



**Facultad de
Ciencias Sociales y Humanísticas**

PROYECTO DE TITULACIÓN

**“LA ORIENTACIÓN AL MERCADO Y LA GESTIÓN DE CALIDAD
EN EL DESARROLLO SUSTENTABLE EN LOS
EMPRESARIOS SOLIDARIOS DE SERVICIO
ALIMENTICIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Previa la obtención del Título de:

MAGISTER EN ECONOMIA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

DIANA JUMBO

RONALD CEVALLOS

Guayaquil – Ecuador

2022

AGRADECIMIENTO

A Dios por todas las bendiciones que nos han brindado y por permitirnos concluir esta meta más.

A nuestras familias por apoyarnos en todo incluso sacrificando tiempo que eran de ellos

A nuestra tutora Master. María Claudia Márquez por su dedicación, apoyo y sugerencias que nos otorgó durante toda la dirección de este trabajo de titulación.



Econ. Diana Carolina Jumbo Alvarado

Mi proyecto de tesis va dedicado en primer lugar a Dios por haberme otorgarme la sabiduría y paciencia que necesitaba para culminar con éxito cada una de mis metas propuestas.

A mis padres don Hugo Cevallos y Narcisa Delgado por ser mi pilar fundamental y darme ese apoyo incondicional, pese a todas las adversidades e inconvenientes que se presentaron en el camino.

A mis adorados hijos Ronald Y Ashley por ser mi motor y mis ganas de salir siempre adelante en todos y cada uno de mis objetivos.

Y como no puede faltar agradezco a mi tutora de tesis la Msg. Claudia Márquez quien con su experiencia, conocimientos y dedicación me oriento a la investigación del presente trabajo de titulación y a todos los demás docentes



Ing. Com. Hugo Ronald Cevallos Delgado

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres Clara y José por siempre estar a mi lado apoyándome en todo, a mi hija Amelia por ser mi motor que me impulsa a seguir preparándome y a mi esposo por acompañarme en esta etapa con su amor y paciencia.



Econ. Diana Carolina Jumbo Alvarado

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; Todos y cada uno de los logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este. Me formaron con reglas y sobre todo con muchos valores, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis metas.



Ing. Com. Hugo Ronald Cevallos Delgado

COMITÉ DE EVALUACIÓN

Prof. Claudia Márquez

Tutor del Proyecto



Prof. Ronald Campoverde Aguirre

Evaluador 1

Prof. Viviana Borja Ligua

Evaluador 2

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, corresponde exclusivamente al autor, y al patrimonio intelectual de la misma
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”



Econ. Diana Carolina Jumbo Alvarado



Ing. Com. Hugo Ronald Cevallos Delgado

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	II
DEDICATORIA	III
COMITÉ DE EVALUACIÓN.....	IV
DECLARACIÓN EXPRESA	V
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Definición del problema	2
1.3. Objetivos	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos.....	4
1.4. Justificación.....	5
1.5. Alcance del estudio.....	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Marco referencial.....	8
2.2. Marco teórico	10
2.2.1. Orientación del mercado.....	10
2.2.2. Gestión de calidad.....	14
2.2.3. Desarrollo sustentable	18
2.2.4. Emprendimientos solidarios	22
2.3. Marco conceptual.....	26
2.4. Marco Legal.....	27
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	31
3.1. Metodología	31
3.2. Tipo de investigación	31
3.3. Enfoque de la investigación.....	32
3.4. Diseño de la investigación.....	33
3.5. Población.....	33
3.6. Muestra	33
3.7. Técnicas y herramientas de investigación.....	34

3.8. Análisis de datos.....	35
3.8.1. Análisis de encuesta	35
3.8.2. Análisis general de entrevista	46
3.8.3. Análisis de las correlaciones	48
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	53
BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXOS.....	59

RESUMEN

El propósito central del vigente proyecto fue establecer la relación vigente entre la orientación al mercado, la gestión de calidad y el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios de servicio alimenticio en la ciudad portuaria de Guayaquil en el año 2019, enfocándose en la Asociación Agrícola Ganadera Chongón al estar sustentada y registrada bajo la normativa de la Economía Popular y Solidaria (EPS) misma que presentaba problemas de desajuste socioeconómico y político. Para ello se emplea una revisión teórica de la orientación del mercado, la importancia de la gestión de calidad, historia y relevancia de los emprendimientos solidarios, etc. posteriormente se emplea una metodología con enfoque cuantitativo debido a que se emplea el cálculo de coeficiente de correlación para conocer la dependencia entre las variables y dando como resultado un margen de correlación significativa entre la variable Orientación al Mercado con $p\text{-valor} = 0,002 < 5\%$ y la gestión de calidad con $p\text{-valor} = 0,001 < 5\%$ respecto la variable Desarrollo Sustentable, además de un $r = 0,699$ y $r = 0,730$ respectivamente. Por último, se presenta un marco de evaluación general de los escenarios correlacionales donde se determina las incidencias de los elementos de la economía solidaria sobre la asociación, además de prospectar el alcance de un efectivo desarrollo sustentable y mejora de los sistemas productivos.

Palabras clave: Economía social, gestión de calidad, orientación de mercado, desarrollo sustentable, coeficiente de correlación.

Clasificación JEL: D1, D4, E6

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1. Enfoque de la orientación del mercado.....	13
Figura 2.2. Objetivos del desarrollo sostenible	20
Figura 3.3. Género de los encuestados	36
Figura 3.4. Edad de los encuestados.....	36
Figura 3.5. Nivel de instrucción de los encuestados	37
Figura 3.6. Actividad principal de los encuestados.....	38
Figura 3.7. Origen del terreno destinado a la actividad productiva de los encuestados	38
Figura 3.8. Personas beneficiadas por la actividad principal de los encuestados.....	39
Figura 3.9. Hectáreas producidas por actividad principal de los encuestados	40
Figura 3.10. Tiempo dedicado a la actividad principal de los encuestados	40
Figura 3.11. Valoración de la actividad primaria de los encuestados	41
Figura 3.12. Gestión de calidad en el cumplimiento del desarrollo sustentable de los encuestados.....	42
Figura 3.13. Beneficios de la asociatividad a los encuestados	43
Figura 3.14. Capacitaciones recibidas a los encuestados	43
Figura 3.15. Cambios identificados en la orientación del mercado productor y la gestión de calidad de los encuestados.....	44
Figura 3.16. Actividad principal de los encuestados.....	45
Figura 3.17. Importancia de los créditos financieros para los encuestados.....	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3. 1. Resultado de la prueba de normalidad de las dimensiones	49
Tabla 3. 2. Resultado de la Correlación entre la Dimensiones Gestión de mercado y desarrollo sustentable	49
Tabla 3. 3. Resultado de la Correlación entre la Dimensiones Orientación de mercado y desarrollo sustentable	50

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta	59
Anexo 2. Formato de entrevista	62
Anexo 3. Validación de expertos	63

LISTA DE ABREVIATURAS

EPS	Economía Popular y Solidaria
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
NU	Naciones Unidas
NBN	Market Business News
OM	Orientación al Mercado
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
SGC	Sistema de Gestión de la Calidad
QMS	Quality Management System
ISO	Organización Internacional de Normalización
CFI	CFI Education Inc.
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
ILO	International Labour Organization
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
ES	Economía Social
ACI	Alianza Cooperativa Internacional
SEPS	Secretaría de Economía Popular y Solidaria
LOEPS	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria
LORSA	Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

A través del tiempo, el mercado ha ido evolucionando para ayuda de la colectividad en su conjunto, en lo que se pueden destacar pasos por lapsos de progresos y de cambios, y junto con ello el hombre que ha generado su propia fuente de creación de trabajo y autoempleo. Estos mercados dinámicos de trabajo se desarrollan en medio de cambios tecnológicos que conllevan a la innovación constante y que el entorno mercantil sea más competitivo, acrecentando la rivalidad.

Dicha condición ha conducido a que algunas formas de negocios y empresas traten de conocer a sus clientes con el propósito de reconocer con premura, así como de manera oportuna a éste entorno socioeconómico tan cambiante. Por lo tanto, para lograr este objetivo requieren alcanzar, forjar y manipular información proveniente de consumidores, mercados y competencias directas que dan soporte al desarrollo de nuevas estrategias y actividades alineadas a la innovación del mercado actual (Fuentes, 2010).

Es por ello que la orientación al mercado hoy en día se consolida en el intercambio que permita generar una promesa de valor al conjunto poblacional objetivo con ciertas características superiores a las existentes en cualquier otro estrato competidor. Lo antes mencionado se encuentra enlazado en el generar una correcta gestión de la calidad como parte del mejoramiento continuo de los negocios. Es así como Camisón (2006) citado en Meza y Vera (2014) sostiene que dicho aspecto se ha transformado en uno de los objetivos fundamentales para la vida empresarial ya que permite crear, plantear e implementar una serie de estrategias imprescindibles para obtención de ventajas comparativas ante las demás competencias y con ello llegar a integrar de manera efectiva las insuficiencias de los consumidores que en la actualidad son mayores, así como exigentes.

Es así que la gestión de calidad en el proceso de desarrollo a nivel sustentable de los emprendimientos solidarios juega un papel fundamental por contener una colección de métodos que son utilizables y aislados de manera puntual para un efectivo control de la calidad de productos y sus respectivos procesos. En consecuencia, estos dos conceptos son los pilares

principales de los emprendimientos solidarios que a través del tiempo han ganado relevancia en la sociedad, debido a que intrínsecamente del medio utilizado para alcanzar el desarrollo sustentable se promueve una sinergia entre la protección de la naturaleza, la igualdad social presente y venidera.

Respecto a ello, las Naciones Unidas (2002) en uno de los informes enlazado a Brundtland en 1987 destaca que el progreso sustentable es un aspecto idóneo que permite compensar las necesidades vigentes o presentes sin envolver los recursos y sucesos de las futuras generaciones, es decir que se mantiene con el tiempo. Ante lo expuesto, la meta del proyecto es establecer la relación vigente entre la orientación al mercado, la gestión de calidad y el desarrollo sustentable en los negocios/emprendimientos solidarios de servicio alimenticio en la dependencia territorial de Guayaquil en el año 2019.

Por este motivo, el documento se fracciona en cuatro partes: La primera se presenta el tema y se expone antecedentes, justificación del objeto de estudio junto con los objetivos y alcance del mismo. En la segunda sección se explica las cuestiones teóricas que sustentan el planteamiento del tema. En la tercera se delinea el diseño metodológico que desarrollo el estudio. En el transcurso de esta sección, se ejecuta una breve observación de la situación de los emprendimientos solidarios del sector alimenticio. Así también, se realiza un resumen de las primeras fuentes de búsqueda que se emplearon para obtener la base de datos. Además, se define y se utiliza el método estadístico más apropiado para cumplir con el objetivo del estudio y se concluye la sección con la interpretación de los datos obtenidos y las conclusiones de los autores.

1.2. Definición del problema

La Economía Popular y Solidaria (EPS) dentro del Ecuador ha tomado mayor visibilidad y relevancia a partir del 2008 consolidándose hoy en día como un referente en los debates relacionados con la creación de formas alternativas de entender el bienestar económico y hacer negocios de los ecuatorianos. De acuerdo con Villalba, Egia y Pérez (2020) frente a la razón del capital y su acumulación, la EPS busca fundar relaciones de producción, comercialización, utilización y financiamiento basado en la equidad, la colaboración, la relación y la asistencia mutua.

Por lo tanto, trata de colocar a los ciudadanos y su labor en el centro del régimen económico, proporcionando mercados con un fin fundamental enfocado en el bienestar de todos los individuos y la reproducción ampliada de la existencia en el planeta.

Sin embargo, aunque los esfuerzos por el gobierno se han intensificado por amparar a los pequeños y medianos productores aún existen necesidades insatisfechas lo que lleva al presente estudio a proyectar un análisis sistemático de la contribución que tiene la EPS para alcanzar un efectivo desarrollo sustentable en los emprendimientos de servicios alimenticios del territorio ecuatoriano abordando una perspectiva crítica, considerando los desafíos y limitaciones que enfrentan, dicha postura surge dada las experiencias de negocios ya afianzados a ésta y las políticas públicas orientadas a tales efectos.

