job demands-resources model. *Psychological Reports, 126*(3), 1069–1107. doi:10.1177/00332941211051988

Mesurado, B., & Laudadío, J. (2019). Experiencia profesional, capital psicológico y engagement. Su relación con el burnout en docentes universitarios. *Propósitos y Representaciones , 7*(3), 12-40. doi:http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n3.327

Monrroy Ramos, J. E., Delgadillo Sánchez, J. C., Roque Roque, E., & Zirena Bejarano, P. P. (2019). Employer branding y su impacto en las expectativas laborales de los millennials. *Iberian Journal on Information Systems & Technologies*, 93-101.

Mustajab, D., Bauw, A., Rasyid, A., Irawan, A., Akbar, M. A., & Hamid, M. A. (2020). Working from home phenomenon as an effort to prevent COVID-19 attacks and its impacts on work productivity. *The International Journal of Applied Business, 4*(1), 13-21.

Organización Internacional del Trabajo - OIT-, (2011). *Manual de buenas prácticas en teletrabajo.* Buenos Aires: Unión Industrial Argentina.

Organización Internacional del Trabajo - OIT-, (2021). *Panorama laboral 2021. América Latina y El Caribe.* Organización Internacional del Trabajo. Lima: Organización Internacional del Trabajo 2021. Recuperado el 30 de 09 de 2022, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_836196.pdf

Organización Internacional del Trabajo - OIT-, (2023). *El valor del trabajo esencial. Perspectivas sociales y de empleo en el mundo 2023.* Organización Internacional del Trabajo. Ginebra: OIT . Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_871014.pdf

Pérez Durán, J., Bustos Aguayo, J. M., Vanegas Rico, M. C., & Barrientos Durán, C. (2023). Capital psicológico, expectativas y compromiso organizacional en el contexto del teletrabajo de los trabajadores mexicanos. *Visión Gerencial*, 257-272. doi:10.53766/VIGEREN

Ramos-Villagrasa, P. J., Barrada, J. R., Fernández, E., & Koopmans, L. (2019). Assessing job performance using brief self-report scales: the case of the individual work performance questionnaire. *Journal of Work and Organizational Psychology, 35*(3), 195-205. doi:10.5093/jwop2019a21

Rodríguez-Cáceres, C., Ramírez-Vielma, R., Fernández-Ríos, M., & Bustos-Navarrete, C. (2018). Capital psicológico, desempeño contextual y apoyo social del trabajo en salud primaria. *Journal of Work and Organizational Psychology, 34*(3), 123-133. doi:10.5093/jwop2018a15

Ruiz, M. A., Pardo, A., & San Martín, R. (2010). Modelos estructurales. *Papeles del psicólogo, 31*(1), 34-45. Obtenido de https://www.papelesdelpsicologo.es/

Santana-Cárdenas, S., Viseu, J., López, M. I., & Neves, S. (2018). Validity and reliability evidence of the Psychological Capital Questionnaire-12 in a sample of Mexican workers. *Anales de Psicología*, 562-570. doi:http://dx.doi.org/10.6018/analesps.34.3.319211

Schaufeli, W. (2015). Engaging leadership in the job demands-resources model. *Career Development International, 20*(5), 446-463. doi:10.1108/CDI-02-2015-0025

Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gónzalez, V., & Bakker, A. (2002). The measuremente of engagement and bournout: a two sample confirmatory factor. *Journal of Happiness Studies, 3*, 71-92.

Schaufeli, W., Bakker, A., & Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire. A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement,* 66(4), 701-716. doi:10.1177/0013164405282471

Sharma, S. K., & Sharma, S. (2015). Psychological Capital as a Predictor of Workplace Behavior. An Empirical Investigation. *Journal of Management Research, 1*, 60-70.

Simons, J. C., & Buitedanch, J. H. (2013). Psychological capital, work engagement and organisational commitment amongst call centre employees in South Africa. *SA Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde, 39*(12), 1-12. doi:10.4102/sajip.v39i2.1071

Sun, T., Zhao, X. W., Yang, L. B., & Fan, L. H. (2011). The impact of psychological capital on job embeddedness and job performance among nurses: a structural equation approach. *Jpurnal of Advanced Nursing*, 69-80.

Suria, R., Rossev, A., & Villegas, E. (2013). *Diferencias en actitudes y expectativas de futuro laboral antes y después de haber iniciado estudios universitarios.* Obtenido de http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/44224

Süß, S., & Kleiner, M. (2007). The Psychological Relationship between Companies and Freelancers: An Empirical Study of the Commitment and the Work-related Expectations of Freelancers. *Management Revue, 18*(3), 251-270.

Tresita, M., & Devi, N. U. (2018). Psychological capital, outcome expectation and job performance: a mediated model of innovative work behavior. (págs. 52-60). Coimbatore: Bharathiar University. doi:10.18231/2454-9150.2019.0460

Vanegas Rico, M. C., Bustos Aguayo, J. M., Barrientos Durán, C., & Pérez Durán, J. (2023). Compromiso laboral y condiciones individuales en teletrabajo durante la pandemia de COVID-19 en México. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*(25), 1-17. doi:10.22201/enesl.20078064e.2023.25.82966

Vásquez, M. P., Inostroza, R. F., & Acosta, H. (2021). Liderazgo transformacional: su impacto en la confianza organizacional, work engagement y desempeño laboral en trabajadores millennials en Chile. *Revista de Psicología, 30*(1), 1-17. doi:10.5354/0719-0581.2021.55066

Villa, F. I., Moreno-Jiménez, B., Rodríguez, M. A., & Sanz, A. I. (2019). ngagement como indicador de salud laboral: Propiedades Psicométricas del UWES en mexicanos. *Vertientes Revista Especializada en Ciencias de la Salud, 22*(1), 42-48. Obtenido de https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=90937

Villa-George, F. I., Moreno-Jiménez, B., Rodríguez-Muñoz, A., & Villalpando, J. (2011). Factorial validity of the job expectations questionnaire in a sample of Mexican workers . *The Spanish Journal of Psychology, 14*(2), 1010-1017.

Villavicencio Ayub, E., Jurado Cárdenas, S., & Aguilar, V. J. (2014). Adaptación de las escalas UWES y OSI para trabajadores mexicanos. *Psicología Iberoamericana, 22*(2), 6-15. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133938134002

Vived Conte, E. (2011). *Habilidades personales, autonomía personal y autorregulación.* Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

Wigfield, A., & Eccles, J. S. (2000). Expectancy–value theory of achievement motivation. *Contemporary Educational*

*Psychology*, 68-81. doi:doi:10.1006/ceps.1999.1015

Wilkins, S. J., Krumrei-Mancuso, E. J., & Rouse, S. V. (2021). Positive psychology traits as predictors of successfully engaging people through social media. *Psi Chi Journal of Psychological Research , 26*(2), 221-227. doi:https://doi.org/10.24839/2325-7342.JN26.2.221

Yao, J., Qiu, X., Yang, L., Han, X., & Li, Y. (2022). The relationship between work engagement and job performance: psychological capital as a moderation factor. *Frontiers of Psychology*, 1-8. doi:10.3389/fpsyg.2022.729131

Zamora Fernández, E. (2020). *Sistema de comunicación en una empresa con contratación de tipo remota en busca de sentimiento de pertenencia, eficiencia laboral y relacionamiento interno.* Recuperado el Marzo de 2024, de BidiUNAM: https://search-ebscohost-com.pbidi.unam.mx:2443/login.aspx?direct=true&db=edsair&AN=edsair.od.....25..35891cad44910e33c08dc4ce4f83d1fa&lang=es&site=eds-live

ISSN 1317-8822/ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 • p. 249 -270
Modelo de recursos en el rendimiento laboral del teletrabajo en México
Pérez, J., Bustos, J., Vanegas, M. y Barrientos, C.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.10

# Anexos
## Escalas en las versiones aplicadas

### Anexo 1

**Escala de Compromiso laboral**

1. En mi trabajo me siento lleno de energía
2. Me siento fuerte y vigoroso en mi trabajo
3. Estoy entusiasmado con mi trabajo
4. Mi trabajo me inspira
5. Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar
6. Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo
7. Estoy orgulloso del trabajo que hago
8. Estoy inmerso en mi trabajo
9. Me "dejo llevar" por mi trabajo

### Anexo 2

**Lista de cotejo de recursos para trabajar desde casa**

1. Recursos de vinculación en línea
2. Mobiliario adecuado
3. Intercambio social con compañeros/as fuera de horario laboral
4. Comodidad al trabajar desde casa
5. Posibilidad de trabajar sin interrupciones
6. Disciplina para realizar su trabajo
7. Colaboración para trabajar en grupo
8. Capacitación para realizar tu trabajo
9. Mayor tiempo para realizar actividades extralaborales
10. Tiempo libre para hacer cosas que te agradan

### Anexo 3

**Escala de Capital Psicológico**

1. Me siento seguro de representar a mi área en las reuniones con la administración
2. Me siento seguro de presentar información a un grupo de colegas
3. Me siento seguro al hacer aportaciones acerca de la estrategia de la empresa
4. En este momento percibo que tengo bastante éxito en el trabajo
5. Puedo pensar en muchas formas de alcanzar mis metas de trabajo actuales
6. En este momento estoy alcanzando las metas que me he propuesto en el trabajo
7. Si me encontrara en aprietos en el trabajo pensaría en varias formas de resolver el problema

8. Por lo general, me tomo las cosas estresantes del trabajo con mucha calma
9. Puedo resolver situaciones difíciles en el trabajo porque ya he pasado momentos difíciles
10. Siempre veo el lado amable de las cosas cuando se trata del trabajo
11. Puedo estar "por mi cuenta" en el trabajo si tengo que hacerlo
12. Soy optimista sobre mi futuro en lo relacionado al trabajo
13. Miro el lado positivo de cada proyecto laboral que emprendo
14. Espero lograr la mayoría de las cosas que deseo en mi trabajo
15. Cuando intento un proyecto nuevo, espero tener éxito
16. Ignoro los contratiempos laborales de poca importancia

## Anexo 4.

**Escala de expectativas laborales**

1. Al empezar a trabajar en esta profesión creía que la posibilidad de ascenso en este puesto de trabajo dependería bastante de uno mismo
2. Tenía la idea de que mi salario se ajustaría a la dedicación y horas de trabajo que realizo
3. Que mi profesión facilitaría un rápido incremento de mi poder adquisitivo
4. Esperaba que a mayor responsabilidad hubiera mayor autonomía en mi trabajo
5. Deseaba un tratamiento equitativo dentro del equipo de trabajo
6. Cuando empecé esperaba tener oportunidades de demostrar mis conocimientos y habilidades
7. Creía que iba a tener mayor libertad para organizar mi trabajo
8. Esperaba poder crecer en mi desarrollo profesional
9. Creía que realizaría trabajos dinámicos y creativos
10. Esperaba que la autonomía en mi trabajo fuera la adecuada para conciliar vida familiar y laboral
11. Esperaba retribuciones económicas a la par del aumento de la responsabilidad