De acuerdo con Sepúlveda y Reina (2016) la orientación del mercado, la gestión de calidad y los emprendimientos han sido un eslabón imprescindible en la generación de empleo y subempleo dentro de la economía ecuatoriana, pero al mantener éste último una característica organizacional pequeña se enfrenta a grandes desafíos tales como una débil planificación estratégica, alto nivel de competencias entre los mercados locales, escaso apoyo financiero, incapacidad para crear valores agregados a los productos, entre otros aspectos.

Postura que es respaldada por Rodríguez (2016), mencionando que dentro del ámbito económico social de los emprendimientos de servicio alimentarios para el caso del Ecuador se enfrentan a grandes desigualdades respecto a la distribución de los ingresos y recursos públicos, existencia de una concentración privada de la tierra para ciertas fuerzas capitalistas, el deterioro progresivo del capital natural o recursos naturales e irreversibilidad de los efectos colaterales sobre los estratos económicos más pobres del país.

En la ciudad de Guayaquil la tasa de pobreza en los hogares alcanzó el 11,2% a diciembre 2019 una de las sumas más elevadas en la historia, en relación a datos brindados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2020). De todas formas, se observa que el desarrollo sustentable es una brecha muy fina e implica aspectos preocupantes para la generación de riqueza ante la existencia de desigualdades que hacen crecer los índices de desigualdad y pobreza en los guayasenses.

Esto ha sido fuente de motivación para que el gobierno desde el 2007 estime conveniente tomar las riendas de la situación e implementar cambios que se apeguen al

establecimiento de políticas sociales que permitan beneficiar a los diversos sectores económicos del país y que se consideran como más vulnerables para con ello aminorar los niveles de pobreza existentes a nivel nacional y local (Burgos, Burgos, Márquez, & Tello, 2019).

Al ser la orientación de mercado un medio invisible que facilita la obligación y la investigación necesaria para la mejora de un mercado de valor que integre completamente los requerimientos del consumidor local; y, por otro lado, el control de calidad un talante que permite la mejora continua, diseño, fabricación, comercialización y beneficio de un bien o servicio con valor agregado, son aspectos que guían para alcanzar el objeto de estudio que toma ambas variables hacia la aplicación del desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios de servicio alimenticio de la ciudad de Guayaquil.

Además, los emprendimientos de manera general en la actual pandemia han sido uno de los más golpeados ante el aumento de limitaciones productivas, financieras y económicas, por lo que se busca la manera en que afianzando los objetivos de la EPS puedan propiciar un mejor futuro para los negocios de servicio de alimentos a nivel local, adaptando no solo los respaldos políticos que ampara el gobierno constitucional sino también los beneficios aportados en la admisión de la orientación del mercado y la gestión de calidad dentro de los métodos internos de dichos negocios.

En consecuencia, se indaga la manera en que éstos aspectos mencionados puedan abrir paso a los emprendimientos solidarios en Guayaquil de manera efectiva, mejorando sus procesos productivos y alcanzando la maximización de sus utilidades que en la actualidad es privilegio de unos pocos.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación existente entre la orientación al mercado, la gestión de calidad y el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios de servicio alimenticio en la ciudad de Guayaquil en el año 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Estudiar si existe una influencia positiva entre la orientación al mercado y el desarrollo sustentable.

- Analizar si existe una influencia positiva entre la gestión de la calidad y el desarrollo sustentable.
- Comparar los grados de relación de las variables de estudio y su incidencia en el desarrollo sustentable en los emprendimientos de servicio alimenticio.

1.4. Justificación

La EPS en la economía ecuatoriana y local ha tomado una gran relevancia que le ha dado visibilidad a los negocios ecuatorianos para contribuir a las necesidades que están vigentes en los consumidores, por lo que resulta indispensable el poder conocer la manera en que éstas organizaciones direccionan de manera efectiva la aplicación de las políticas y normativas públicas que impulsen el sector al que se desempeñan.

Las Naciones Unidas sostienen que el mundo está cambiando y con ello se deben emplear políticas que potencien una mejor participación económica de los emprendimientos solidarios como parte de la reactivación propuesta dentro de la agenda gubernamental, donde a nivel sustentable y sostenible busca:

Poner final a la indigencia, proteger el mundo y optimizar las circunstancias de vida de la localidad, componen los elementos de un citado sentido universal. El territorio ecuatoriano razona como indispensable el aplicar mecanismos para la vinculación y una correcta articulación entre sus primordiales actores claves, mismos que actúan como representantes de la colectividad, sociedad civil, empresas a nivel público o privado, regímenes locales, entre otros (Naciones Unidas, 2020).

Por lo tanto, los emprendimientos de manera general en la actual pandemia han sido uno de los más golpeados ante el aumento de limitaciones productivas, financieras y económicas, por lo que se busca la manera en que afianzando los objetivos de la EPS puedan propiciar un mejor futuro para los negocios.

Tal es el caso del sector de servicio alimenticio que en la actualidad se ve regido a estrictos estándares de control que van a partir de la manufactura hasta la colocación y comercialización en el mercado sea de manera local y/o internacional. Existen pocos trabajos académicos que brinden una apertura mucho mayor a la economía social aplicada al servicio alimentario de la ciudad de Guayaquil y la manera en que la orientación del mercado y la gestión de calidad potencien los índices de rentabilidad de los negocios, mejoren las situaciones de

conflicto existentes en el mercado, propicien soluciones para proponerlas y contribuyan a la generación de conocimientos para futuras decisiones ejercidas por instituciones públicas o privadas.

Villalba et al. (2020), menciona que estos temas son la metamorfosis de la economía informal que caracteriza el trabajo decente, la economía ecológica y la humanidad, el desarrollo socioeconómico de manera local, el afirmamiento de la seguridad alimentaria y el de los agricultores de menor escala, así como la responsabilidad universal de salud y finanzas de transformación económica.

La EPS es un vehículo importante hacia el desarrollo de forma sustentable de los negocios o emprendimientos solidarios de la ciudad de Guayaquil debido a su posición histórica de abordar las superposiciones y las compensaciones entre los pilares sociales y económicos. A través de la experiencia, se propone la interconexión entre los objetivos de estudio y los objetivos socioeconómicos que aporta el presente tema hacia el desarrollo de las fortalezas y oportunidades para regenerar la calidad de vida de las poblaciones locales.

Así mismo, estudiar la EPS en conjunto con la orientación de mercado y la gestión de calidad en desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios de servicio alimentario en la ciudad de Guayaquil dan paso al arraigo de prácticas reales donde se presente un modelo viable de cambio transformador, en comparación con los modelos basados en el idealismo o los planos irreales; y las experiencias del mundo real también aportan lecciones empíricas a la teoría del cambio, contrarrestando la hegemonía neoliberal en la política y el espacio público.

1.5. Alcance del estudio

El actual trabajo se aplica al nivel de la EPS, específicamente en Cooperativas de consumo con el propósito de mejorar los escenarios identificados como problemas ante los evidentes desajustes económicos que está atravesando el territorio ecuatoriano y especialmente la ciudad de Guayaquil, que no solo se ha expuesto a limitaciones por el fuerte golpe de la pandemia del Covid-19 sino también por la ausencia de normativas sociales y económicas que propicien la estabilización de los sectores productivos y alimenticios del país.

Por lo tanto, se toma en cuenta para el presente caso las variables orientación al mercado y la gestión de la calidad en los emprendimientos solidarios, como fuente de

transformación e innovación en los procesos vigentes a nivel económico de los negocios de Guayaquil.

El estudio de esta investigación hace relación a las directrices de los trabajos en la apreciación descriptiva de la orientación al mercado y la gestión de la calidad brindando la prestación de entrega de los productos de primera necesidad para el consumo de sus habitantes cuya participación local es con principios capitalistas, debido a que actualmente los emprendimientos solidarios son casi nulos.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco referencial

En el desarrollo de la presente sección se toma en atención algunos trabajos científicos, académicos y profesionales que guardan relación con el objetivo de estudio. Entre los principales obtenidos están:

Se inicia con el estudio realizado por Sepúlveda y Reina (2016), cuyo proyecto tiene como título “Sostenibilidad de los emprendimientos. Un análisis de los factores determinantes” donde la necesidad de estudiar la sostenibilidad resulta por el corto plazo en que los emprendimientos logran operar y luego desaparecen a causa de una debilidad estructural propiciado por una ausencia de políticas sostenibles que garanticen un mejor desenvolvimiento de dichos negocios dentro del país.

A través de la aplicación de un análisis estadístico con la generación de métodos no paramétricos se pudo destacar con los resultados la imprescindible necesidad de crear nuevas políticas económicas para incentivar el desenvolvimiento positivo de los negocios a nivel local, generar un plan de negocios que propicie una buena estructuración de los pasos a cumplir y mejore la rentabilidad de los emprendimientos, incrementar la oferta de productos para satisfacer la demanda local, conocer el respaldo jurídico que les brinda el gobierno por ser una unidad que propicia la ES, estrategias que destaquen la capitalización de recursos y cubrir el nivel de endeudamiento, factores de reinversión, entre otros determinantes de la economía sostenible.

Tomando el trabajo expuesto por Burgos, Burgos, Márquez y Tello (2019) que lleva como tema central “La orientación al mercado y el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios en el Ecuador”, se pudo constatar que la Economía Social (ES) no ha podido alcanzar la solución de los problemas respecto a la solvencia económica capitalista para llegar a reducir los índices de pobreza en el Ecuador y asegurar una mayor inserción laboral, además se pudo observar una deficiencia de recursos económicos y desajustes en la competitividad de los emprendimientos solidarios.

Mediante una aportación literaria de la importancia de la orientación del mercado sobre los emprendimientos de ES se ejerce un análisis cuantitativo y cualitativo para determinar la

magnitud en que se pone en conocimiento los principios sociales que persigue la Economía Popular y Solidaria (EPS) que son expuestos por el gobierno nacional. Con ello, se destaca que los emprendimientos solidarios conocen los gustos y favoritismos de los consumidores nacionales para enfrentar a la competitividad desleal, pero hace énfasis en que se debe llevar a cabo un plan estratégico que permita la retención de los consumidores local e incrementar la cartera de clientes vigente en los diversos negocios.

Se puede mencionar que una de las principales estrategias recomendadas es buscar el cooperativismo productivo y sincronización de la oferta respetando los índices de demanda por parte los ecuatorianos, con ello asegurar el posicionamiento de los negocios y aprovechamiento de las ventajas que propicia la ES.

En igual medida se toma en consideración a Palomeque y Ruiz (2018) con su trabajo “Estrategias de gestión para el emprendimiento de los sectores de Economía Popular y Solidaria” se pudo constar que actualmente existen problemas en los emprendimientos causados por la ausencia de apertura de mercados y oportunidades para el desarrollo de nuevos trabajos, la escasa especialización y preparación de profesionales, limitados desarrollo laboral y empresarios ante la ausencia de recursos e incentivos gubernamentales, que propician el debilitamiento en la calidad de vida de los ecuatorianos son los factores comunes por la ausencia de estrategias de gestión para los emprendimientos solidarios en el Ecuador.

Dada la situación y tras la identificación de los problemas por parte de una revisión documental ejercida los autores sostienen que deben propiciar varios aspectos para hacer la EPS uno de los principales frentes para los negocios, entre estos están: la inclusión sin lugar a duda de los principios de crecimiento sustentable y sostenible dentro de los diversos sectores productivos, así como en los sectores educativos para que se genere una mayor formación de las competencias de futuros profesionales; llevar a cabo un enfoque interdisciplinario que ejerza una conexión con la economía, las disciplinas de emprendimiento y la programación formativa, así como una mejor socialización y aplicación de la EPS dentro del territorio nacional.

Feijó, Feijó, Moreira y Salazar (2020) llevó a cabo un trabajo titulado “Emprendimiento social y desarrollo sostenible”, mismo que se ejerce tras la identificación de la necesidad de incentivar el fortalecimiento de los sectores productivos primarios dentro de una de las provincias del territorio ecuatoriano como lo es Manabí y la inconformidad por parte de

los ciudadanos en cuanto a la sostenibilidad, volatilidad y manipulación de mercado sin preocuparse en las generaciones a futuro.