## Anexo 5.

**Escala de Rendimiento laboral**

En los últimos tres meses…

1. Fui capaz de hacer bien mi trabajo porque le dediqué el tiempo y el esfuerzo necesarios
2. Se me ocurrieron soluciones creativas frente los nuevos problemas
3. Cuando pude realicé tareas laborales desafiantes
4. Cuando terminé con el trabajo asignado, comencé nuevas tareas sin que me lo pidieran
5. En mi trabajo, tuve en mente los resultados que debía lograr
6. Trabajé para mantener mis conocimientos laborales actualizados
7. Seguí buscando nuevos desafíos en mi trabajo

8. Me quejé de asuntos sin importancia en el trabajo
9. Comenté aspectos negativos de mi trabajo con mis compañeros
10. Agrandé los problemas que se presentaron en el trabajo
11. Me concentré en los aspectos negativos del trabajo, en lugar de enfocarme en las cosas positivas
12. Comenté aspectos negativos de mi trabajo con gente que no pertenecía a la empresa
13. Planifiqué mi trabajo de manera tal que pude hacerlo en tiempo y forma
14. Trabajé para mantener mis habilidades laborales actualizadas
15. Participé activamente de las reuniones laborales
16. Mi planificación laboral fue óptima

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº 02 • Julio – Diciembre 2024 • pp. 271 – 280
Profesionalización en Turismo a través de la educación inclusiva en espacios colaborativos
Testón,N., Carrizal, A. y Gayosso, S.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.11

# Profesionalización en Turismo a través de la educación inclusiva en espacios colaborativos

**Nancy Testón Franco**[1]
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
teston@uaeh.edu.mx
https://orcid.org/0000-0003-3043-5294

**Aidé Maricel Carrizal Alonso**[2]
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
aide_carrizal8989@uaeh.edu.mx
https://orcid.org/ 0000-0002-2001-1001

**Sonia Gayosso Mexía**[3]
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México.
sonia_gayosso8990@uaeh.edu.mx
https://orcid.org/0000-0002-5428-872X

**Recibido:** 10-12-23
**Revisado:** 30-01-24
**Aceptado:** 13-05-24

## RESUMEN

Las prácticas tradicionales de enseñanza se han transformado, gracias a la digitalización y el compromiso de cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En los próximos años, las Instituciones de Educación Superior tienen el reto de convertirse en agentes de cambio para la formación de ciudadanos globales, mediante un proceso de mejoramiento de la calidad de la educación y la investigación, además de desarrollar habilidades blandas y competencias interculturales en los estudiantes, por medio de una educación inclusiva. En este camino los espacios de colaboración virtual, como los programas Collaborative Online International Learning (COIL) y las Clases Espejo, son excelentes estrategias que permiten una educación accesible, inclusiva y de calidad por medio de la tecnología, el trabajo colegiado y académico de docentes y estudiantes universitarios de diversas áreas del conocimiento, en la que destaca el turismo. Se consideró oportuno reflexionar sobre los beneficios de los espacios de colaboración inclusivos a través de programas COIL y las clases espejo para lograr una educación de calidad y global. Para esta investigación transversal, de índole mixta, se tomó una muestra por conveniencia de 12 docentes, del área de turismo de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, que han participado en proyectos COIL y clases espejo aplicando el método de cuadrados parciales. Los resultados arrojan que los proyectos COIL y clases espejo son espacios de colaboración que permiten el desarrollo de habilidades disciplinares y tecnológicas demandadas en el mercado, además de ser una excelente estrategia para la internacionalización de las instituciones por medio de una educación inclusiva, en materia de turismo; específicamente se concluye que los principales beneficios en el uso de los espacios de colaboración son el desarrollo de habilidades disciplinares, la formación de competencias en el trabajo en equipo y la obtención de aprendizaje colaborativo, como parte de las bondades detectadas en los alumnos.

**Palabras Claves:** Clases espejo; COIL; Educación inclusiva; Espacios de colaboración; Turismo.

***Professionalization in Tourism through inclusive education in collaborative spaces***

*Traditional teaching practices have been transformed through digitization and commitment to the achievement of the Sustainable Development Goals, which seek to provide quality education for all sectors of the population. So, in the coming years, higher education institutions have the challenge of becoming agents of change for the training of global citizens, that internationalization becomes a process that allows for improving the quality of education and research, as well as developing soft skills and intercultural skills among students through inclusive education. In this way, virtual collaboration spaces such as COIL (Collaborative Online International Learning) and Mirror Classes are excellent strategies that allow accessible, inclusive and quality education through technology, collegiate and academic work of teachers and university students in various areas of knowledge that stand out in tourism. For this qualitative research work, a short conceptual framework on collaborative spaces and collaboration as an inclusive tool in higher education is carried out, then identifying benefits and importance in the professionalization of tourism, then explaining the COIL methodology and mirror classes as virtual places of internationalization and finally presenting results in the experiences of teacher participation of the Autonomous University of Hidalgo. The results state that the COIL projects and mirror classes are collaborative spaces that allow the development of disciplinary and technological skills demanded in the labor market together with an excellent strategy for the internationalization of institutions.*

***Keywords:*** *collaborative spaces, COIL, Inclusive education, Mirror class, Tourism*

[1] Investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Doctora en Educación, Maestra en Tecnología Educativa, Especialista en Planeación y Desarrollo Turístico y Licenciada en Turismo. Miembro de la Red CONAET y la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT) y del Sistema Nacional de Investigadores nivel 01, México. https://scholar.google.es/citations?user=a3E1gs8AAAAJ&hl=es.

[2]Maestra en Gestión de Instituciones Educativas y Licenciada en Turismo, Profesora-Investigadora reconocida en PRODE, integrante del Cuerpo Académico en formación Gestión y Desarrollo de Tecnología. Colaborador del Grupo de investigación: Tendencias Turísticas.
https://scholar.google.es/citations?user=CuO44RIAAAAJ&hl=es&oi=sra

[3] Maestra en Tecnología Educativa y Licenciada en Turismo. Especialidad en Tecnología Educativa e inglés. Profesora-investigadora. integrante del Cuerpo Académico en Formación Gestión y Desarrollo de Tecnología. Miembro de Red LATE y autor/coautor de publicaciones en las áreas de análisis, diseño y desarrollo de sistemas para la aplicación de la tecnología, educación y turismo. https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=J_ntrIkAAAAJ

## 1. Introducción

La formación académica guarda una relación directa con las necesidades del entorno, exigiendo conocimientos, habilidades, actitudes, valores y competencias, que no siempre pueden desarrollarse en las aulas. Por lo anterior, se requieren escenarios donde los estudiantes gestionen el conocimiento de manera integral y global.

Por otra parte, la profesionalizaci+on del turismo refiere un proceso mediante el cual los individuos adquieren conocimientos, habilidades y competencias necesarios para desempeñarse de manera acertada en el mercado laboral.

En este contexto, la preparación académica se vuelve aún más compleja debido a la creciente competitividad del sector, es decir, ante la necesidad de formar egresados especializados y de diversificados atributos laborales (Peñaloza, 2001). Hoy en día, la profesionalización en turismo enfrenta dinámicas de cambio que abordan cuestiones globales, lo que requiere que la preparación de los estudiantes atiendan a las demandas sociales y económicas con una comprensión clara de las realidades mundiales, sin perder de vista las características regionales. Por ello, la vinculación con el mercado laboral es fundamental para las instituciones de educación superior, cuya responsabilidad es formar ciudadanos globales.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2001) señala que el turismo se encuentra en la sociedad del conocimiento, ya que aborda los cambios sociales, económicos, sociológicos y de gestión, convirtiendo su profesionalización en multidisciplinaria. Esta debe ser capaz de ofrecer una amplia gama de conocimientos que interactúan en escenarios tecnológicos e informáticos, además de impulsar el desarrollo de competencias que aborden los desafíos del sector mediante la innovación.

El crecimiento del sector turístico es una oportunidad para generar empleos de calidad y lograr la competitividad y sostenibilidad a nivel mundial. En la actividad turística, el capital humano es fundamental para satisfacer las necesidades del sector mediante la formación de perfiles profesionales que aborden asuntos regionales, con impacto global. Por lo que las universidades deben considerar modelos inclusivos de educación turística que formen ciudadanos globales con conciencia y responsabilidad en su desempeño.

Este aspecto abre la posibilidad a las instituciones de educación superior para utilizar espacios virtuales de colaboración en el extranjero que brinden a los estudiantes una educación integral e inclusiva, garantizando la calidad de su profesionalización. Dada la importancia del tema, esta investigación tiene como objetivo reflexionar sobre los beneficios de los espacios de colaboración inclusivos a través de programas COIL y las clases espejo para lograr una educación de calidad y global, entendida esta última como estrategia hacia la internacionalización de las instituciones de educación superior.

## 2. Revisión de la literatura

### 2.1 Programas educativos de colaboración nacional e internacional en la educación turística superior

La internacionalización en la Educación Superior ha tenido una evolución desde hace 40 años, esto derivado del Consenso de Washington, que buscaba un proceso globalizador (Hernández y Rivas, 2017). Actualmente las Instituciones de Educación Superior (IES), consideran este reto para lograr un impacto social y cultural en los participantes, incorporando la estrategia como un eje transversal, ya que promueve el desarrollo académico de los estudiantes y docentes, más allá de la movilidad tradicional (Sandoval, 2020).

La educación colaborativa universitaria ha ganado relevancia en los últimos años como una estrategia efectiva para la formación de estudiantes en el campo del turismo. Dentro de este enfoque, destacan dos programas:

#### 2.1.1 Programas Collaborative Online International Learning (COIL)

El programa Collaborative Online International Learning (COIL) se basa en la colaboración entre instituciones educativas de diferentes países para crear experiencias de aprendizaje en línea compartidas. Consiste en que dos profesores de diferentes países

organicen actividades y temas de un curso en común o con relación para que los estudiantes colaboren y compartan experiencias académicas y disciplinares (Suny-Coil, 2021). En el contexto del turismo, esto implica la colaboración entre universidades de distintas regiones, lo que permite a los estudiantes explorar perspectivas globales en la gestión y promoción del turismo. Los cursos COIL en turismo suelen abordar temas como la sostenibilidad, la interculturalidad y las tendencias globales en la industria turística. Los estudiantes participan en proyectos conjuntos y colaboran en línea, lo que fomenta un entendimiento más amplio de las dinámicas turísticas a nivel internacional.

La metodología COIL, fue desarrollada por Jon Rubín a principios del siglo XXI, en la Universidad Estatal de Nueva York. Su objetivo primordial es que los profesores de las universidades enriquezcan sus cursos a través de trabajos interdisciplinarios y de espacios de colaboración, los cuales contemplan el aprendizaje cultural y la experiencia internacional, dando acceso a estos programas por medio de la educación inclusiva y global (Ramírez y Bustos, 2022).

La Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) fomenta la movilidad virtual a través de una propuesta educativa denominada Global Education, la cual ofrece a alumnos y docentes la posibilidad de desarrollar competencias sociales, interculturales y disciplinares, a través de metodologías de aprendizaje colaborativo internacional, apoyadas en las tecnologías de la información; de esta manera se propicia la interacción entre la comunidad universitaria y sus pares académicos de otras instituciones de educación superior a nivel internacional, facilitando la cooperación y los intercambios académicos y culturales de manera inclusiva. Igualmente, de esta forma, se da respuesta a la internacionalización de la educación superior que involucra una serie de actividades para otorgar a docentes y estudiantes una perspectiva global, además, a través de espacios virtuales de colaboración la institución brinda la posibilidad a todos los estudiantes de participar en experiencias que enriquecen los contenidos en una dimensión internacional e intercultural (Leask, 2015). Al respecto, la UNESCO (2015), menciona que el desarrollo de estrategias que buscan la internacionalización, brinda a las personas competencias para la ciudadanía global.

De manera concreta, el programa COIL es una metodología para la enseñanza y el aprendizaje que fomenta la colaboración entre varias instituciones, bajo la modalidad online. A través de la interacción de alumnos de dos o más IES, pertenecientes a diferentes países, lo cual permite que aprendan, dialoguen y colaboren a través de una experiencia internacional e intercultural, haciendo uso de las posibilidades que ofrecen las tecnologías, con interacción de manera sincrónica o asincrónica, propiciando una experiencia internacional a todos los estudiantes sin necesidad de viajar, como opción inclusiva para estudiantes que por razones económicas, físicas, entre otras, no pueden desplazarse al extranjero (UAEH, 2023).

En cuanto a proyectos COIL, durante el año 2023, en la Universidad Autónoma del estado de Hidalgo, México se realizaron 37 colaboraciones con 39 profesores extranjeros y 37 docentes de la institución, beneficiándose un total de 706 estudiantes donde 302 son extranjeros y 404 alumnos de la UAEH.

Algunos de los beneficios de los programas COIL en la UAEH:

- Actualización de temas, problemáticas, competencias de los cursos para responder de manera pertinente a las dinámicas internacionales.
- Internacionalización del currículum.
- Colaboración y redes internacionales que fortalezcan el desarrollo académico.
- Promover la cultura de la movilidad.
- Promoción de la interculturalidad ubicando al estudiante frente a problemas reales en el contexto internacional.

De acuerdo con la revisión teórica sobre la metodología COIL, que permitió cumplirla etapa exploratoria del presente estudio, se identificaron investigaciones que muestran

experiencias en la implementación COIL en universidades; en dichas investigaciones se identifican diversas variables como el estudio de los saberes digitales y las competencias interculturales de los docentes (López, 2021). Otras publicaciones son de Troncoso y King (2021) quienes plasman su experiencia en la implementación de la metodología COIL en la Universidad de Arizona y el Instituto de Estudios Superiores del Bajío; finalmente Meza (2018) también muestra la experiencia de los docentes de la Universidad La Salle.

**2.1.2 Programa clases espejo**

Las clases espejo son una modalidad de educación colaborativa en la que dos o más universidades acuerdan ofrecer un curso idéntico de forma simultánea. En el contexto del turismo, las clases espejo permiten a los estudiantes de diferentes lugares geográficos explorar las realidades turísticas locales y compararlas con otras regiones. Esto promueve la comprensión de las diferencias culturales y las distintas estrategias de desarrollo turístico. Además, los estudiantes pueden interactuar con sus pares de otras universidades, enriqueciendo su perspectiva y aprendizaje (Yangali, et al. 2021).

En el año 2023, en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México se realizaron 15 colaboraciones en modalidad Clase Espejo, beneficiando a 105 alumnos de la institución y 126 estudiantes extranjeros integrándose países como Colombia, Ecuador, Bolivia entre otros (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2023).

Ambos enfoques, COIL y clases espejo, contribuyen significativamente a la profesionalización en turismo, al brindar a los estudiantes la oportunidad de aplicar teorías y conceptos en situaciones del mundo real. Además, fomentan habilidades como la comunicación intercultural, la resolución de problemas y la colaboración global, como competencias esenciales en la actividad turística actual.

Por lo anterior, los programas de educación colaborativa universitaria, como la COIL y las clases espejo, son herramientas valiosas en la formación de profesionales del turismo. Estas iniciativas ofrecen a los estudiantes la oportunidad de adquirir una comprensión global de la actividad turística y desarrollar habilidades cruciales para tener éxito en este campo de constante evolución.

**2.2 Fomento de la educación inclusiva a través de espacios colaborativos en la educación superior**

La educación inclusiva es un principio fundamental en la educación superior del siglo XXI. A medida que las sociedades se vuelven más diversas, es imperativo que las instituciones de educación superior abracen la inclusión como un valor central. La inclusión no solo se refiere a la accesibilidad física, sino que implica crear ambientes de aprendizaje en los que todos los estudiantes, independientemente de su origen étnico, género, orientación sexual, discapacidad u otras características, puedan participar plenamente y alcanzar su máximo potencial académico.

Una estrategia efectiva para promover la educación inclusiva en la educación superior es la creación de espacios de colaboración. Estos espacios pueden tomar diversas formas, desde aulas de clases adaptadas hasta entornos virtuales de aprendizaje, en el cual todos comparten un objetivo común: fomentar la colaboración y el intercambio de ideas entre estudiantes diversos. De tal manera que los espacios de colaboración pueden contribuir a la educación inclusiva en la educación superior (Secretaria de la Educación Pública –SEP-, 2015).

Dado que la educación es la base para elevar la calidad de vida y alcanzar el desarrollo sostenible, el acceso a la educación inclusiva y equitativa coadyuva a desarrollar soluciones innovadoras a los problemas globales, la educación inclusiva es de gran importancia en la educación superior (CEPAL, s.f).

**2.2.1 La colaboración como herramienta inclusiva**

La colaboración es una herramienta poderosa para lograr los objetivos de la educación inclusiva. Autores como Johnson y Johnson (2018), han demostrado como el aprendizaje colaborativo puede mejorar el rendimiento académico de todos los estudiantes, al tiempo que fomenta un

ambiente de respeto y aceptación mutua. Cuando los estudiantes de diferentes orígenes trabajan juntos en proyectos, se les brinda la oportunidad de comprender diversas perspectivas y aprender unos de otros.

Numerosos estudios respaldan la efectividad de los espacios de colaboración en la educación inclusiva. Por ejemplo, investigaciones realizadas por Smith et al. (2017) han demostrado que los estudiantes que participan en proyectos de aprendizaje colaborativo enriquecen su comprensión sobre la diversidad cultural y experimentan un aumento en la empatía y la tolerancia. Además, los estudiantes con discapacidades a menudo informan de una mayor satisfacción y éxito académico cuando se les brinda la oportunidad de trabajar en equipos inclusivos.

Por tal motivo, la educación inclusiva en la educación superior es esencial para preparar a los estudiantes para un mundo diverso y globalizado. Los espacios de colaboración, respaldados por la teoría y la evidencia empírica, son una estrategia valiosa para lograr este objetivo. Al fomentar la colaboración entre estudiantes diversos, las instituciones de educación superior pueden cultivar un ambiente en el que todos los estudiantes se sientan valorados, respetados y empoderados en la búsqueda del conocimiento.

Los espacios de colaboración educativa en la educación superior juegan un papel crucial en el logro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), ya que estas metas establecidas por las Naciones Unidas para abordar desafíos como la pobreza, el hambre, la salud, la igualdad de género, el agua limpia, energía sostenible, trabajo decente, justicia social y educación. Esta última promueve espacios de colaboración para fomentar el intercambio de conocimientos, recursos, mejores prácticas entre instituciones educativas; lo que a su vez puede llevar a la mejora de los métodos de enseñanza, la actualización de los programas académicos y la formación de profesionales capacitados (Romero, 2017).

## 3. Metodología

Este trabajo de investigación exploratoria que buscó reflexionar sobre los beneficios de los espacios de colaboración inclusivos a través de programas COIL y clases espejo, fue posible analizando las experiencias de los docentes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo(UAEH). Específicamente, se utilizó un análisis cuantitativo y cualitativo inductivo para interpretar las variables y la teoría fundamental (Strauss y Cobin, 2002), a la luz de una encuesta que recogió las experiencias de los docentes, que imparten asignaturas de turismo en la UAEH y que han participado en los programas de educación colaborativa; todo con miras a determinar los beneficios y la aplicación específicamente de dichos programas en la enseñanza universitaria.

La metodología utilizada para este estudio fue de mínimos cuadrados parciales a través de modelos estadísticos fundamentos en lo teórico, que permitieron la incorporación de variables latentes y no observables. Estos modelos fueron utilizados gracias a sus ventajas basadas en su facilitad de uso con tamaños muestrales reducidos, al minimizar la cantidad de varianza no aplicada y valorar la fiabilidad y validez de los modelos mediante diversos criterios (Hair, 2011).

El instrumento se basó en escalas variadas, adaptado al contexto de los espacios de colaboración (COIL y Clases Espejo), considerando el perfil de los docentes participantes. Se utilizaron los indicadores de la Educación Inclusiva con las dimensiones de impacto geográfico y otras, y los indicadores de los beneficios de los espacios de colaboración con las dimensiones de competencias, habilidades y bondades; además se agregó una dimensión que permite identificar las dificultades en el uso de los espacios de colaboración para proponer estrategias futuras de mejora en la profesionalización turística (Cuadro N° 1).

**Cuadro N° 1. Escalas utilizadas para medir constructos**

| Indicadores Educación Inclusiva | Dimensión |
|---|---|
| Ei 1 | Espacio de colaboración |
| Ei 2 | Impacto geográfico /Nacional e Internacional |
| Ei 3 | Programa educativo |
| Beneficios de los espacios de colaboración | Dimensión |
| Bc 4 | Habilidades desarrolladas |
| Bc 5 | Competencias desarrolladas |
| Bc 6 | Bondades detectadas (alumnos) |
| Bc 7 | Bondades detectadas (docentes) |
| Bc 8 | Dificultades en la participación |

Fuente: Elaboración propia.

Los participantes se seleccionaron a través de un muestreo por conveniencia, determinados por 12 docentes que han participado en el Aula Global Garza, como programa de educación colaborativa el cual intenta propiciar el contacto internacional del alumnado de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. La aplicación fue a través de un cuestionario electrónico, basado en un formulario de Google, difundido a los participantes el cual alcanzó el 80% del total de docentes participantes en los programas señalados.