Para efectos del estudio se abordado un enfoque cuantitativo de diversos aspectos estadísticos resultantes en los diversos informes productivos expuestos por entidades reguladoras, con la información se pudo destacar que es necesarios propiciar el acompañamiento técnico dentro del campo ecuatoriano y generar una mayor formación en materia de emprendimiento para garantizar que se alcancen los objetivos sostenibles impulsados por el gobierno nacional, la estabilización de los precios y el robustecimiento de los diversos negocios de la provincia de Manabí.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Orientación del mercado

La orientación al mercado es una ideología empresarial en la que su meta está en reconocer las necesidades o aspiraciones del cliente y satisfacerlos (Peiró, 2020). Cuando una empresa tiene un enfoque de orientación al mercado, se enfoca en diseñar y vender productos y servicios que compensen las necesidades del consumidor para ser rentable. La empresa exitosa orientada al mercado descubre y satisface las esperanzas y necesidades de sus clientelas a través de su combinación de productos.

De acuerdo con la Market Business News – MBN (2021), la orientación al mercado funciona en la dirección opuesta a las estrategias de marketing anteriores, la orientación al producto, donde el enfoque estaba en establecer puntos de venta para los productos existentes. En lugar de intentar que sus clientes les gusten o se den cuenta de las ventajas de sus bienes/productos o servicios, mediante el enfoque de orientación de marketing los adapta para satisfacer las demandas de los clientes.

Una empresa con este tipo de orientación tiene como principal objetivo el volumen de ventas. Los esfuerzos se centran en el corto plazo y se piensa en clientes individuales. A menudo no desarrollan un seguimiento de la satisfacción del cliente y no tienen en cuenta las acciones de la competencia. Si existe un departamento de marketing es un órgano “staff” (MyNews, 2021).

Muchos gurús del marketing definen la orientación al mercado como una campaña de marketing coordinada entre un proveedor y sus compradores. Según la MBN la principal

desventaja de una orientación al mercado es la falta de innovación. Si dedica todo su tiempo a satisfacer las necesidades del cliente, es posible que pierda de vista los posibles avances técnicos que podría haber. Las empresas orientadas al producto, por otro lado, tienden a ser más innovadoras técnica o científicamente, pero salen perdiendo porque tienen menos conocimiento sobre lo que quiere el consumidor.

2.2.1.1. Dimensiones empíricas de la orientación del mercado

En comparación a lo expuesto como definición de marketing y su implantación como parte de la orientación futura del marketing, la orientación de mercado efectivamente no solo genera una referencia directa de los consumidores reales, sino que también caracteriza a los potenciales. Al mismo tiempo, tiene en cuenta la influencia de los competidores e incorpora la coordinación interfuncional. Parece haber total acuerdo al puntualizar la orientación al mercado de acuerdo con cinco principales dimensiones, mismas que son expuestas por Esteban, Millan, Molino y Consuegra (2002):

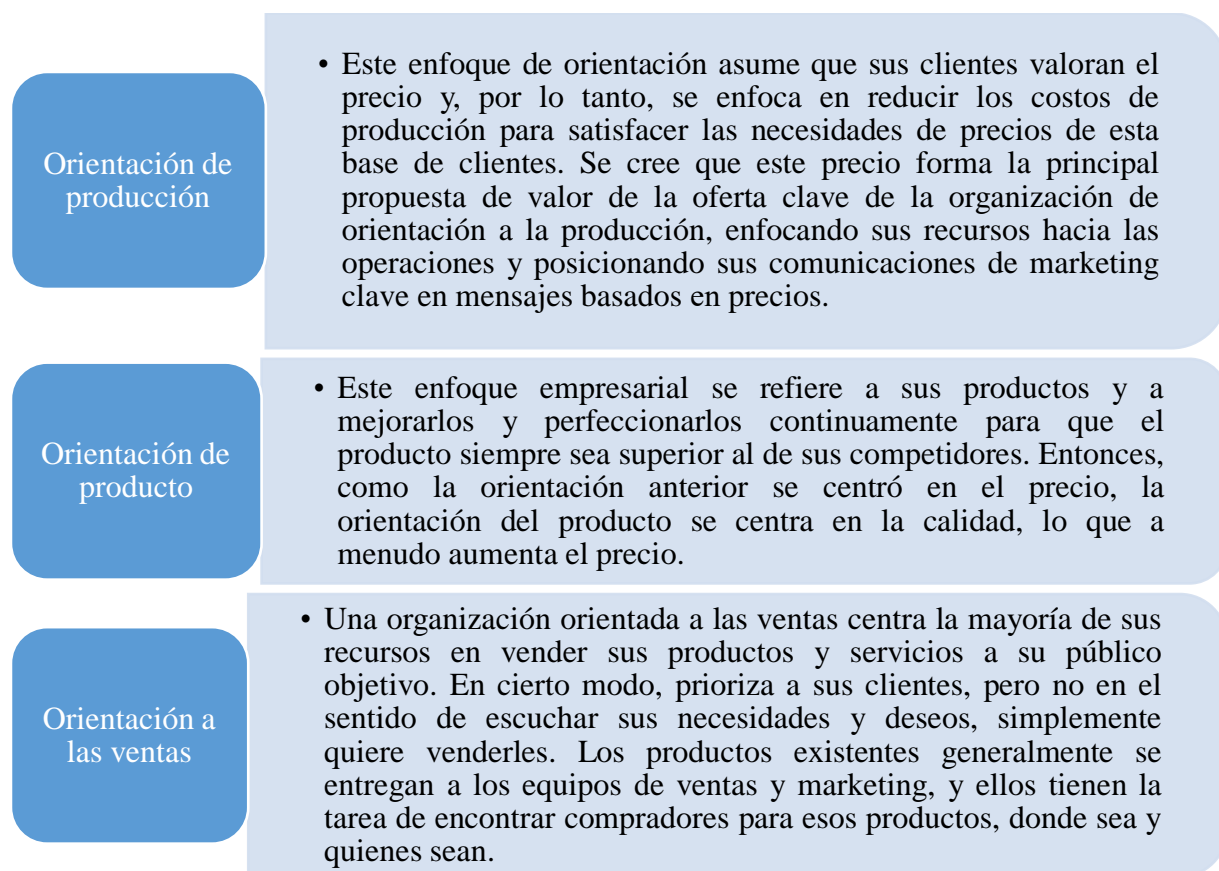
- Orientación al consumidor.
- Orientación a la competencia.
- Orientación proveedor-distribuidor.
- Orientación al medio ambiente.
- Coordinación interfuncional

La orientación dirigida al mercado ha motivado actualmente algunas reflexiones sobre la investigación en campo, que se pueden resumir desde cuatro perspectivas principales expuestas en 1996 por Tuominen y MoÈller: Filosofía empresarial que integra y coordina información de mercado, así como forma parte de una fuente de aprendizaje para la organización. Dichos autores proponen un nuevo modelo integrador que combina una perspectiva cognitiva y conductual. El concepto de aprendizaje organizacional constituye el núcleo de este modelo, siendo un medio para mejorar las acciones empresariales a través de la comprensión y el conocimiento (Esteban, Millan, Molina, & Consuegra, 2002).

El marco conceptual de referencia de este modelo se basa en la capacidad de comprensión y la integración de los resultados empresariales. En resumen, las definiciones de marketing y orientación al mercado son esencialmente los mismos, pero ambos han evolucionado con el tiempo. Jaworski, Kohli, y Sahay (2000) mencionan que han sugerido recientemente un par de enfoques que actúan complementariamente para una correcta orientación del mercado: el primero, el enfoque tradicional, se conoce como "ser impulsado por el mercado" y el nuevo enfoque, llamado "impulsar los mercados".

2.2.1.2. Enfoques de la orientación del mercado

Tomando en consideración lo expuesto por varios autores, la orientación del mercado posee cinco enfoques principales y estos son: Enfoque de producción, producto, ventas, social y mercado. Para una mayor comprensión se presentan a detalles cada una de ellas:



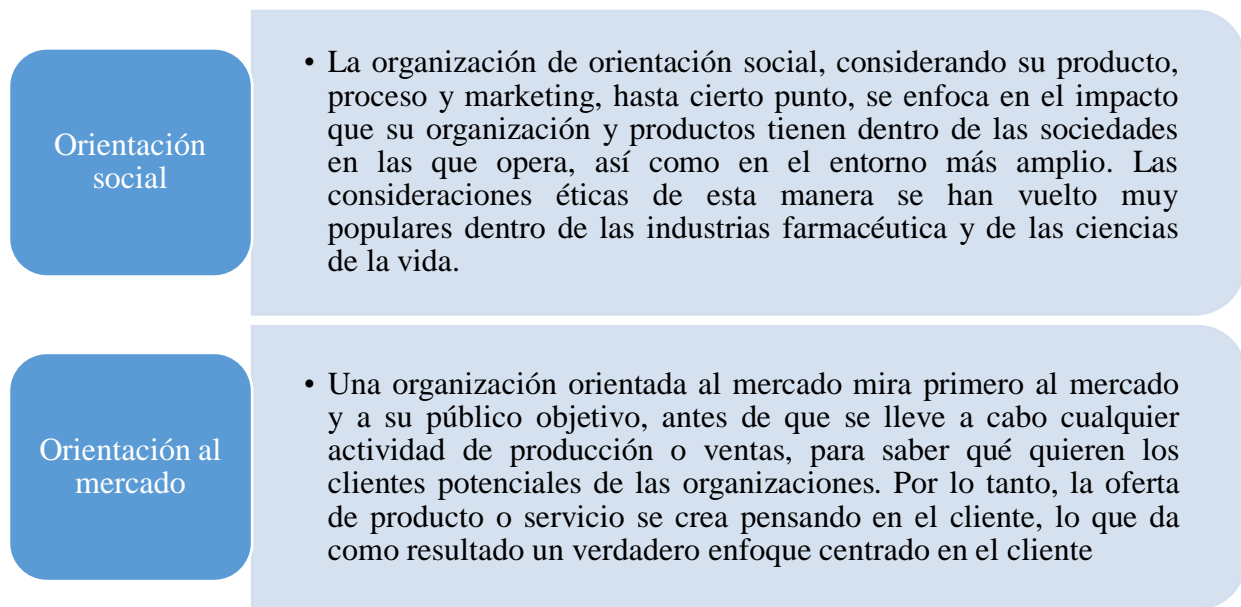


Figura 2.1. *Enfoque de la orientación del mercado*
 Fuente: Enfoques de la orientación de mercado por Roberts (2019)

2.2.1.3. Enfoque social de la orientación del mercado

En la conceptualización de la orientación al mercado (OM) y la responsabilidad social corporativa (RSC), los investigadores a menudo investigan teórica o empíricamente sus antecedentes o predictores y consecuencias o resultados.

Según Jaworski, Kohli, y Sahay (2000), estos académicos afirman que con más apoyo de la alta dirección, los programas de responsabilidad social recibirán más atención que con menos apoyo de la dirección. Sin el apoyo de la alta dirección, será difícil formular e implementar programas de orientación al mercado y responsabilidad social corporativa, ya que la alta dirección es un actor clave cuyo nivel de influencia en las iniciativas de OM y RSC de las empresas no puede ignorarse.

El modelo de Kohli y Jaworski (1990) considera: 1) las consecuencias que tiene para una organización el que esté orientada al mercado (efecto sobre los resultados empresariales, sobre las respuestas del cliente y sobre el comportamiento de los empleados), 2) sus antecedentes organizativos, entendiendo por tales los factores que favorecen o impiden la puesta en práctica de la filosofía de negocio representada por el concepto de marketing (factores de dirección, nivel de dinámica interdepartamental y estructura y procesos organizativos) y 3) los factores medioambientales que pueden

condicionar su impacto sobre los resultados empresariales (turbulencia del mercado, turbulencia tecnológica e intensidad competitiva) (Fuentes, 2010).

Por lo tanto, el apoyo de la alta dirección garantiza que los programas de OM y RSC tengan éxito, la demostración de liderazgo por parte de la alta dirección con el ejemplo anima a los empleados a seguir su ejemplo. Si la alta dirección participa en la recopilación de información, la difusión de esta información y la respuesta a las necesidades de las demandas tanto internas como externas, también se alentará a otros miembros del personal a que lo hagan.

De manera similar, maximizar la riqueza de los accionistas, actuar en el marco interno legal y moralista del entorno de la empresa, también mostrar preocupación por la sociedad en general actuando de manera responsable y donando a instituciones caritativas, es por esto que se exige el apoyo de la alta dirección.