Esta muestra estuvo conformada por docentes 67% de los cuales son del género femenino, la mayoría se presentan una edad entre 31 y 40 años, y una experiencia en la docencia superior a 10 años (Cuadro N° 2).

**Cuadro N° 2**
**Datos generales de los docentes participantes en los programas COIL y clases espejo**

| Indicador | % |
|---|---|
| **Género** | 66.7% Femenino<br>25%. Masculino<br>8.3% Prefiere no decirlo |
| **Edad** | 31- 40 años. 41.7% (5)<br>41-50 años. 33.3%. (4)<br>Más de 50 años 25%. (3) |
| **Experiencia a la docencia** | Menos de 5 años. 8.3% (1)<br>5-10 años. 16.7%. (2)<br>Más de 10 años. 75% (9) |

Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario ítems 1-3

Para el análisis se utilizó el método de mínimos cuadrados parciales (PLS- SEM) debido a que resulta de utilidad para explorar y predecir, probar y validar modelos exploratorios (Henseler, et al, 2009).

El análisis estadístico inferencial de los datos se llevó a cabo en dos etapas: la primera revisión se someten los atributos del programa en cuestión del modelo de medición (validez de convergencia y discriminatorio); en la segunda etapa se valora el modelo estructural con el software estadístico Stata 14.

Para determinar la validez convergente se determinó: el *Alfa de Cronbach*, la varianza, las cargas factoriales y la fiabilidad compuesta. Para el primer factor se considera el punto de 0.75 para las cargas, por lo que se afirma que al menos el 52% de su varianza es común con los indicadores, por lo tanto es confiable y existe validez de convergencia en el modelo; al

considerar la validez discriminante a partir de Fornel- Larker, debido a que los valores de la raíz cuadrada de la varianza superan los coeficientes de correlación entre ellas, se construye un modelo por cada constructo a fin de establecer los mínimos cuadrados parciales, lo que arroja que el coeficiente Path entre las variables debe tener como mínimo un valor recomendado de educación colaborativa de 0.70 (Fornell y Larcker, 1981).

## 4. Resultados y discusión

Las cargas factoriales de los ítems muestran valores entre 0.701 [Bc 8] y 0.792 [Bc 4], descartándose el ítems de menos del 50% [Ei1], asociada a la dimensión espacio de colaboración (Cuadro N° 1). En los siete ítems el valor t superan el 1.96, mientras que el AVE (valores de raíz cuadrada) es de 0.502.

**Cuadro N° 3. Validez convergente de los ítems**

| Ítem | Valor de carga | Valor t | Alfa de Cronbach | Fiabilidad compuesta | Varianza extraída media AVE |
|---|---|---|---|---|---|
| **Ei 2** | 0.735 | 34.31 | | | |
| **Ei 3** | 0.754 | 33.80 | | | |
| **Bc 4** | 0.792 | 18.69 | | | |
| **Bc 5** | 0.679 | 24.186 | | | |
| **Bc 6** | 0.750 | 23.10 | 0.873 | 0.809 | 0.502 |
| **Bc 7** | 0.711 | 32.85 | | | |
| **Bc 8** | 0.701 | 34.93 | | | |

Fuente: Elaboración propia a partir de Stata 14

Basado en Henserler et al. (2009) la validez discriminante establecida con el heterorasgo-monorasgo (HTMT, por sus siglas en inglés), debe tener valores inferiores de 0.90, para evidenciar una adecuada validez discriminantes. Por otra parte, Kline (2011) recomienda que los valores obtenidos no superen el 0.85 para asegurar la ausencia de problemas en la capacidad de discriminación. De esta manera los resultados indican que existe una validez discriminante que identifica los principales beneficios en el uso de los espacios de colaboración (Cuadro N° 4), como son el desarrollo de habilidades disciplinares, la formación de competencias en el trabajo en equipo (trabajo colaborativo) y la obtención de aprendizaje colaborativo, como parte de las bondades detectadas en los alumnos.

**Cuadro N° 4.**
**Validez discriminante**

| Habilidades disciplinares | Trabajo Colaborativo | Aprendizaje significativo |
|---|---|---|
| 0.073 | 0.304 | 0.475 |

*Fuente: elaboración propia*

De acuerdo al modelo estructural el coeficiente de determinación R2, que mide la cantidad de varianza en la variable endógena o dependiente (Beneficios de los espacios colaborativos) explicada por su variable independiente (educación inclusiva), se siguen los criterios utilizados en las ciencias sociales (Hair, et al 2011) (Cuadro N° 5).

**Cuadro 5**
**Criterios de coeficiente de determinación**

| | | |
|---|---|---|
| Modelo estructural | Coeficiente de determinación (valor R2) | =<.75 y 0>0.51 Relevante<br>=<.50 y=>0.26 Moderado<br>=<0.25 débil |

Fuente: Hair et al (2014)

Según los resultados que arroja esta investigación, y basados en el coeficiente de determinación, reflejada en la cantidad de variación en los beneficios de los espacios colaborativos, explicada por el comportamiento de la educación inclusiva, se puede afirmar que: en cuanto al desarrollo de habilidades disciplinares se considera que existe una explicación débil; mientras que en la formación de la competencia de trabajo en equipo y en la obtención del aprendizaje significativo la explicación es moderada.

Cualitativamente se halló que la mayoría de los encuestados han participado en proyecto COIL; sin embargo, esto no los limita a realizar clases espejo de manera regular. También, a pesar de los indudables beneficios de los espacios de colaboración, existen algunos inconvenientes como problemas de conectividad entre universidades y dificultad para acordar horarios.

Adicionalmente, se halló que en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, a través del programa Aula Global Garza, se pretende incrementar las participaciones de los docentes de todas las áreas académicas que la integran, como parte de las estrategias de internacionalización y movilidad virtual que impacte a mayor número de estudiantes de la institución; al mismo tiempo se pretende tener un mayor contacto cultural y académico con estudiantes de otros países fomentando así la educación inclusiva de docentes y académicos coadyuvando a la calidad educativa.

En México, varios estados y universidades han adoptado esta metodología para enriquecer la experiencia educativa en sus comunidades académicas, especialmente las ubicadas en Ciudad de México, Estado de México, Nuevo León, Jalisco y Baja California.

## 5. Conclusiones

Esta investigación permite reflexionar los beneficios que tiene la metodología COIL y las clases espejo en el aprendizaje de los estudiantes de nivel superior de una manera inclusiva y como estrategia hacia la internacionalización de las instituciones de educación superior, abriendo oportunidades para nuevas líneas de investigación que reformen modelos educativos para incorporar colaboraciones internacionales que permitan la movilidad virtual de docentes y estudiantes.

Aun cuando se evidenció una explicación de moderada a débil de los indicadores de los beneficios de colaboración dada por los indicadores de educación inclusiva, que permitiera mostrar resultados concluyentes y definitivos, se puede afirmar que el aprendizaje significativo es una de las ventajas sustanciales halladas con la aplicación de estas metodologías, además de la modificación de conductas en el aula; por otra parte, se observó que a los docentes les representa una motivación compartir sus experiencias y conocimientos a nivel internacional, además de formar redes académicas y de investigación incrementando así su experiencia profesional y disciplinar.

De tal manera que la educación inclusiva en la educación superior desempeña un papel fundamental en la construcción de sociedades más equitativas y en el desarrollo integral de los individuos. Al promover espacios de colaboración que valoran la diversidad y que buscan eliminar barreras de acceso y participación, se garantiza que todas las personas independientemente de las condiciones sociales, culturales, económicas e individuales, tengan la oportunidad de participar en proyectos internacionales potencializando su máximo nivel académico y personal.

Dentro de los beneficios más significativos se halló también el trabajo colaborativo, el cual implica a su vez el respeto mutuo, la comprensión intercultural y la colaboración, preparando a los estudiantes para contribuir de manera significativa a una sociedad global cada vez más diversa y compleja.

Adicionalmente, se reflexiona que dicho trabajo colaborativo fomenta la inclusión, enriquece el aprendizaje mediante la incorporación de diversas perspectivas, lo que impulsa la innovación y el progreso en todos los ámbitos del conocimiento y la investigación. Aunado a lo anterior, el impacto personal de convivencia y comparación con modelos

educativos entre naciones permite a los estudiantes motivarse y desarrollar habilidades que serán fundamentales en su inserción al campo laboral.

## 6. Referencias

CEPAL (s.f). Garantizar una Educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos. Naciones Unidas. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/

Fornell, C. y Larcker, D. F (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Law and Psychiatry 18 (1), 39-50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Granados, M.A. (2011). La profesionalización y la formación superior en turismo. UNMSM. Vol. 14, Núm. 28. Lima. DOI: https://doi.org/10.15381/gtm.v14i28.8816

Johnson, D. W., and Johnson, R. T. (2018). Cooperative learning: The foundation for active learning. Active learning—Beyond the future, 59-71. DOI: 10.5772/intechopen.81086

Hair, J. F. (2011). PLS-SEM: indeed, a Silver Bullet. Journal of Marketing Theory and Practice, 19(2), 139- 152.

Henseler, J., Ringle., C. M. y Sinkovics R.R (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. En C.M. Henseler, New Challenges to international Marketing (Advances in international Marketing) Pp. 277-319.Bingley: Emerald Group Publishing Limited.

Hernández, M. y Rivas, L. (2017). La internacionalización de la Universidad Veracruzana y el aprendizaje de lenguas extranjeras un binomio necesario. En Corzo, R. y Hernández, M. (Coords.). La dimensión internacional en la educación superior: Experiencia y compromiso de la Universidad Veracruzana, (pp. 27-57), Universidad Veracruzana. https://www.uv.mx/coil-vic/files/2022/06/Retos-y-Perspectivas-de-la-Internacionalizacio%CC%81n-UV-2017-2021.pdf

Kline, R. B. (2011). Principles and practice of structural equation modeling (3rd ed.). The Guilford Press.

Leask, B. (2015). Internationalizing the Curriculum. Routledge, Taylor and Francis group.

López, R. (2021). Intervenciones educativas con metodología COIL en la Universidad Veracruzana: Un acercamiento a los saberes digitales y competencias interculturales de los docentes. En XVI congreso nacional de investigación educativa (pp. 1–11). https://www.uv.mx/coil-vic/files/2022/06/Intervenciones-educativas-con-metodologia-COIL.pdf

Meza, O. (Junio de 2018). Proyecto de docencia colaborativa basada en el modelo COIL. http://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/760

OMT, (2001). Cuenta Satélite de Turismo: México. Organización Mundial del Turismo. https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx

Peñaloza, L. (2001). Formación profesional y campo ocupacional del Licenciado en Turismo de la UAEM. Tesis de grado, Toluca, México.

Ramírez, A y Bustos, M (2022). Beneficios, inconvenientes y retos de los cursos COIL: las experiencias de los académicos. Revista Educación superior y sociedad, Vol 34. No. 2 pp. 328-352 https://doi.org/10.54674/ess.v34i2.579

Romero, G.M. (2017). Calidad Educativa entre la gestión del conocimiento, la gestión educativa, la innovación y los ambientes de aprendizaje. Revista de Estudios y Experiencias en Educación, vol. 17, núm, 35, pp. 91-103, Universidad Católica de la Santísima Concepción. DOI:https://doi.org/10.21703/rexe.20181736romero6

Sandoval, D. (2020). Pandemia, una toma de conciencia para las universidades a nivel mundial. Universidad Veracruzana. Universo, 5 de junio, 2020. Documento en línea, recuperado desde: https://www.uv.mx/prensa/general/pandemia-una-toma-de-conciencia-para-las-universidades-a-nivel-mundial/

Secretaria de la Educación Pública –SEP- (2015). Educación incluyente. Consejo Nacional para el Desarrollo y la Inclusión, México. Documento en línea, recuperado desde: https://www.gob.mx/conadis/es/articulos/educacion-incluyente?idiom=es

Smith, S. L., Kindermans, P. J., Ying, C., & Le, Q. V. (2017). Don't decay the learning rate, increase the batch size. arXiv preprint arXiv:1711.00489. https://doi.org/10.48550/arXiv.1711.00489

Strauss, A., y Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Universidad de Antioquia.

Suny-Coil. (2021, 2 de julio). Connect. Engage. Collaborate. SUNY COIL. https://coil.suny.edu/
Troncoso, P. y King, C. (2021). La internacionalización en las instituciones de educación superior, caso UNITESBA universidad. Management Review, 6(2), 31–42. https://doi.org/10.18583/umr.v6i2.183

Unesco (2015). Educación para la ciudadanía mundial. Temas y objetivos de aprendizaje, UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233876

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (2023). Global education. UAEH, 12 de diciembre, 2023. Documento en línea, recuperado desde: https://uaeh.edu.mx/dri/global-education.html

Yangali Vicente, J., Varón Triana, N. y Calla Vásquez, K. (2021). Clase espejo, una estrategia de inter-nacionalización pedagógica para fortalecer la competencia investigativa en estudiantes de universidades latinoamericanas. *Zona Próxima, 35,* 3-21.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº2 • Julio – Diciembre 2024 • pp. 281 -283
Desafíos de la Gestión Editorial Universitaria
Celis, M. y Rodríguez, A.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.12

visión gerencial

# Desafíos de la gestión editorial universitaria

**María Teresa Celis**[1]
**Universidad de Los Andes – Venezuela**
https://orcid.org/0000-0003-3618-3569
mariateresa.celis@gmail.com

**Armando Rodríguez Rodríguez**[2]
Universidad de Los Andes – Venezuela
https://orcid.org/0009-0008-1544-9288

**Recibido:** 14-02-24
**Revisado:** 30-03-24
**Aceptado:** 20-05-24

## 1. Introducción

Hoy en un momento muy complejo, de vertiginosas transformaciones, cambios de paradigmas y modelos interpretativos de la realidad, donde la tecnología de la información y la comunicación aceleran todos los acontecimientos de la sociedad, dejando espacios muy cortos para la lectura de los libros de impresión tradicional. En este sentido, se afirma que el libro en papel está perdiendo vigencia en la globalización, para dar paso a nuevas formas editoriales.

Otras voces expresan que el trabajo intelectual no ha cesado, y que hoy con la sociedad del conocimiento, este trabajo intelectual ha tenido un crecimiento exponencial nunca visto en la historia de la humanidad, donde la democratización del conocimiento se expresa en la disposición y el acceso a éste.

Una nueva herramienta ha surgido con el apoyo de la revolución de la multimedia y el hipertexto que deriva de las tecnologías de la comunicación y la información. Esa herramienta emergente es el libro digital.

## 2. El libro universitario como libro digital

El libro digital es un libro electrónico que surge como un sistema de información cuyo soporte no es el papel sino un archivo electrónico, su texto se presenta en formato digital, el cual se almacena en un dispositivo (ordenador, teléfono móvil, tablet, etc.) o se visualiza en internet.

[1] Autor de correspondencia. Laboratorio de Polímeros y Coloides, Facultad de Ingeniería. Universidad de Los Andes. Ingeniero Químico Universidad de Los Andes (ULA), Venezuela. Magister en Chemical Engineering, University of South Florida USA. Philosophy Doctor Ph.D. en Chemical Engineering, University of South Florida USA. Postdoctorado en derrame petrolero en el Golfo de México, University of South Florida USA. Directora del laboratorio de Polímeros y Coloides (Polycol), Escuela de Ingeniería Química ULA, Editora en Jefe de la Revista Ciencia e Ingeniería, ULA. Actual Coordinadora del Vicerrectorado Académico de la Universidad de Los Andes, (ULA). Investigadora y experta en el área de polímeros, emulsiones y caracterización de sistemas dispersos usando espectroscopia. Proyectos de investigación con universidades y compañías nacionales e internacionales.

[2] MSc en Matemáticas en el año 2013, por la Universidad de los Andes. Profesor de la Escuela Básica. Facultad de Ingeniería, Universidad de Los Andes. Investigador en teoría de conjunto y en modelos que permiten obtener un mejor entendimiento en problemas de propagación de enfermedades, redes complejas y análisis de series de tiempo.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº2 • Julio – Diciembre 2024 • pp. 281 -283
Desafíos de la Gestión Editorial Universitaria
Celis, M. y Rodríguez, A.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.12



El libro digital colocado en las diversas plataformas de internet deja de ser la expresión de un trabajo intelectual localizado de manera restringida a un territorio o localidad para convertirse en un producto planetario, con acceso a él desde cualquier parte del mundo.

Este escenario ha cambiado el trabajo editorial, por tanto, podemos afirmar que el campo editorial, que históricamente, ha sido un área fascinante, pues se trata de llevar a la práctica el trabajo académico de un autor bajo la forma de un legajo especialmente concebido; como un libro. Hoy con el libro digital estamos avanzando a pasos agigantados en la capacidad de difusión de estos productos intelectuales, pudiendo afirmar que hoy es aún más fascinante.

Entre estos productos académicos tenemos el libro universitario para el pregrado y el postgrado de los universitarios, los cuales son el resultado del trabajo investigativo y docente de nuestros profesores, que se dedican a organizar y sistematizar sus lecciones con mucha responsabilidad y sobre todo, compromiso con sus alumnos en su noble misión de formar las generaciones del futuro.

El libro universitario, es un producto texto académico, el cual es sistemáticamente evaluado bajo la óptica del arbitraje a los fines que responda a los requisitos de la calidad de los contenidos, con pertinencia, actualizado y ajustado a la realidad de las diversas áreas del conocimiento, a los cambios paradigmáticos, a la evolución del pensamiento y la didáctica universitaria. Requisitos exigidos para los procesos de enseñanza-aprendizaje del nivel universitario.

## 3. Reflexiones finales: Desafíos y logros universitarios

En el Vicerrectorado Académico de la Universidad de Los Andes, hemos asumido este desafío editorial y hoy nos sentimos muy complacidos por presentar el resultado del trabajo intelectual de un grupo de autores, que decidieron confiar el producto de su esfuerzo intelectual a nuestro Sello Editorial Publicaciones del Vicerrectorado Académico.

El Sello Editorial Publicaciones del Vicerrectorado Académico tiene el reto de publicar bajo los criterios de excelencia que caracterizan nuestra producción editorial, compartiendo esfuerzos con excelentes docentes e investigadores ulandinos y destacadas personalidades de la sociedad merideña y de la academia que han confiado en nosotros.

Una de las fortalezas del Sello Editorial, consiste en el uso del formato digital y electrónico. El libro digital, es procesado a través de diversos formatos de compatibilidad y vaciado en un CD-ROM. Por otra parte, el libro electrónico se caracteriza por poseer una naturaleza mucho más virtual y se encuentra directamente vaciado o colgado en la biblioteca digital del Vicerrectorado Académico, se coloca en la autopista de la información como un producto a la disposición y acceso de la audiencia planetaria.

Estas modalidades fueron iniciadas en la Universidad de Los Andes por nuestro Sello Editorial, como resultado de un análisis bipartito; por una parte, las dificultades presupuestarias y los altos costos de impresión y, por la otra, era necesario que la ULA entrara en el mundo editorial de los libros digitales, que multiplica exponencialmente el impacto que tiene una edición clásica en papel.

Para el Vicerrectorado Académico, es un motivo de orgullo que en el transcurso de ese año hayan bautizado una considerable cantidad de libros, en sus diferentes colecciones, lo cual nos confirma

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 • Nº2 • Julio – Diciembre 2024 • pp. 281 -283
Desafíos de la Gestión Editorial Universitaria
Celis, M. y Rodríguez, A.
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2024.02.23.12

que, a pesar de tantas dificultades, seguimos apostando por nuestra academia, lo cual coadyuva a la proyección de nuestra ULA en sitiales nacionales e internacionales de alto impacto.

Es propicia la ocasión para hacer llegar nuestro reconocimiento y agradecimiento, a todos los autores que han publicado en el Sello Editorial Publicaciones del Vicerrectorado Académico, y especialmente a los autores que hoy presentan sus libros.

Así mismo, reconocer el apoyo incondicional de la Dra. Patricia Rosenzweig Levy, Vicerrectora Académica a este proyecto. Al personal del Sello Editorial, muy especial, a la Coordinadora Doctora Marysela Morillo, al Consejo Técnico, a los asesores, a los árbitros, a los diseñadores y diagramadores, que hacen factible la producción editorial, superando todos los obstáculos que en la actualidad se presentan en este campo. Todo este equipo, de la mano con el Vicerrectorado Académico y de su Coordinación.

Para finalizar deseo compartir con ustedes un pensamiento del escritor argentino Jorge Luis Borges, sobre la definición del libro:

> *"De los diversos instrumentos inventados por el hombre, el más asombroso es el libro; todos los demás son extensiones de su cuerpo… Sólo el libro es una extensión de la imaginación y la memoria"*.

Con estas palabras también quiero agradecer a Dios por esta oportunidad de ser parte del apoyo para que los intelectuales y universitarios presentes puedan mostrar al mundo su extensión de la imaginación y la memoria.