2.2.2. Gestión de calidad

De modo general se puede partir mencionando que la gestión de la calidad se conforma como el medio para supervisar las diversas actividades y labores sobre una empresa para asegurar que los bienes producidos y los servicios que se ofrecen, así como los mecanismos empleados para generarlos, sean permanentes, por lo que permite lograr y conservar un nivel favorable de calidad deseado sobre la empresa.

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) se puntualiza como un método determinado que evidencia los procesos, operaciones y compromisos para lograr las políticas y los objetivos de la calidad. Según la Quality Management System – QMS (2021) un SGC beneficia en la coordinación y direccionamiento de los procesos diarios en una empresa para asegurar que se cumplan las normativas internas pensando en el bienestar del cliente, así como la eficiencia del servicio brindado en forma continua.

Cuando un individuo emplea el prefijo "Calidad", regularmente es sinónimo de "bueno". Es por ello que diversas marcas hacen promoción de sus bienes como de "alta calidad" o "calidad superior" de esta forma pasan sin contextualizar la realidad de las características que posee su producto en relación a la "calidad", y esto incentiva al consumidor a apreciar el contenido publicitario y no al mecanismo o política interna de comercio integral. No obstante, la han sabido definir como:

“La gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él (ISO 9001:2015, 2016)”.

Para de Molina (2018) la gestión de calidad, por lo tanto, no es otra cosa que la revisión de las operaciones, procesos productivos o servicios que genera una empresa, cuyo objetivo central es el de identificar aspectos específicos en ciertas áreas donde es necesario emplear mejoras a nivel de calidad, dicho aspecto es un factor indispensable dentro de cualquier unidad económica comercial indistintamente del tamaño o tipo de empresa que sea.

2.2.2.1. Importancia de la gestión de calidad

La importancia de la gestión de la calidad en una organización radica es que es un proceso que permite a la empresa llegar a propiciar un análisis de las principales necesidades vigentes por parte de los consumidores y estimar los métodos que resulten adecuados para un eficiente margen de elaboración, así como la prestación de servicios si fuese el caso.

Lo antes mencionado fue sostenido por Molina (2018), misma que define a la gestión de calidad como una característica esencial porque coopera en la empresa para planear soluciones, controlar las actividades y mejorar aquellos segmentos o elementos que en una empresa están influyendo de manera directa sobre el cliente y en el cumplimiento de los objetivos empresariales deseados. Los expertos de Gestión de la Calidad consideran a la calidad como lo siguiente:

- Cumplir un ligado número de particularidades inherentes y determinadas explícita e implícitamente.
- Suministrar bienes o servicio que los compradores necesitan. Al ofertar productos bien caracterizados o informados de sus beneficios al cliente, conducen a la complacencia del cliente y a destacar las perspectivas del mismo, esto a su vez, genera mayores ingresos para el productor.
- Certificar la calidad adicionando el valor diferenciador que los clientes apetecen mientras se asevera la firmeza y confianza con cada iteración tiene un costo, pero el costo de no adoptar la calidad es mucho mayor, incluida la pérdida de participación en

el mercado, oportunidades perdidas, daños a la marca y retiradas debido a fallas de diseño y fabricación.

- Delinear una serie de características sobre el producto libre de insuficiencia y errores.
- Garantizar la óptima mejora de manera continua para esbozar las causas esenciales de los desperfectos inherentes a los métodos, los instrumentos y los diseños que poseen un impacto bastante significativo (Freeman, 2019).

Por lo tanto, quienes trabajan en Calidad a menudo se refieren al Sistema de Gestión de la Calidad (SGC). El SGC no es un equipo o máquina ni una aplicación, sino la construcción de técnicas de calidad subyacente sobre la que se asienta la organización. El término "SGC" incluye a todos los elementos (personas), métodos, partes interesadas y procesos que participan en la Cultura de Calidad de una empresa, así como los prospectos y metas comerciales que son claves para un buen desarrollo económico.

2.2.2.2.Principios de la gestión de calidad

El concepto de gestión de la calidad como se lo ha podido apreciar, está asociado con la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se relata como un conjunto de procesos comerciales que afirman que los bienes y también los servicios ofrecidos por una empresa cumplen constantemente con los requisitos regulatorios y del cliente. En última instancia, la calidad de cualquiera de estos bienes o de los servicios va a depender de la magnitud en que se cumpla con las expectativas del cliente. Es por ello que existen ciertos principios que cumple dicho proceso, tales como:

- Principio 1: enfoque en el cliente. Sostiene que una empresa no existiría sin sus clientes. Por lo tanto, las organizaciones deben esforzarse por comprender a sus clientes actuales y futuros, a fin de cumplir mejor con sus requisitos y expectativas.
- Principio 2: Liderazgo. Los líderes son responsables de crear un entorno empresarial productivo y progresivo. También se encargan de que las futuras contrataciones mantengan ese ambiente.
- Principio 3: Participación de las personas. Así como su empresa no estaría en ninguna parte sin una base de clientes, tampoco llegaría muy lejos sin un equipo

equilibrado y con múltiples habilidades. Los trabajadores indistintamente de su jerarquía en la empresa son cruciales para su éxito, y este principio se trata de reconocerlo.

- Principio 4: Enfoque apoyado en procedimientos. Este principio puede ayudar a las empresas a evitar problemas logísticos que a menudo se derivan de la confusión sobre la forma correcta de hacer las cosas.
- Principio 5: Enfoque sistemático de la gestión. Sostiene que reconocer, comprender y tratar los procesos mediante un procedimiento claro ayudará a agilizar su negocio. Al asegurarse de que los miembros del equipo dediquen la cantidad adecuada de atención a las tareas clave, eliminará el tiempo perdido y hará que su negocio sea más eficiente.
- Principio 6: Mejora continua. Una empresa siempre debe buscar mejoras, porque si usted no lo hace, puede apostar a que sus competidores lo harán.
- Principio 7: Enfoque fáctico que ayude a la toma de medidas o decisiones. Este principio establece que las disposiciones efectivas se toman con base en un análisis racional de los datos.
- Principio 8: Relaciones con proveedores mutuamente beneficiosas. Este principio dicta que las relaciones entre su empresa y cualquier proveedor deben ser mutuamente beneficiosas para agregar valor a ambas partes (Perryer, 2018).

2.2.2.3. Beneficios de la gestión de calidad

La aplicación y desarrollo de un sistema metódico para emplear una buena gestión de la calidad en una empresa afecta a todos y cada uno de sus elementos internos. Los aspectos positivos de emplear dicho sistema incluyen:

- Acatar los requisitos procedentes de los clientes, donde esto contribuye a otorgar una mejor confianza con la entidad que tranza, esto a su vez hace que surjan más clientes, un mejor margen de ventas y la posibilidad de apertura de sucursales.
- Socializar y cumplir con cada uno de los requerimientos que exige la empresa, de esta forma se garantiza la ejecución efectiva de las regulaciones, aprovisionamiento de productos para destacar una eficiencia a nivel de costos y

utilización de recursos. Esto va a permitir la creación de un espacio con proyecciones de expansión, mejora económica y crecimiento comercial (QMS, 2021).

Entre los principales beneficios que posee la gestión de calidad dentro de las organizaciones económicas, están los siguientes aspectos:

- Permite a una entidad alcanzar un mejor cumplimiento y orden dentro de las tareas asignadas en el área de producción o la ejecución de servicios.
- Incrementa el índice de eficiencia en los procedimientos internos, disminuye los márgenes de desperdicios y optimiza el uso del tiempo, entre otros recursos.
- Asegura el poder incrementar la satisfacción por parte de los clientes.
- Incentiva el sentido de conformidad a los clientes por lo que el volumen de venta incrementa y se expande a otros mercados.
- Facilita que dentro de una empresa se integre nuevo capital humano y con ello contribuir a que la empresa pueda tener un mejor crecimiento económico (CFI, 2021).

2.2.3. Desarrollo sustentable

El desarrollo sostenible es una teoría y una práctica que cada una de las sociedades a nivel mundial deben emplear para llegar a satisfacer aquellas necesidades inmediatas y que de alguna manera no comprometa en efectos adversos para las generaciones que se encuentran iniciando su vida profesional en busca de mitigar sus propias necesidades (CEPAL, 2022). De manera “oficial” el término de desarrollo sustentable tuvo lugar por primera ocasión en el Informe Brundtland llevado a cabo en 1987.

El desarrollo sustentable incluye dos conceptos claves: Necesidades: En particular de los más pobres del mundo, a las que se les debe dar prioridad. Limitaciones: Impuestas por el Estado de las tecnologías y de la organización social a la habilidad del medio ambiente de satisfacer las necesidades presentes y futuras. Esta definición implica una preocupación por la equidad social entre las distintas generaciones, una inquietud que lógicamente debe ser extendida a la equidad dentro de cada generación (Larrouyet, 2015).

En concreto, el desarrollo sostenible es una forma de organizar la sociedad para que pueda coexistir en un largo plazo. En consecuencia, se debe destacar los imperativos del presente como los que se desarrollarán a futuro, tal es el caso de la conservación medioambiental, los recursos naturales o la equidad socioeconómica.

Muralikrishna y Manickam (2017), mencionan que el desarrollo sustentable registra que el desarrollo debe ser inclusivamente medioambiental y racional de esta manera disminuir los márgenes de pobreza local y motivar a un comportamiento próspero de las economías que actualmente poseen unas poblaciones y contribuyendo a la mejora de sus necesidades pensando en las futuras generaciones. Por lo que es necesario ser eficiente con los recursos y cuidadosamente planificado para ofrecer beneficios de corto y largo plazo involucrando a la sociedad, el planeta y su visión hacia la prosperidad.

Los tres cimientos esenciales para alcanzar el desarrollo sustentable son: crecimiento económico, gestión ambiental e inclusión social, mismos que son aplicados dentro de los diversos sectores económicos de un territorio tomando desde el sector agrario hasta el manufacturero o de servicios.

2.2.3.1. Objetivos del desarrollo sustentable

El desarrollo sustentable se puede asumir como aquella parte del desarrollo que permite satisfacer lo que se conoce como necesidades del presente pero que no conlleva a un comprometimiento de las necesidades existentes en las generaciones del futuro. Por lo tanto, es un aspecto que piensa en cada una de sus implicaciones actuales para no dañar en gran medida a las nuevas acciones organizacionales.

Al igual que el desarrollo sostenible, dentro del desarrollo sustentable se pueden establecer también objetivos que van a servir de mucha ayuda para el buen funcionamiento de las unidades económicas y alcanzar su contribución en el desarrollo de una nación. A la par de lo expresado existen objetivos del desarrollo sostenible y que llevan relación en base a las siguientes metas:

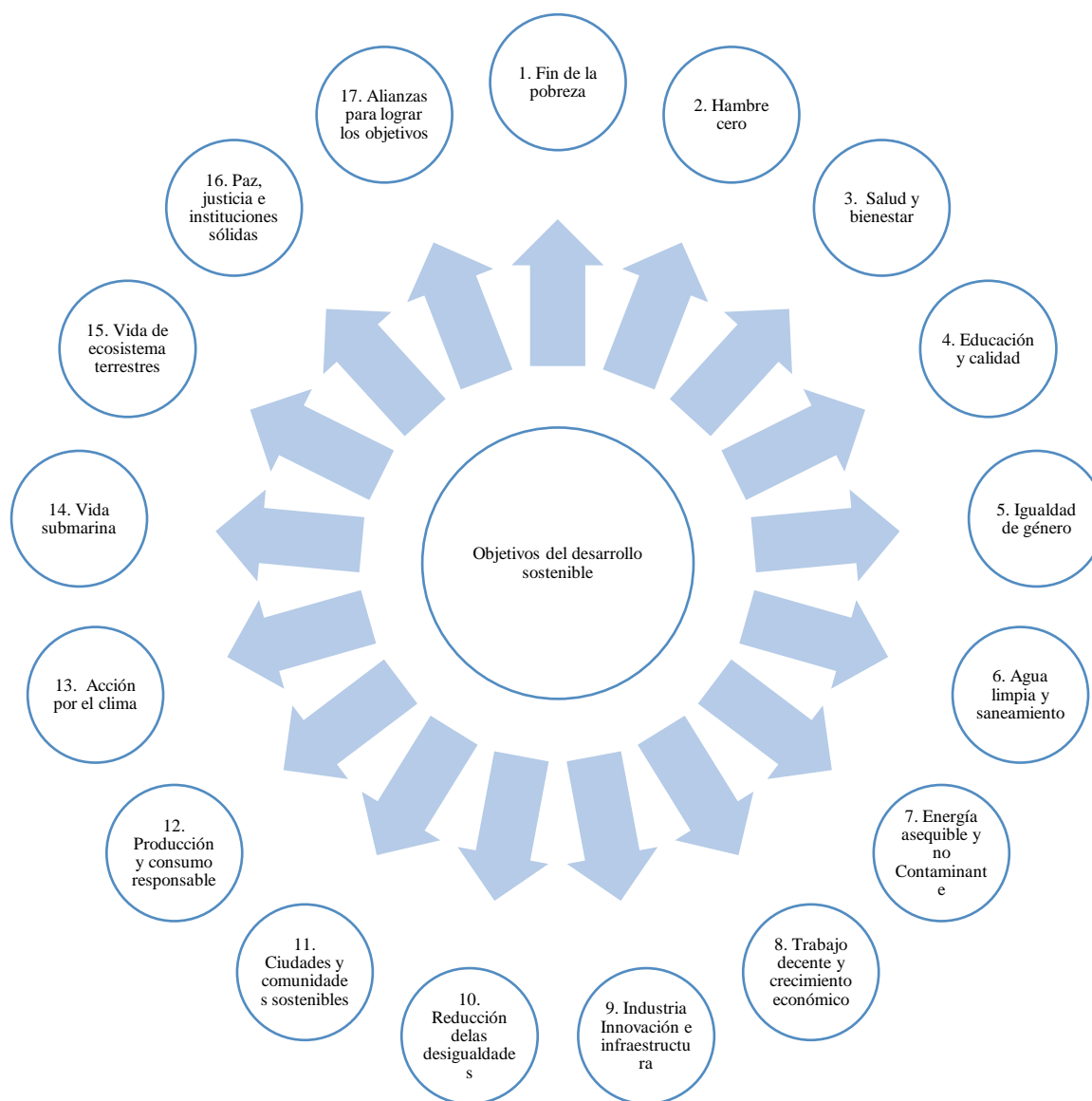


Figura 2.2. *Objetivos del desarrollo sostenible*
Fuente: ArcelorMittal (2021)

2.2.3.2. Transformación productiva y el desarrollo sustentable

La transformación productiva consiste en crear mejores empleos como resultado del trabajo conjunto de todas las empresas e individuos. El horizonte del país sobre este argumento plantea muchos desafíos: acumulación de capacidad productiva, adopción de tecnología, educación para la competitividad, ambiente empresarial seguro y estable, infraestructura, sustentabilidad ambiental, entre otros.

Cambios en las estructuras económicas no siempre brindan los mejores resultados para las personas y el planeta, por lo que los patrones de uso de los recursos no reflejan su naturaleza finita. Para este futuro que se quiere, la "transformación" es un cambio en la sociedad que altera los "atributos fundamentales de un sistema (incluido el valor de los sistemas; regímenes regulatorios, legislativos o burocráticos; instituciones financieras; y tecnológico o biológico sistemas)." Las transformaciones para el desarrollo sustentable deben ser basado en la reforma de las relaciones entre el medio ambiente, economía y sociedad, nuevas mentalidades, comportamientos, incentivos y valores compartidos deben funcionar hacia un futuro sustentable y sostenible (UNESCAP, 2016).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2021) menciona que es necesario el impulsar todo lo referente a la innovación de las estructuras conocidas como lucrativas dentro de un marco que se encamine a un sistema progresista y de equidad social. Para poder lograrlo es necesario tomar en cuenta la dimensión ambiental y geográfica, así como espacial dentro del proceso de desarrollo, lo que se busca con esto es reducir de manera significativa la explotación, agotamiento y desabastecimiento de los recursos naturales, disminuir el índice de contaminación y exposición química del medio ambiente, mitigar de alguna forma los desequilibrios a nivel mundial y aprovechar cada una de las oportunidades que los recursos medioambientales brindan para la conservación de la vida.

2.2.3.3. Desarrollo sustentable vs desarrollo sostenible

Considerar la sustentabilidad versus el desarrollo sostenible es esencial para comprender estos dos conceptos cruciales. Esta comprensión juega un papel fundamental para ayudar a resolver algunos de los desafíos del mundo actual, como el clima extremo, la pobreza, el cambio climático, los conflictos armados y la desigualdad en la sociedad.

Según las Naciones Unidas, la discrepancia que está entre desarrollo sostenible y sustentable se encuentra en que: el desarrollo sustentable es un procedimiento por medio del cual los recursos naturales son preservados, conversados y protegidos pensando en los efectos del presente sobre las repercusiones futuras; y, el desarrollo sostenible es un mecanismo que busca contribuir de alguna manera a la satisfacción de una serie de necesidades de carácter socioeconómico, cultural y medioambientalmente sano de la actual generación, sin poner en riesgo la satisfacción de las mismas a las generaciones futuras (Fernández & Gutiérrez, 2013).

Por lo tanto, el desarrollo sustentable y el desarrollo sostenible también juegan un papel central en los negocios, en todas las industrias y en casi todos los campos. Las tendencias sugieren que los consumidores prefieren comprar productos de empresas que se suscriben a los pilares de la sostenibilidad y el desarrollo sustentable.

El desarrollo sostenible es el paradigma general de las Naciones Unidas. El concepto de desarrollo sostenible fue descrito por el Informe de la Comisión Brundtland de 1987 como "un desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades". El desarrollo sostenible tiene cuatro dimensiones: sociedad, medio ambiente, cultura y economía, que están entrelazadas, no separadas. La sostenibilidad es un paradigma para pensar en el futuro en el que las consideraciones ambientales, sociales y económicas se equilibran en la búsqueda de una mejor calidad de vida. Por ejemplo, una sociedad próspera depende de un medio ambiente saludable para proporcionar alimentos y recursos, agua potable y aire limpio para sus ciudadanos (UNESCO, 2021).

Uno podría preguntarse, ¿cuál es la diferencia entre desarrollo sustentable y sostenibilidad?, es de destacar que la sostenibilidad frecuentemente aborda objetivos de carácter de largo plazo, mientras que el sustentable hace referencia a la gran variedad de procesos y mecanismos para lograrlo.

2.2.4. Emprendimientos solidarios

La economía solidaria y los emprendimientos solidarios han demostrado que son capaces de afrontar los componentes sistémicos que modelan la vida habitual y el trabajo a través del impulso de innovadoras formas de fabricación, compensación y consumo.

El emprendimiento social efectúa hoy en día un medio bastante representativo para la sociedad debido a que aporta una serie de soluciones viables a problemas vigentes. Ventajosamente, una serie de individuos, empresas o compañías toman dicho desafío y se involucran significando un primer paso hacia un mundo mejor y más equitativo. Se podría decir que los emprendedores sociales son como albañiles que vienen a ‘remendar’ los agujeros que una comunidad padece, ya sea por impericia, falta de recursos o desconocimiento del Estado responsable. Se trata de personas o conjuntos de individuos que ven una carencia e intentan buscarle una solución (Sociolab, 2019).

Según la Barco, Bodini, Roy, y Salvatori en un artículo expuesto en la International Labour Organization – ILO (2019), mencionan que las organizaciones de emprendimientos

solidarios frecuentemente tienden a valer los recursos que son poco accesibles para las convencionales entidades económicas y son mayormente equitativos en la colocación del valor añadido que originan. La ES por lo consiguiente, surge para no solo convertirse en una cura paliativa de los desventajosos síntomas que originan los problemas, sino además es una fuerza que aborda los problemas a nivel estructural que son cuestiones inminentes para generar un cambio legítimo y transformador de los sectores productivos.

Por otra parte, los autores sostienen que hay dos áreas amplias en particular donde la ES puede jugar y en efecto ya se encuentra jugando un importante papel: provocar el desarrollo local suficientemente equitativo, sostenible, el desarrollo económico y hacer frente a los desafíos que incida con el futuro del trabajo.

Según Guézennec y Malochet (2013), las discusiones sobre el futuro de la ES se centran en las nociones, cuyos límites no son del todo claras y, a menudo, objeto de debate, de la economía solidaria, del sector terciario, la financiación, la inversión responsable, la empresa social, etc. El sector de la ES no es nuevo y se caracteriza por dos tendencias claras: el desarrollo de un espíritu emprendedor ampliando el número de empresas sociales que aparecen junto a las organizaciones tradicionales sin ningún propósito de lucro, y por tanto una elevada multiplicidad en las fuentes de préstamo disponibles para este sector.

2.2.4.1. Importancia de los emprendimientos solidarios

La proposición y la certeza anecdótica mencionan que dicho enfoque es un mecanismo bastante importante por medio del cual los individuos que se encuentran en algún margen de pobreza o no tienen poder dentro de la sociedad, podrían obtener un mejor control al emplear de mejor sus recursos en la búsqueda de aplicar mejores procesos que beneficien a sus vidas.

Según Utting (2013), los economistas y los científicos políticos han apoyado durante mucho tiempo las ventajas que pueden proceder de la cooperación o el comportamiento de grupo en términos de abordar las fallas del mercado y hacer demandas a entidades más poderosas. Los sociólogos han destacado otras virtudes relacionadas con la cohesión social, la identidad y la satisfacción laboral. Pero el interés contemporáneo por la ESS también se relaciona con el hecho de que vivimos en una era que parece clamar por nuevos modelos de desarrollo. No solo tenemos

que lidiar con crisis múltiples y recurrentes (finanzas, alimentos y energía), sino que se reconoce cada vez más que la agenda normativa actual debe ser mucho más abarcadora.

El modelo de organización o empresa solidaria es precisamente la realización práctica de cómo la “solidaridad” permite que todos los seres humanos tengan a su alcance la forma de satisfacer sus necesidades; por ello, existen múltiples instituciones u organizaciones de carácter cooperativo: colegios, universidades, entidades de salud, cadenas de almacenes, empresas de alimentos y hasta funerarias. Por organización se entiende la forma en que se asignan y agrupan los recursos para producir un bien o prestar un servicio; tales recursos deben estar amparados por una estructura jurídica llamada empresa. Existen muchas formas de organización empresarial, y las cooperativas constituyen una de las formas correspondientes al modelo solidario (Rodríguez C. , 2016).

2.2.4.2. Sostenibilidad de los emprendimientos solidarios

Se puede destacar mediante las revisiones previas que la sostenibilidad de los emprendimientos solidarios se debe al impulso de la economía solidaria en un territorio como una forma distinta para lograr crear un sistema económico con características que se centran en la complacencia de las escaseces de los consumidores locales, de tal modo que, está conformada por una serie de fuerzas sociales y organizada de forma asociativa para alcanzar una mejor democracia, autogestión, humanismo y sin ánimos de interferir en aspectos de fines de lucro.

Los objetivos que se persiguen mediante el desarrollo socioeconómico en los diversos territorios sean éstos desarrollados o vías de serlo, deben mantener una correspondiente aplicación de principios sostenibles sin importar su sistema económico o de mercado. Es destacable que en la actualidad existen un vasto conglomerado de habitantes que no pueden satisfacer sus necesidades básicas por lo que la pobreza se vuelve endémica y las oportunidades de mejorar dicha condición es casi nula. En consecuencia, el mundo en generar está muy propenso a sufrir crisis humanitarias, económicas y ecológicas, que afectan el desarrollo, es por esto que satisfacer las necesidades básicas de todas las personas, y ofrecerles la oportunidad de una mejor calidad de vida, son los mínimos requerimientos para lograr un desarrollo sostenible (Larrouyet, 2015).

La Economía Social y Solidaria (ESS) es un conjunto de medidas socioeconómicas que consiguen ser serios o inconsecuentes, propios o compuestas, que prevalecen sobre la satisfacción de las escaseces de los individuos sobre el alcance de beneficios (Ajuntament de Barcelona, 2021). Asimismo, son autónomas de las jurisdicciones públicas, gobernados por valores como la justicia, el apoyo, la sostenibilidad, la colaboración, la inserción y el adeudo

con la comunidad. Igualmente son causantes del cambio desde un punto de vista social. Incluyen una amplia gama de iniciativas, pero todas intervienen en algunas características frecuentes que precisan el carácter de transformación que propicia la Economía Social y Solidaria.