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •N° 02 Julio- Diciembre 2024 • pp. 284- 292
Normativa de la Revista Visión Gerencial
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

# Normativa de la Revista Visión Gerencial

## Normas para los autores

El Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes, a través de su Sección de Extensión, presenta su revista científica, arbitrada e indizada, **VISIÓN GERENCIAL**, medio de difusión a través del cual se publican resultados de investigaciones realizadas en el Centro y otras instituciones vinculadas al ámbito universitario, como contribución intelectual original que promueve la reflexión y exaltación de los valores de la gerencia. Para asegurar la rigurosidad metodológica de las publicaciones se dicta la siguiente normativa:

**Normas generales**

**1.** Se recibirán durante todo el año trabajos inéditos y originales (con el compromiso del autor de no proponerlos simultáneamente a otras publicaciones) que versen sobre temas relativos a la gerencial, como aportes teóricos y empíricos con enfoques locales y/o internacionales. También se recibirán trabajos de áreas afines a las ciencias administrativas (economía, contaduría, estadística, sociología, psicología, informática, filosofía, legales y jurídicas y políticas, matemáticas, etc.) siempre que éstos contribuyan con el estudio de la gerencia. Específicamente los mismos pueden consistir en:

**1.1. Estudios empíricos y estudios de casos.** Hallazgos originales como por ejemplo, resultados de proyectos de investigaciones concluidas, adelantos o avances significativos de investigaciones en proceso que ameriten ser difundidos. Deberá contener información suficiente a fin que los científicos o especialistas del mismo campo puedan evaluar la información, los procesos intelectuales y, según el caso repetir el fenómeno; por ello su contenido deberá estructurarse en: introducción, metodología, resultados y discusiones, conclusiones y referencias.

**1.2. Ensayo.** Escrito breve argumentativo e informativo, que expone la interpretación personal del autor, producto de su reflexión teórica, persuadiendo con su discurso al lector sobre un punto de vista en la temática. Deberá presentar una descripción y narración de hechos, para finalizar con argumentos o pruebas relevantes a favor de lo defendido. Puede versar sobre problemas coyunturales de abordaje necesario para la comprensión de los mismos o para el esclarecimiento de aspectos relacionados, con óptica analítica, interpretativa o crítica del autor. Su contenido podrá estructurarse en apertura o introducción (tema principal y justificación), desarrollo (características y desenvolvimiento del tema, argumentos), cierre o conclusiones (perspectiva del ensayista y repercusiones), y referencias.

**1.3. Artículo de revisión.** Escrito producto de una cuidadosa revisión documental (al menos 50 referencias) que comenta, describe, resume, sistematiza, analiza y/o critica literatura, publicaciones o acontecimientos recientes; con el fin de informar sobre avances o tendencias de interés científico en el área gerencial y afines. Puede contener una crónica (relato histórico de hechos o abordajes teóricos, en orden cronológico), con espíritu crítico o acompañado de discurso sólido, razonado, detenido y metódico sobre el tema, donde se exponga o rebatan posiciones (disertación). Su contenido podrá estructurarse en: alcance de revisión (geográfico, cronológico, origen y tipo de documentos revisados), opinión del autor, conclusiones y referencias.

**1.4.** El Consejo Editorial también podrá considerar publicar otras comunicaciones cortas como **notas** (reseñas de nuevas técnicas, materiales, propuestas pedagógicas, eventos, experiencias didácticas, y demás tópicos de interés en la investigación gerencial), **entrevistas** (diálogo o conversación dinámica y original, estructurada en preguntas y respuestas, con personalidades de reconocida trayectoria nacional o internacional que pudiera contribuir a la investigación gerencial), y **debates** (escrito iniciado con una exposición objetiva de temática actual y sus implicaciones, seguido de

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •N° 02 Julio- Diciembre 2024 • pp. 284- 292
Normativa de la Revista Visión Gerencial
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

controversias, en la opinión o posición de diversos participantes –gremios, estado, académicos, empresarios, etc.- y la recuperación de las principales posiciones, puntos de encuentro y desacuerdo, soluciones y propuestas, de ser el caso. Puede ser una entrevista dinámica acompañada de reflexiones y discusiones).

**2.** Los trabajos en cualquiera de sus modalidades, al momento de ser recibidos deberán estar asistidos de una declaración firmada por el autor o los autores, manifestando la solicitud de publicación y originalidad (constancia de que el trabajo es inédito y que no se propondrá simultáneamente ante otras publicaciones), su conocimiento y conformidad con las normas de la revista**.** En coautoría, debe manifestarse la ausencia de conflictos de intereses, que ha sido leído y aprobado por todos los autores; además deberá indicarse el autor de correspondencia (para comunicaciones posteriores), señalando teléfonos y correo electrónico (Ver formato en **http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial**).

**3.** Todos los trabajos recibidos a consideración del Comité Editorial de la Revista son remitidos al Comité de Árbitros, según su pertinencia, o devueltos a los autores en caso de no cumplir con las presentes normas editoriales. El Comité de Árbitros, que efectuará la evaluación definitiva a través del sistema doble ciego, designado por el Comité Editorial, está integrado por al menos dos especialistas miembros de la comunidad académica y/o empresarial local o internacional de reconocida trayectoria en el tema del trabajo, provenientes de distintas y prestigiosas instituciones nacionales e internacionales. La evaluación será realizada de acuerdo con los siguientes criterios: originalidad, pertinencia y apropiada extensión del título, adecuada elaboración del resumen, claridad y coherencia del discurso, dominio de conocimiento, organización interna, rigurosidad científica, actualidad y relevancia de las fuentes, contribución a futuras investigaciones, aportes novedosos al conocimiento y cumplimiento de normas editoriales actualizadas. Recibida la respuesta por parte del Comité de Árbitros designado, el Consejo Editorial decidirá la aceptación de los trabajos, informando al autor de correspondencia la decisión.

**4.** Aun cuando los trabajos deberán estar correctamente escritos (se aconseja la revisión de un experto, especialmente de los contenidos en inglés, omitiendo el uso de *software* de traducción), el Comité Editorial se reserva el derecho de realizar ajustes y cambios de forma que considere necesarios a los fines de guardar uniformidad y calidad en la presentación de la revista.

**5.** Los trabajos deberán ser enviados en formato electrónico, preferiblemente a los correos: cide@ula revistavisiongerencial@ gmail.com También podrán ser enviados en un CD, dispositivo electrónico a la revista Visión Gerencial Universidad de Los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE), Núcleo La Liria, Edificio G, Piso 2, Mérida-Venezuela. Teléfonos: +58-0274-2401135, 2401056 (Tele-Fax), +58-0416-3700695.

## Normas de presentación de manuscritos

Los trabajos, en cualquiera de sus modalidades deben cumplir con las siguientes especificaciones:

**1.** Extensión no mayor a 20 páginas y no menor a 15 (tamaño carta), incluyendo título, resumen, cuadros, tablas, ilustraciones, anexos y referencias. Todas las páginas deberán estar numeradas (en arábigo), consecutivamente, escritas por un solo lado a doble espacio en letra Arial 12 en un procesador de palabras Microsoft Word®. Deberán contener como mínimo en el orden presentado, las siguientes secciones según la modalidad del escrito y tema tratado:

**1.1. Título** (en español e inglés). No más de 15 palabras, que describa y explique adecuadamente el contenido o esencia del trabajo, sin acrónimos, símbolos, siglas y abreviaturas no comunes.

**1.2. Tipo de trabajo,** según lo señalado: artículo científico, de revisión, ensayo u otros.

**1.3. Autor(es)**. Nombre(s) y apellido(s) completos, acompañados de datos académicos básicos o síntesis curricular de no más de 50 palabras, para cada autor; al pie de la primera página del escrito (sin usar superíndices numéricos sino asteriscos u otro símbolo no numérico): títulos y grados académicos, adscripción institucional - universidad, instituto o dependencia de investigación o docencia-, cargo(s) actual(es), líneas de investigación y correo electrónico. Para la confidencialidad de la autoría durante el proceso de arbitraje, la identificación del(los) autor(es) no deberá aparecer en otras partes del escrito.

**1.4. Resumen** (en español e inglés). Escrito en un solo párrafo con oraciones completas,

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •N° 02 Julio- Diciembre 2024 • pp. 284- 292
Normativa de la Revista Visión Gerencial
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

redactado en presente y tercera persona, en no más de 150 palabras. Con el fin de asegurar la información suficiente que incremente el interés hacia la lectura del trabajo, el resumen debe contener: propósito u objetivo, metodología, principales resultados y discusión, aportes y conclusiones relevantes, según el caso.

**1.5. Palabras clave** (en español e inglés). Máximo 6 palabras, sin usar frases que describan el contenido del escrito y presentes en el resumen, para su adecuada clasificación e inclusión en los índices (indización).

**1.6. Introducción.** Deberá contener el problema con claridad, su importancia, el propósito y alcances del trabajo, breve revisión de la literatura y antecedentes pertinentes para que el lector comprenda la esencia del tema y evalúe los resultados, sin necesidad de consultar las publicaciones anteriores.

**1.7. Métodos,** especialmente para los artículos científicos. Deberá presentar, diseño y tipo de investigación, técnicas e instrumentos de recolección y, según el caso, sujetos de estudio, características de la población estudiada, muestreo y demás procedimientos que demuestren la rigurosidad del trabajo.

**1.8. Desarrollo, resultados y discusión,** según el caso. Exposición clara y coherente de hallazgos suficientes que apoyen las conclusiones, acompañados de análisis e interpretaciones correspondientes.

**1.9. Conclusiones**, o consideraciones finales, según el caso. Síntesis de argumentos y discusiones, mediante análisis lógico y objetivo de lo comprobado, sin ser una repetición del resultado. Podrían incluir recomendaciones y futuras líneas de investigación, propuestas u oportunidad para abordar otros contextos o áreas de investigación.

**1.10. Referencias**. Se deberán consultar en su mayoría fuentes actuales y relevantes (artículos científicos). Deberán aparecer consistentemente según las pautas señaladas en el apartado 8 y las normas de estilo internacional del Manual de Estilo de Publicaciones de la American Psychological Association (APA). (http://www.apastyle.org/faqs.html)

**2.** Cada parte podrá organizarse en secciones, identificadas con subtítulos en negritas y numerados en arábigos de acuerdo con el sistema decimal, usando un punto para separar los niveles de división (por ejemplo: 1 ... 1.1 ... 1.2 ... 2 ... 2.1 ... 2.2). El número de subdivisiones debe limitarse al tercer nivel. El material complementario se ubicará en anexos, después de las referencias, titulados y numerados en arábigos.

**3.** Las tablas contendrán información numérica en su mayoría y los cuadros información literal en su mayor parte. Los gráficos presentan información a partir de signos o imágenes; de allí que todas las figuras, ilustraciones, diagramas, imágenes, mapas, etc. se denominarán "Gráficos". Los cuadros, tablas y gráficos y anexos aparecerán citados en el texto e incluidos en el mismo; deberán contener título (preciso y breve) y numeración (arábigos) en la parte superior; y sus abreviaturas y símbolos deberán ser explicados al pie de los mismos. Los cuadros, tablas y gráficos se presentaran en formato *Microsoft Word®* o *Excel®,* y las imágenes (mapas o fotos), en formato JPG (resolución mayor o igual a 300 dpi). Las ecuaciones deberán ser insertadas en el texto con un editor de ecuaciones, referenciadas y numeradas como "Gráficos".