2.2.4.3.El emprendimiento y la Economía Popular y Solidaria (EPS)

Palomeque y Ruiz (2018) indican que la EPS tuvo su origen dentro de Europa cerca del siglo XX ante la ausencia de armonía social dentro de los negocios que se desempeñaban en el mercado local, por ello surge como una alternativa que permita el asociacionismo de los diversos sectores productivos y económicos para lograr un mejor progreso socioeconómica, mejorar la calidad habitacional o de vida de los ciudadanos tomando como eje central los principios de la solidaridad. Además, los autores mencionan que:

La economía popular surge cuando los sectores excluidos, desempleados se reúnen y crean su propio trabajo. En algunos casos también crean sus propios circuitos o formas de comercialización, como ventas en ferias, o individuales, y 38 Inés Palomeque Córdova está considerado como un fenómeno que está presente en todos los países del mundo y abarca a una gran parte de la población. Si bien, es producto de la exclusión que genera el desarrollo actual del capitalismo, la economía popular no está completamente separada de la economía global de mercado. Los puntos de conexión son múltiples, tanto al nivel de la producción como del consumo (pág. 39).

La Economía Popular y solidaria (ESS) es un fenómeno económico en plena expansión mundial, especialmente en el Ecuador. Sin duda, esto se debe en parte a la crisis económica y financiera de 2008 y al prolongado período posterior a la crisis que, a pesar de la recuperación económica en términos macroeconómicos, ha provocado en los últimos diez años, desigualdades cada vez mayores, precarias situaciones de empleo y recortes en los servicios públicos básicos en las "sociedades de bienestar".

De acuerdo con Moreno, Gallero y Martínez (2019), el crecimiento actual de la EPS es también el resultado de la cristalización de 175 años de historia organizacional, permitiendo a muy diversos sectores sociales, a nivel global, crear alternativas a las organizaciones capitalistas tradicionales, con miras a mejorar los paralelismos de vida de la mayoría. La economía social y solidaria, a través de sus estructuras legales más conocidas (cooperativas, mutuas, etc.), está en auge en todo el mundo. Aunque se dispone de pocos estudios cuantitativos, la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) señala que actualmente hay al menos 2,6 millones de

cooperativas internacionalmente, que reúnen a alrededor de mil millones de individuos y proporcionan al menos 250 millones de puestos de trabajo. Estas cifras por sí solas son indicadores sólidos de la importancia del sector.

Las organizaciones de la economía popular y solidaria, EPS y del sector financiero popular y solidario, SFPS, se guían por los siguientes principios, según corresponda: La búsqueda del buen vivir y del bien común; la prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; el comercio justo y consumo ético y responsable; la equidad de género; el respeto a la identidad cultural; a autogestión; la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y, la distribución equitativa y solidaria de excedentes (SEPS, 2021).

2.3. Marco conceptual

El coeficiente de correlación es una medida estadística que se utiliza a menudo en los estudios para mostrar una asociación entre variables o para observar la concordancia entre dos métodos. En este apartado se discute no solo los conceptos básicos del coeficiente de correlación, como sus suposiciones y cómo se interpreta, sino también las limitaciones importantes al usar el coeficiente de correlación, como su suposición de una asociación lineal y su sensibilidad al rango de observaciones.

El coeficiente de correlación “ r ” indica acerca de la fuerza y la dirección de la relación lineal entre “ x ” – “ y ”. Sin embargo, la confiabilidad del modelo lineal también depende de cuántos puntos de datos observados haya en la muestra y se necesita mirar tanto el valor del coeficiente de correlación r como el tamaño de la muestra “ n ” juntos (Illowsky & Dean, 2022).

De manera práctica se realiza una prueba de hipótesis de la "significación del coeficiente de correlación" para resolver si la relación lineal en un conjunto de valores de la muestra es lo adecuadamente fuerte como para modelar la relación en la población. Por lo tanto, los datos de la muestra se manejan para calcular r , el coeficiente de correlación de la muestra y si se tuviera los datos para toda la población se podría encontrar el coeficiente de correlación de la población. No obstante, debido a que solo se tiene datos de muestra no se puede calcular el coeficiente de correlación de la población. El coeficiente de correlación de la muestra “ r ” es la evaluación del coeficiente de correlación de la población desconocida (CIMEC, 2021).

La prueba de hipótesis en el estudio permite solventar si el valor del coeficiente de correlación poblacional ρ es “cercano a cero” o “significativamente diferente de cero”. Decidimos esto basándonos en el coeficiente de correlación de la muestra r y el tamaño de la muestra n . Si la prueba concluye que el coeficiente de correlación es significativamente diferente de cero, decimos que el coeficiente de correlación es "significativo" (Illowsky & Dean, 2022).

Además de los aspectos formales de interpretación, existen algunas limitantes dentro del proceso de estimación del coeficiente. Según Janse et al. (2021) Una limitación importante del coeficiente de correlación es que asume una asociación lineal. Esto también significa que cualquier transformación lineal y cualquier transformación de escala de la variable X o Y , o ambas, no afectará el coeficiente de correlación. Sin embargo, las variables X e Y también pueden tener una asociación no lineal, lo que aún podría generar un coeficiente de correlación bajo, aunque las variables X e Y están claramente relacionadas. No obstante, el coeficiente de correlación no siempre devolverá 0 en caso de una asociación no lineal con una correlación exponencial con $r=0.5$. En general, antes de calcular un coeficiente de correlación, se recomienda inspeccionar un diagrama de dispersión de las observaciones para evaluar si los datos podrían describirse con una asociación lineal y si tiene sentido calcular un coeficiente de correlación.

2.4. Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador 2008.

Art. 266.- Será objetivo permanente de las políticas del Estado el desarrollo prioritario, integral y sostenido de las actividades agrícola, pecuaria, acuícola, pesquera y agroindustrial, que provean productos de calidad para el mercado interno y externo, la dotación de infraestructura, la tecnificación y recuperación de suelos, la investigación científica y la transferencia de tecnología (Asamblea Nacional, 2011).

Art. 267.- El Estado garantizará la propiedad de la tierra en producción y estimulará a la empresa agrícola. El sector público deberá crear y mantener la infraestructura necesaria para el fomento de la producción agropecuaria (Asamblea Nacional, 2011).

Art. 268.- Se concederá crédito al sector agropecuario en condiciones preferentes. El Estado propenderá a la creación de un seguro agropecuario, forestal y pesquero.

Art. 270.- El Estado dará prioridad a la investigación en materia agropecuaria, cuya actividad reconoce como base fundamental para la nutrición y seguridad alimentaria de la población y para el desarrollo de la competitividad internacional del país (Asamblea Nacional, 2011).

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Art. 2.- Ámbito.- Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento (LOEPS, 2018).

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto: a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado; b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay; c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario; d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y, e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento (LOEPS, 2018).

Art. 15.- Sector Comunitario.- Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley (LOEPS, 2018).

Art. 73.- Unidades Económicas Populares.- Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades

de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad (LOEPS, 2018).

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos.- Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes (LOEPS, 2018).

Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria

Artículo 1. Finalidad.- Esta Ley tiene por objeto establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente (LORSA, 2009).

Artículo 2. Carácter y ámbito de aplicación.- Las disposiciones de esta Ley son de orden público, interés social y carácter integral e intersectorial. Regularán el ejercicio de los derechos del buen vivir -sumak kawsay- concernientes a la soberanía alimentaria, en sus múltiples dimensiones. Su ámbito comprende los factores de la producción agroalimentaria; la agrobiodiversidad y semillas; la investigación y diálogo de saberes; la producción, transformación, conservación, almacenamiento, intercambio, comercialización y consumo; así como la sanidad, calidad, inocuidad y nutrición; la participación social; el ordenamiento territorial; la frontera agrícola; los recursos hídricos; el desarrollo rural y agroalimentario; la agroindustria, empleo rural y agrícola; las formas asociativas y comunitarias de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, las formas de financiamiento; y, aquéllas que defina el régimen de soberanía alimentaria (LORSA, 2009).

Artículo 7. Protección de la agrobiodiversidad.- El Estado así como las personas y las colectividades protegerán, conservarán los ecosistemas y promoverán la recuperación, uso, conservación y desarrollo de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella. Las leyes que regulen el desarrollo agropecuario y la agrobiodiversidad crearán las medidas legales e institucionales necesarias para asegurar la agrobiodiversidad, mediante la asociatividad

de cultivos, la investigación y sostenimiento de especies, la creación de bancos de semillas y plantas y otras medidas similares así como el apoyo mediante incentivos financieros a quienes promuevan y protejan la agrobiodiversidad (LORSA, 2009).

Artículo 12. Principios generales del fomento.- Los incentivos estatales estarán dirigidos a los pequeños y medianos productores, responderán a los principios de inclusión económica, social y territorial, solidaridad, equidad, interculturalidad, protección de los saberes ancestrales, imparcialidad, rendición de cuentas, equidad de género, no discriminación, sustentabilidad, temporalidad, justificación técnica, razonabilidad, definición de metas, evaluación periódica de sus resultados y viabilidad social, técnica y económica (LORSA, 2009).

Artículo 18. Capital.- Para desarrollar actividades productivas de carácter alimentario, el Estado impulsará la creación de fuentes de financiamiento en condiciones preferenciales para el sector, incentivos de tipo fiscal, productivo y comercial, así como fondos de garantía, fondos de re-descuento y sistemas de seguros, entre otras medidas (LORSA, 2009).

Artículo 21. Comercialización interna.- El Estado creará el Sistema Nacional de Comercialización para la soberanía alimentaria y establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores, e incentivará la eficiencia y racionalización de las cadenas y canales de comercialización. Además, procurará el mejoramiento de la conservación de los productos alimentarios en los procesos de post-cosecha y de comercialización; y, fomentará mecanismos asociativos de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores de alimentos, para protegerlos de la imposición de condiciones desfavorables en la comercialización de sus productos, respecto de las grandes cadenas de comercialización e industrialización, y controlará el cumplimiento de las condiciones contractuales y los plazos de pago (LORSA, 2009).

Artículo 31. Participación social.- La elaboración de las leyes y la formulación e implementación de las políticas públicas para la soberanía alimentaria, contarán con la más amplia participación social, a través de procesos de deliberación pública promovidos por el Estado y por la sociedad civil, articulados por el Sistema de Soberanía Alimentaria y Nutricional (SISAN), en los distintos niveles de gobierno (LORSA, 2009).

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología

Dentro de la investigación se emplean métodos que detallan los aspectos a seguir para el cumplimiento del objeto de estudio, el mismo se encuentra estructurado sobre una investigación descriptivo, poblacional y analítico-sintético, bajo la perspectiva de un enfoque de carácter mixto para contrastar el efecto de la aplicación de los instrumentales de evaluación.

Por lo tanto, para determinar la relación existente entre la orientación al mercado, la gestión de calidad y el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios de servicio alimenticio en la ciudad de Guayaquil en el año 2019, se toma una entidad de la EPS dedicada a la gestión, cultivo y comercialización de productos agrícolas en la parroquia Chongón bajo el nombre de Asociación Agrícola Ganadera Chongón, con ello se busca relacionar el objeto de estudio con el accionar y la experiencia vigente por una entidad que se encuentra bajo la normativa de la economía social en busca del Buen Vivir. Es así que es necesario aplicar los siguientes métodos:

3.2. Tipo de investigación

El proyecto es de representación descriptiva, exploratoria y explicativa. Entre lo que respalda dicha metodología se destaca lo siguiente:

- **Descriptivo:** es un proceso que permite caracterizar las variables de investigación destacando de manera clara y concisa los aspectos referidos a las causas y consecuencias de las problemáticas identificadas, la información adquirida desde fuentes primarias o secundarias que permitan actualizar la realidad de los emprendimientos solidarios de servicio alimenticio de la ciudad de Guayaquil.
- **Poblacional:** se estima como un método necesario para poder conocer la dependencia entre las variables de análisis. Tal es el caso de la orientación del mercado en relación al desarrollo sustentable y éste último con la gestión de calidad, para ello se toma como foco de exploración un emprendimiento solidario denominado “Asociación Agrícola Ganadera Chongón” del sector alimenticio y el cual se dedica a la producción, comercialización e impulso de la actividad

agropecuaria como fuente de ingreso al ser parte de la EPS. Por tal motivo, los datos no serán manipulados a libre conveniencia sino más bien tomar los valores reales y optimizar la situación problema.

- Analítico-sintético: de manera primordial para conocer cada uno de los componentes que conforman la EPS y la forma en que están siendo empleados dentro de la asociación para con ello expresar los resultados obtenidos en los instrumentos de evaluación, así como el modelo correlacional.

3.3. Enfoque de la investigación

Para alcanzar un efectivo análisis del comportamiento de emprendimientos solidarios tomando como eje de estudio a una unidad económica perteneciente a la EPS dentro de una parroquia bastante antigua del puerto principal del Guayas, es indispensable aplicar un enfoque mixto. Dicho enfoque debe su aplicación a los siguientes aspectos:

- Cualitativos: dicho método pretende enfatizarse hacia identificar de manera descriptiva cada uno de los aspectos que sustenten la influencia negativa o positiva de las gestiones de calidad en el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios de servicios de alimentos mediante la aplicación de entrevistas a individuos que participan activamente en el sector.
- Cuantitativos: tiene la finalidad generar un análisis del comportamiento de los emprendimientos solidarios en búsqueda de una buena orientación al mercado consumidor y la gestión de calidad para alcanzar el desarrollo sustentable, así mismo estableciendo una medida por las dimensiones de análisis por variable de investigación y que son abordadas en la encuesta a los miembros de la asociación. Para tales efectos se cuenta con la participación y aprobación de ejecución por parte de la presidencia de la asociación agrícola como ente que forma parte de la EPS y opera con una intervención relativamente baja por la falta de incentivos del gobierno.

3.4. Diseño de la investigación

El diseño en el desarrollo del proyecto es No Experimental debido a que no se pretende manipular los datos de manera libre, sino que se estima abordarlos, procesarlos y relacionarlos para determinar la orientación que tiene actualmente la asociación en el territorio local, además de la manera en que busca acoplarse a los emprendimientos solidarios de servicio alimenticio. Por lo tanto, no se alterará la data sino por el contrario se tomar como parte esencial para estructurar el comportamiento del mercado local de acuerdo a la EPS en la ciudad de Guayaquil.

Además, se estima emplear un modelo correlacional simple donde se involucren las variables de investigación para conocer la orientación del mercado que se medirá a través de las dimensiones de análisis y con ello poder determinar las incidencias de dichos aspectos para alcanzar un mejor desarrollo sustentable dentro de la asociación como emprendimiento solidario de servicios de alimentos.

3.5. Población

La población sujeta a estudio es la Asociación Agrícola Ganadera Chongón al ser una entidad suscrita a la Economía Popular y Solidaria (EPS) misma que forma parte de los emprendimientos solidarios que se dedican al cultivo, tratado y comercialización de bienes alimenticios en Guayaquil, se busca esclarecer la manera en que se encuentra orientado su mercado tras la ejecución de gestiones de calidad para alcanzar un efectivo desarrollo sustentable.

Dicha asociación cuenta con 24 asociados según el último registro del 2020 mismo que fue publicado en asamblea general presidido por el Sr. Francisco Arellano representante legal y principal ante las demás asociaciones del Guayas.

3.6. Muestra

La muestra por lo consiguiente se orilla a ser censal y aplicada por conveniencia a juicio del investigador, que permite adaptar las herramientas de investigación de manera directa a todo el conglomerado de asociados. Siendo perfectamente cuantificable para los procesos que impliquen el cumplimiento de los objetos de estudio. En ese sentido, para la aplicación de la encuesta se tomaron en consideración los 24 asociados de la Asociación Agrícola Ganadera

Chongón y para la generación de entrevistas serán considerados 3 individuos vinculados directa e indirectamente con la asociación, seleccionados de forma aleatoria.

3.7. Técnicas y herramientas de investigación

Dentro de las técnicas utilizadas en la investigación se consideran:

- Encuestas: aplicadas al 100% de la muestra conformada por 24 asociados de la unidad económica ubicada en la parroquia Chongón para conocer su perspectiva respecto a la orientación del mercado y la capacidad que se posee para gestionar la calidad dentro de los desarrollos sustentables en los emprendimientos solidarios.
- La entrevista lo que busca es caracterizar de manera adecuada la opinión de tres personas (1 productor, 1 gerente, 1 gestor de calidad), mismos que guardan una participación directa e indirecta en las operaciones diarias de la asociación y con la aplicación del instrumento poder identificar las incidencias cualitativas de no emplear adecuadamente los principios de la EPS sobre una asociación que se encuentra ya vinculada y contextualizar las necesidades para alcanzar el Buen Vivir.

Como herramientas para la obtención de resultados se utiliza el programa estadístico SPSS versión 26 en español y el programa Excel. Para la presentación de los resultados de las encuestas se utilizarán gráficos de pastel, el análisis de la entrevista será presentado mediante un enfoque cualitativo con una descripción detallada de los aspectos de esta. Adicionalmente para efectos del estudio se destacan las siguientes variables de investigación:

- Variable dependiente: Desarrollo Sustentable
- Variables independientes: Orientación al Mercado y Gestión de la Calidad

La variable dependiente está compuesta por los ítems K y L de la encuesta, de las variables independientes: la dimensión Orientación al Mercado está compuesta por el ítem (J) y la dimensión Gestión de la Calidad está compuesta por los ítems (A – I) de la encuesta. Con la construcción de dichas dimensiones se busca determinar la existencia de correlaciones entre ellas. Para determinar el coeficiente de correlación adecuado (Pearson o Rho de Spearman) se llevará a cabo una prueba de normalidad utilizando el estadístico Shapiro-Wilk, ya que la muestra en estudio es pequeña ($n < 30$). Las hipótesis planteadas son las siguientes:

Hipótesis de Normalidad

Ho: Los datos de la dimensión Gestión de la Calidad, Orientación al Mercado y Desarrollo Sustentable se distribuye de forma normal

H1: Los datos de la dimensión Gestión de la Calidad, Orientación al Mercado y Desarrollo Sustentable no se distribuye de forma normal

Hipótesis de Correlación 1:

Ho: No existe correlación entre la dimensión Desarrollo Sustentable y la Gestión de la Calidad

H1: Existe correlación entre la dimensión Desarrollo Sustentable y la Gestión de la Calidad

Hipótesis de Correlación 2:

Ho: No existe correlación entre la dimensión Desarrollo Sustentable y la Orientación al Mercado

H1: Existe correlación entre la dimensión Desarrollo Sustentable y la Orientación al Mercado

Para llevar a cabo el contraste de las hipótesis se considera un nivel de significancia del 5% .

3.8. Análisis de datos

3.8.1. Análisis de encuesta

Dentro del presente apartado se muestran las diversas opiniones vertidas a manera estadística respecto al cumplimiento del objeto de estudio donde se busca analizar si coexiste una influencia efectiva entre la gestión de la calidad y el desarrollo sustentable de los productores pertenecientes a la Asociación Agrícola Ganadera Chongón respecto al cumplimiento de los objetivos del desarrollo sustentable. En favor a lo mencionado se ejecuta el instrumento de evaluación y se destacan los siguientes aspectos:

Dimensión 1: Datos generales

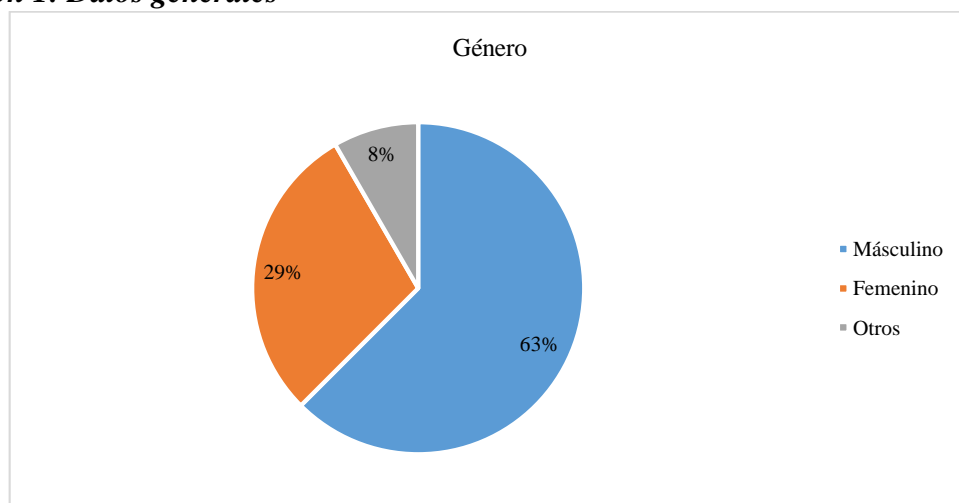


Figura 3.3. Género de los encuestados

Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
Elaborado por: Los autores

Los asociados están constituidos principalmente por el género masculino representando un 63% del total de productores pertenecientes a una institución vinculada a la Economía Popular y Solidaria (EPS), seguido a ello está el 29% que destaca al género femenino y que son principalmente jefas de hogar que buscan constantemente el aportar económicamente a sus familias. Por último, se encuentra un 8% como género indistinto y que contribuyen de manera positiva al desarrollo productivo, comercial y sustentable de la localidad.

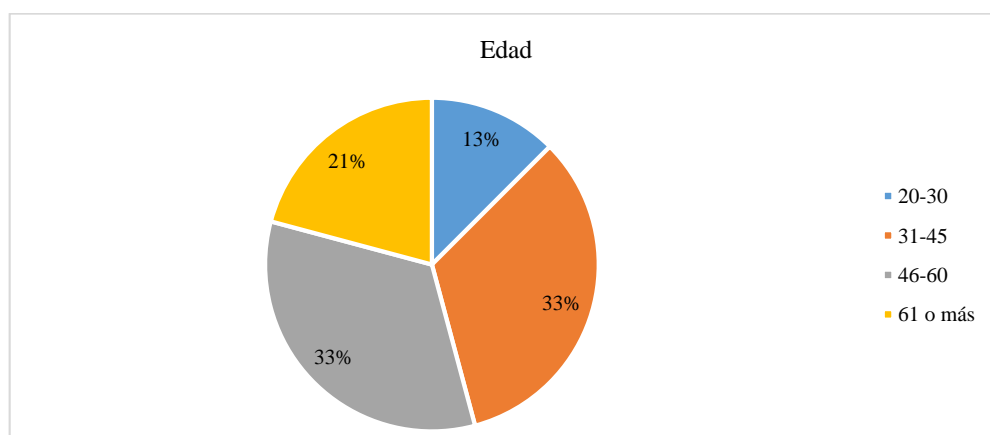


Figura 3.4. Edad de los encuestados

Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
Elaborado por: Los autores

La edad promedio de los socios se registra en un rango de 31 a 60 años así lo confirma el 66% de respuestas manifestadas y de ello se destaca que son personas que llevan un largo periodo ejecutando actividades primarias como medio de sustento para sus familias. En otro escenario se encuentra la población mayor a 61 años que mantiene una participación del 21% del total de asociado y los cuales han sido la base para incentivar a otros moradores a emplear la actividad productiva como medio de generación de ingresos y es así que un 13% de encuestados son la población más joven con 20 a 30 años.

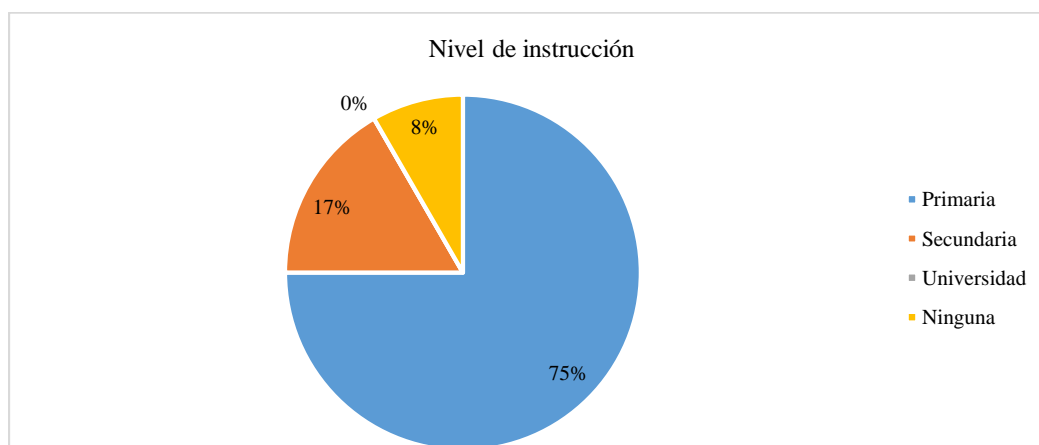


Figura 3.5. Nivel de instrucción de los encuestados
Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
Elaborado por: Los autores

El nivel de instrucción de los asociados es principalmente solo Primaria según lo expuesto por el 75% y ello se justifica por el difícil acceso a una buena educación en su niñez donde se era obligado trabajar desde temprana edad para poder sustentar sus hogares a nivel económico, pero ello comprometía directamente a dejar los estudios. Esto es contrario a lo manifestado por 17% que, si se preparó y concluyó su secundaria para no solo basarse en un conocimiento empírico sino mucho más formado a nivel académico, es así que por último se encuentra un 8% de asociados que no poseen ninguna instrucción por los motivos explicados en primera instancia y de los cuales tuvieron que elegir el trabajo sobre la educación.