**4.** Toda abreviación no común, sigla, acrónimo, símbolo, deberá aparecer deletreada y definida la primera vez que presente en el texto. Las fechas y horas se expresarán numéricamente. Las notas explicativas o comentarios deben reducirse al mínimo, no deben utilizarse para indicar bibliografías, solo deben limitarse a observaciones de contenido imprescindibles, referenciándose numéricamente en arábigos, al pie de la página correspondiente, con una extensión no superior a tres líneas.

**5.** Las aclaratorias sobre la naturaleza u origen del trabajo (proyecto de investigación, trabajo de grado, tesis, financiación, agradecimientos, colaboradores, instituciones de adscripción) deben ubicarse al pie de la primera página bajo el término "**Nota**".

**6.** Las citas textuales con menos de 40 palabras aparecerán dentro del texto, entre comillas; con más de 40 palabras se escriben en renglón aparte con letra tamaño 10, sangría y sin comillas. En cualquier caso, deberán aparecer los datos de la fuente, incluyendo su página, según se señala a continuación [(1)].

**7.** Las citas en el texto deberán hacerse entre paréntesis, de acuerdo al sistema autor-fecha (sistema APA), indicando el apellido(s) del autor(es), el año de publicación y la página, de ser textual (Kaku, 2009, p. 90). Si son más de dos y hasta cinco autores, en la primera cita se deberán indicar los apellidos de todos,

posteriormente se menciona solo el primero seguido de "et ál" y punto (et ál.). De ser seis o más autores al momento de citar el documento deberá aparecer sólo el apellido del primero seguido de "et ál.", Ej.: (Pendergrast et ál., 1986, p. 26). Si dos autores tienen el mismo apellido, deben emplearse sus respectivas iniciales para diferenciarlos, Ej.: (Wonnacott, P. y Wonnacott, R., 1984). Cuando se haga referencia a publicaciones oficiales, debe suministrarse el mínimo de elementos tomados del título, ejemplo: (Gaceta Oficial: 1974, Nº 30.402). En caso de citar varias obras que sirvan de argumento a una afirmación, debe separarse cada autor con punto y coma, y presentarlos en orden alfabético, Ej.: (Merton, 1980; Simmet, 1934). Cuando se citan varias páginas, el guion (-) significa numeración continua, mientras que la coma (,) páginas aisladas o discontinuas. Ejemplo: (Merton, 1980, pp. 2-38) (Merton, 1980, pp. 2,51,13). Cuando se accede a información de algún autor o entidad a través de otro autor, deberá colocarse: Penrose (citado por Hawking, 2010) piensa que (…).[1]

**8.** La lista de referencias al final el trabajo, será ordenada alfabéticamente, de acuerdo con los apellidos de los autores. Si existieran varias obras de un mismo autor, se presentarán por orden cronológico ascendente de los años de publicación (en caso de coincidencia en el año de la publicación se diferenciarán escribiendo una letra minúscula (a,b,c,…) después del año. Deberán respetarse las siguientes indicaciones en cuanto orden, cursivas, espaciado, sangría francesa y signos de puntuación [1]:

**8.1. Artículos de revistas:** Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Fecha). Título del artículo. *Nombre de la revista*, *volumen*(número), pp-pp.

Setó, D. (2005). La relación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y la fidelidad de servicio. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, *14*(1), 141-156.

**8.2. Libros:** Apellido, A. A. (Año). *Título*. (Edición), Ciudad: Editorial.

Evans, J. y Lindsay, W. (2008). *Administración y control de calidad.* (7ª ed.). México: Editorial.

**8.3. Capítulos en libros:** Apellido, A. A. (Año). Título del capítulo o la entrada. En A. A. Apellido. (Ed.). *Título del libro* (pp. xx-xx). Ciudad: Editorial.

Cengage. Molina, V. (2008). "… es que los estudiantes no leen ni escriben": El reto de la lectura y la escritura en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. En H. Mondragón (Ed.), *Leer, comprender, debatir, escribir. Escritura de artículos científicos* (pp. 53-62). Cali: Sello Editorial Javeriano.

**8.4.** Se admitirán sólo citas de **fuentes electrónicas** emitidas o respaldadas de instituciones académicas o científicas: Autor, A. A. (Año). *Título del trabajo.* Recuperado el mes día, año, de http://ww.xxxx.com

De Jesús Domínguez, J. (1887). *La autonomía administrativa en Puerto Rico*. Recuperado mayo, 25, 2012, de http://memory.loc.gov/cgibin/query

**8.5. Tesis y trabajos de grado:** Autor, A. y Autor, A. (Año). *Título de la tesis* (Tesis de pregrado, maestría o doctoral). Nombre de la institución, Lugar.

Aponte, L. y Cardona, C. (2009). *Educación ambiental y evaluación de la densidad poblacional.* Tesis doctoral. Universidad de Caldas, Manizales, Colombia.

[1] Tomado de la sexta edición del Publication Manual of the American Psychological Association (APA), y de la Pontificia Universidad Javeriana, Cali, Centro de Escritura Javeriano http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos/Normasapa.pdf

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •N° 02 Julio- Diciembre 2024 • pp. 284- 292
Normativa de la Revista Visión Gerencial
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

# *Author guidelines*

*The Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE) of the Faculty of Economic and Social Sciences of the Universidad de los Andes, presents, through its investigation wing, the peer reviewed and indexed scientific journal, VISIÓN GERENCIAL, in which results of research conducted in CIDE and other institution related to the academic field are published, as original intellectual contributions to promote the reflection and exaltation of the management values. This guideline aims to ensure the methodological rigor of each publication.*

***General policies***

*1. Original and unpublished papers are received throughout the year (with author's commitment of not presenting them to other journals). The journal covers subjects related to management such as theoretical and empirical contributions following local or international approaches. Other related areas (economy, accountancy, statistics, sociology, psychology, computers, philosophy, law, politics, mathematics, etc.) will be also considered, provided that these may contribute with the managerial studies. Papers could be:*

***1.1 Empirical studies and case studies**: original, research articles presenting results of concluded research projects, advances in research (still in progress) that may be newsworthy. It should contain enough information in order for other researchers or specialist of the same field to evaluate the information, the intellectual process and in some situations, replicate the phenomenon. It should be structured by: introduction, methodology, results and discussions, conclusions and references.*

***1.2 Essay**: short composition on a particular theme or subject, generally analytic, speculative, or interpretative, giving the author's own argument based on theoretical reflection. It should present a description and narration of facts, to end with arguments supporting the author's opinion. It may be concerned on economic problems, in order to achieve a better understanding of these problems or related topics. It could be structure by introduction (main topics and justification), body (characteristics and development of the topic), conclusion (author's perspectives and repercussions) and references.*

***1.3 Review article**: systematic reviews and literature reviews (at least 50 references) that summaries, describe, analyze them in order to inform about advances, and scientific trends in management and related areas. It could include a historical review (presenting theoretical approaches in chronological order), through a critical approach, and a methodic and well structure discourse where different positions related to the topic are exposed or refuted. It could be structure by: the scope of the review (geographical, chronological, origin and type of the literature considered) author's opinion, conclusions and references.*

***1.4** The editorial board could also considered to publish other papers such as notes ( review of new technics, materials, teaching approaches, events, didactic experiences and other topics related to management research), interviews ( dialogues or dynamic and original conversations, with important national or international personalities that may contribute to management research), debates (started with an objective statement of current issues and its implications, controversies in the opinion or position of various participants – organizations, state, academics, businessmen, etc. and the presentations of the main positions, agreements and disagreement, solutions and proposals, if any. It may be a dynamic interview with reflection and discussion).*

***2.** Papers in all their forms, when being received, shall be supported by a statement signed by the author or authors applying for publication and originality (proving that the paper is unpublished and it has not simultaneously been proposed to other publications), knowledge and compliance with the standards of the journal. When coauthored, it should be demonstrated the absence of conflicts of interest, and that the paper has been read and approved by all authors; also the corresponding author should be stablished (for further communication), writing phone numbers and email (See format http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial).*

***3.** All submitted papers to the Editorial Board of the Journal are referred to the Reviewer Committee, according to its relevance, or returned to the authors for not complying with these editorial standards. The Reviewer Committee, which has the final evaluation through the double blind evaluation system, designated by the Editorial Board, is composed of at least two specialists' members of the academic community and / or local or*

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •N° 02 Julio- Diciembre 2024 • pp. 284- 292
Normativa de la Revista Visión Gerencial
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

*international business community renowned in the topic of the paper, from various prestigious national and international institutions. The evaluation will be conducted according to the following criteria: originality, relevance and proper length of the title, adequate preparation of the abstract, precision and coherence of discourse, knowledge of the topic, internal organization, scientific accuracy, timeliness and relevance of references, contribution to future research, innovative contributions and compliance of the updated editorial standards. Once the response from the Reviewer Committee is received, the Editorial Board will decide to publish the paper or not, informing the decision to the corresponding author.*

***4.*** *Although all papers must be properly written (it is important the revision of an expert, especially of the English content, avoiding the use of translation software), the Editorial Board reserves the right to make adjustments and changes if necessary, in order to keep consistency and quality of the journal.*

***5.*** *Papers should be submitted in electronic format, preferably to cide@ula revistavisiongerencial@gmail.com. They could also be sent on a CD, electronic device to revista Visión Gerencial Universidad de Los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE), Núcleo La Liria, Edificio G, Piso 2, Mérida-Venezuela. Phone + 58-0274-2401135, 2401056 (Tele-Fax).*

***Submission of manuscripts***

*Papers, in all their forms must meet the following standards:*

***1.*** *The texts must be no longer than twenty (20) pages long and no less than fifteen (15) (letter size) including title, abstracts, tables, figures, appendices and references. All pages should be numbered (in Arabic), written on one side only, double-spaced in Arial 12 in a word processor Microsoft Word®. They must contain at least, in the order presented, the following sections according to type of writing and topic treated:*

***1.1. Title*** *(in Spanish and English). No more than 15 words that describe and explain adequately the content or nature of the paper, without any uncommon acronyms, symbols, and abbreviations.*

***1.2. Type of work****, as appointed: scientific article, review, essay or other.*

***1.3. Author (s).*** *Name (s) and last name (s), accompanied by academic curriculum data or summary of no more than 50 words, for each author; in footnote at the first page of the paper (without using numerical superscripts but asterisks or other non-numeric symbol): academic titles and degrees, institutional affiliation -University, institute of research or teaching- current position(s), research lines and email. For confidentiality of authorship during the arbitration process, the identification of (the) author (s) should not appear in other parts of the paper.*

***1.4.*** *Abstract (in Spanish and English). Written in a single paragraph in complete sentences, in third person present and in no more than 150 words. In order to ensure enough information to increase the interest in reading the work, the abstract should contain: purpose or objective, methodology, main results and discussion, contributions and relevant findings.*

***1.5. Keywords*** *(in Spanish and English). Maximum 6 words without using phrases that describe the content of the paper but words included in the abstract, for proper classification and inclusion in the indexes (indexing).*

***1.6. Introduction****. It should contain the problem, its importance, purpose and scope of the work, a brief review of literature and relevant background for the reader to understand the essence of the issue and evaluate the results without checking older publications.*

***1.7. Methods, for scientific articles****. The design and type of research, techniques and data collection instrument and, if necessary, subject of study, characteristics of population, sampling and other procedures that demonstrate the rigor of the research.*

***1.8. Body, results and discussion****. Clear and coherent presentation of sufficient findings supporting the conclusions, accompanied by analyzes and interpretations.*

***1.9. Conclusions or final considerations****. Synthesis of arguments and discussions, using logical and objective analysis of what proved, without repeating the result. It could include recommendations and future research proposals or opportunity to address other contexts or research areas.*

***1.10. References****. The most current and relevant sources (scientific articles) should be consulted. They must consistently appear according to the guidelines set out in paragraph 8 and the rules of international style Publications Style Manual of the*

ISSN 1317-8822 / ISSN Electrónico 2477-9547 • Año 23 •N° 02 Julio- Diciembre 2024 • pp. 284- 292
Normativa de la Revista Visión Gerencial
https://doi.org/10.53766/VIGEREN/

*American Psychological Association (APA). (Http://www.apastyle.org/faqs.html)*

***2.*** *Each part may be organized in sections identified with subtitles in bold and numbered in Arabic according to the decimal system, using a period to separate split levels (eg 1 ... 1.1 ... 1.2 ... 2 ... 2.1 ... 2.2). The number of subdivisions should be limited to the third level. The supplementary material will be placed in Appendices, after the references, titled and numbered in Arabic.*

***3.*** *The tables should contain mostly numerical information. The graphs present information from signs or images; hence all figures, illustrations, diagrams, images, maps, etc. will be called "Graphics". Tables, charts and graphs and appendices appear quoted in the text and included in it; They must contain title (precise and brief) and numbered (Arabic) on top; and their abbreviations and symbols should be explained at footnotes. Tables, charts and graphs should be presented in Microsoft Word® or Excel® format, and images (maps and photos) in .JPG (greater than or equal to 300 dpi resolution). Equations should be inserted in the text with an equation editor, referenced and numbered as "Graphics".*

***4.*** *Any no common abbreviation, acronym, symbol, must appear spelled and defined the first time it is presented in the text. Dates and time will be expressed numerically. The explanatory notes or comments should be avoided and should not be used to indicate bibliographies, just be limited to observations of essential content, in Arabic, at the footnotes of the relevant page, with a length not exceeding three lines.*

***5.*** *Clarification of the nature or origin of the paper (research project work, thesis, financing, acknowledgments, collaborators, institutions of affiliation) should be located as footnotes in the first page under the heading "Note".*

***6.*** *The quotes in less than 40 words appear in the text in quotation marks; more than 40 words are written on separate line with font size 10 without quotation marks. In any case, the data source must appear including the page, as noted below (1).*

***7.*** *The citation in the text should be in brackets, according to the author-date system (APA), indicating the name (s) of author (s), year of publication and page, if textual (Kaku system 2009, p. 90). If more than two and up to five authors, on the first quote all names should be indicated and subsequently mention only the first followed by "et al" and point (et al.). If six or more authors, in the text should appear only the last name of the first author followed by "et al." Ex .: (Pendergrast et al., 1986, p. 26). If two authors have the same last name, initials must be used to differentiate, Ex .: (Wonnacott, P. and Wonnacott, R., 1984). Where reference is made to official publications, you must provide a minimum of elements from the title, eg (Gaceta oficial: 1974, N° 30402). When citing several works that serve as an argument to a statement, each author must be separated by a semicolon, and present them in alphabetical order, Ex .: (Merton, 1980; Simmet, 1934). When multiple pages are quoted, the dash (-) means continuous numbering, while the comma (,) means isolated pages or discontinuous. Example: (Merton, 1980, pp 2-38.) (Merton, 1980, pp 2,51,13.). When using information from some author or entity cited by another author, it should be placed: Penrose (cited by Hawking, 2010) think (...) ().*

***8.*** *The list of references at the end of the work will be arranged alphabetically according to the last names of the authors. If there are several works by the same author, they will be presented in ascending chronological order of publication years (in case of coincidence in the year of the publication will differentiate writing a lowercase letter (a, b, c, ...) after the year. The following information must be respected as order, italics, spacing, hanging indent and punctuation:*

***8.1. Journal articles****: Last Name, A. A, Last Name, B. B. and Last Name, C. C. (Date). Title of article. Journal name, volume (number), pp-pp.*

*Setó, D. (2005). La relación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y la fidelidad de servicio. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 14(1), 141-156.*

***8.2. Books****: Last Name, A. A. (Year). Title. (Edition) City: Publisher.*

*Evans, J. y Lindsay, W. (2008). Administración y control de calidad. (7ª ed.). México: Editorial.*

***8.3. Book Chapters****: Surname, A. A. (Year). Title of chapter or entry. In A. A. Name. (Ed.). Title of the book (pp. Xx-xx). City: Publisher.*

*Cengage. Molina, V. (2008). "… es que los estudiantes no leen ni escriben": El reto de la lectura y la escritura en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. En H. Mondragón (Ed.), Leer, comprender, debatir, escribir. Escritura de artículos científicos (pp. 53-62). Cali: Sello Editorial Javeriano.*

***8.4.*** *Only quotation from electronic sources certified by academic and scientific institutions will be accepted. Author, A. A. (Year) Title. Retrieved month day, year, from http://ww.xxxx.com*

*De Jesús Domínguez, J. (1887). La autonomía administrativa en Puerto Rico. Recuperado mayo, 25, 2012, de http://memory.loc.gov/cgibin/query*

***8.5. Thesis**: Author, A., Author, A. (Year). Thesis title (undergraduate, master's or PHD). Institution Name, Location.*

*Aponte, L. y Cardona, C. (2009). Educación ambiental y evaluación de la densidad poblacional. Tesis doctoral. Universidad de Caldas, Manizales, Colombia.*

## Proceso de Arbitraje – Instrucciones-

El Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes, a través de su Sección de Investigación, presenta su revista científica, arbitrada e indizada, VISIÓN GERENCIAL, medio de difusión a través del cual se publican resultados de investigaciones realizadas en el Centro y otras instituciones vinculadas al ámbito universitario, como contribuciones intelectuales originales que promueven la reflexión y exaltación de los valores de la gerencia.

Por lo anterior, todos los trabajos son sometidos a un riguroso proceso de revisión o evaluación anónima de pares, conformados como cuerpo de árbitros o comité de arbitraje.

**1.** El Comité de Árbitros, designado por el Comité Editorial, es el cuerpo que efectúa la evaluación definitiva de los trabajos recibidos por la Revista Visión Gerencial; estará integrado por al menos dos especialistas miembros de la comunidad académica y/o empresarial local o internacional, de reconocida trayectoria en el tema del trabajo, provenientes de distintas y prestigiosas instituciones nacionales e internacionales. A partir de la respuesta recibida por parte del Comité de Árbitros designado, el Consejo Editorial decidirá la aceptación de los trabajos, por lo que aquellos que sean admitidos para su publicación dependerán de las evaluaciones realizadas por el Comité de Árbitros.

**2.** Durante el proceso de revisión o evaluación, se mantiene en absoluto anonimato la identificación de autores y árbitros. Por tal motivo el Comité Editorial de la revista Visión Gerencial se compromete a mantener en absoluta reserva los juicios u opiniones realizadas por los árbitros; igualmente, estos últimos deberán evitar identificar el resultado de sus evaluaciones y demás formatos utilizados para efectuar tal actividad.

**3.** La evaluación será realizada en total imparcialidad, siendo prioridad lo relativo a la **pertinencia del tema** ajustado a las ciencias administrativas y áreas afines (economía, contaduría, estadística, sociología, psicología, informática, filosofía, legales y jurídicas y políticas, matemáticas, etc.) que aporten al estudio de la gerencia. Igualmente es prioritario en la evaluación corroborar la ubicación del escrito dentro de alguna **modalidad de trabajo** a publicar por la revista (artículos científicos, ensayos, artículos de revisión, notas, debates o entrevistas) (Normas generales para colaboradores).

**4.** También la evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios: **originalidad y extensión** del trabajo, en todas sus partes o dimensiones (título, resumen, revisión de literatura, conclusiones, etc.); adecuada elaboración del resumen, claridad y **coherencia del discurso**, **dominio del conocimiento** evidenciado, adecuada **organización interna**, **rigurosidad científica**, **actualidad y relevancia de las fuentes o referencias** (consulta de fuentes científicas), **contribución a futuras investigaciones** en el área, **aportes novedosos** al conocimiento del objeto y **cumplimiento de normas editoriales** actualizadas. Igualmente los árbitros podrán basar su evaluación en criterios técnicos en cuanto a redacción y ortografía del escrito, en sus contenidos en español e inglés.

**5.** Los árbitros deberán efectuar evaluaciones con espíritu constructivo, con argumentos sólidos, aun cuando los trabajos se consideren rechazados; por ello, en la medida de lo posible, toda detracción, crítica, objeción o acotación deberá ser comentada y/o explicada, con el fin de ser enviada al (los) autore(s).

**6.** Al finalizar la evaluación, el árbitro deberá emitir o redactar en síntesis, en el formato facilitado por el Comité Editorial o en hojas anexas, sus apreciaciones generales sobre el

trabajo donde se presenten las correcciones específicas y las observaciones. Toda evaluación del árbitro debe conducir a una decisión final, en sus distintas modalidades: aprobado, aprobado con observaciones menores o leves, aprobado con observaciones sustanciales o rechazado.

**7.** Para la Revista Visión Gerencial es compromiso fundamental generar respuestas rápidas a las solicitudes que recibe, sin menoscabo del riguroso proceso de evaluación; en tal sentido, los árbitros tendrán un plazo no mayor a quince (15) días hábiles, para efectuar la evaluación y entrega de sus resultados, contados a partir del momento de formalizar la invitación formulada por el comité de arbitraje.

**8.** Los árbitros podrán enviar, preferiblemente en formato electrónico, los resultados de sus evaluaciones al editor, a través del correo: revistavisiongerencial@gmail.com, También podrán ser enviados en un CD, dispositivo electrónico o papel a la revista Visión Gerencial, Universidad de Los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE), Núcleo La Liria, Edificio G, Piso 2, Mérida-Venezuela. Código postal: 3101.Teléfonos +58-0274-2401135, 2401056 (Tele-Fax).