Dimensión 2: Gestión de calidad

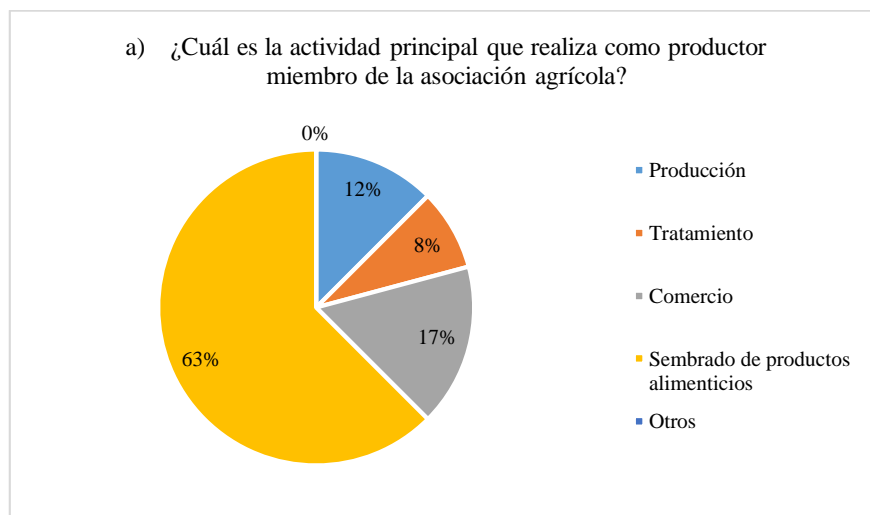


Figura 3.6. Actividad principal de los encuestados

Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
Elaborado por: Los autores

En lo correspondiente a la actividad principal que llevan a cabo los encuestados, el 63% se dedica al sembrado de productos alimenticios entre ellos se encuentran: arroz, choclo, limón, cacao, pitahaya, verde, mango, entre otros productos. En otro escenario se encuentran aquellos asociados que comercian dichos productos directamente en la localidad de Chongón o recintos aledaños y ellos tienen una participación del 17%. El 12% se dedican a la producción ganadera para posteriormente llegar al tratamiento del mismo y que es representado por el 8% de los individuos.

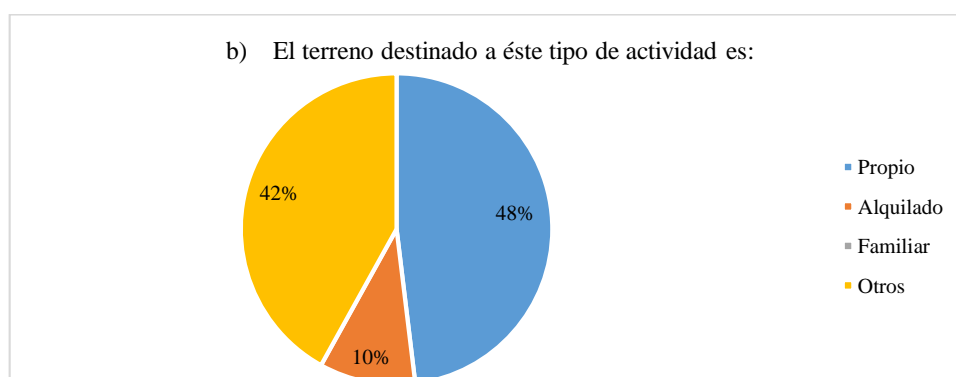


Figura 3.7. Origen del terreno destinado a la actividad productiva de los encuestados

Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
Elaborado por: Los autores

Las propiedades que poseen los asociados son en un 48% son propios por lo que no tienen que incurrir en un costo fijo por alquiler sino más bien deben preocuparse por generar los ingresos necesarios para poder mantener y producir sus tierras de manera adecuada. En otro escenario se encuentra un 42% que son más bien por herencia o por contrato por lo que mantener una actividad productiva solo se genera por temporada y a ello se rige el 10% que basan sus actividades en un terreno alquilado, del mismo deben devengar costos y gastos para obtener posteriormente la utilidad.

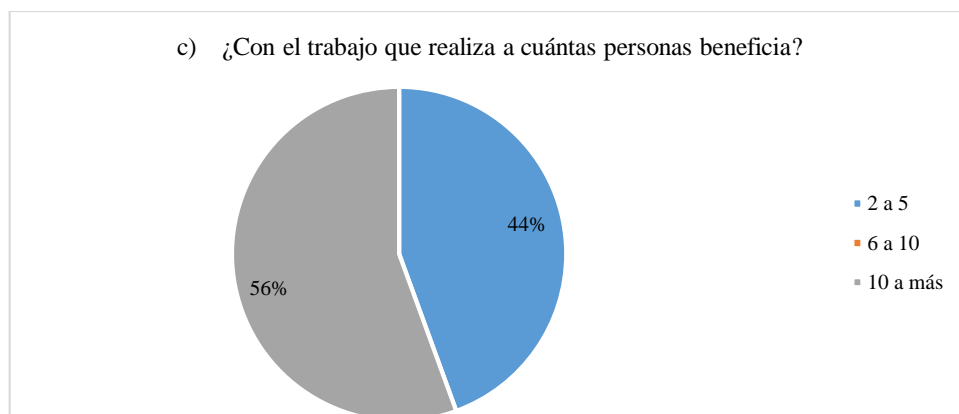


Figura 3.8. Personas beneficiadas por la actividad principal de los encuestados
 Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
 Elaborado por: Los autores

Mediante las diversas actividades descritas en la figura 3.6 se pudo destacar que las personas beneficiadas por dicha actividad en un 56% lo conforman más de 10 individuos por productor, es decir que 1 de cada productor ayuda a más de 10 personas en calidad de cultivadores, peones, supervisores, etc. No obstante, existe una minoría de asociados que solo benefician de 2 a 5 personas debido a que sus extensiones de tierra y la capacidad productiva es bastante limitada.

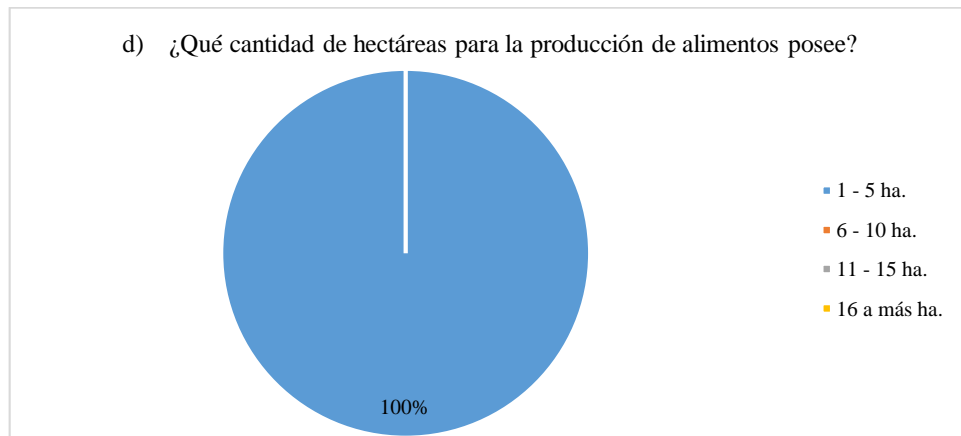


Figura 3.9. Hectáreas producidas por actividad principal de los encuestados
 Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
 Elaborado por: Los autores

Los productores en la actualidad ante la demanda alta de compradores de tierra por la innovación productiva, comercial y económica que posee la parroquia Chongón han optado por vender gran cantidad de sus tierras y es por ello que el 100% hoy en día posee entre 1 a 5 hectáreas. Dichas hectáreas son utilizadas para actividades productivas primarias como cultivo de hortalizas, vegetales, otros productos agrícolas y la ganadería.

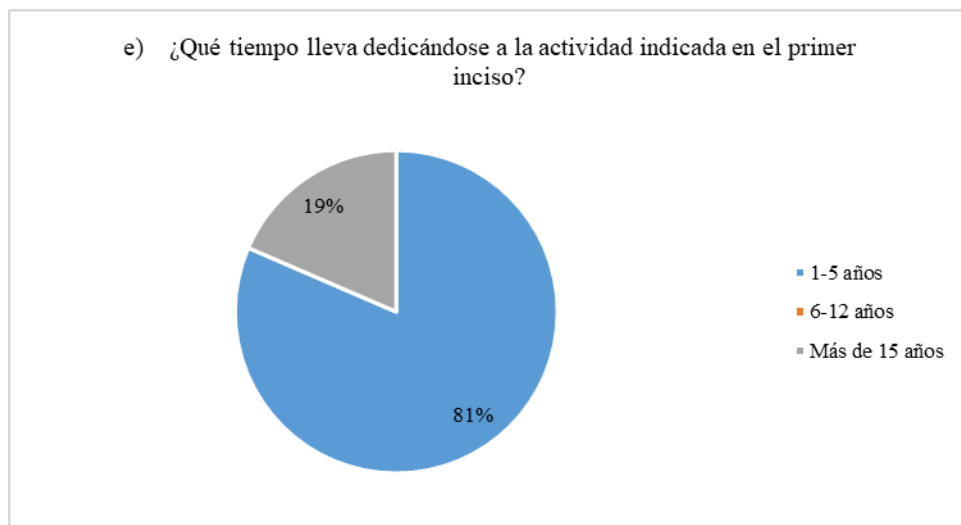


Figura 3.10. Tiempo dedicado a la actividad principal de los encuestados
 Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
 Elaborado por: Los autores

Según el 81% de los encuestados, llevan alrededor de 1 a 5 años ejecutando la actividad principal como es la productiva, comercio, sembrado, etc. Ya que ha sido tomada como parte de herencia familiar, una búsqueda de independencia económica y/o aprovechamiento de la demanda local de productos primarios. Esto ha permitido que algunos productores lleven más de 15 años en dicha actividad dado los beneficios que han generado para sus familias y la estabilidad económica constante que busca todo jefe de hogar.

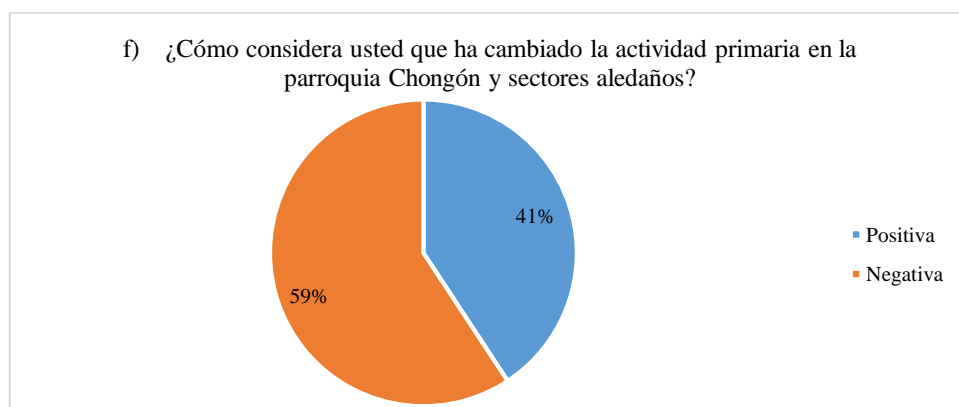


Figura 3.11. Valoración de la actividad primaria de los encuestados
Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
Elaborado por: Los autores

La valoración de la actividad primaria a través del tiempo se considera como negativa según el 59% de encuestados, esto se debe a que no se ha ejercido tantos esfuerzos para generar grandes cambios a nivel de desarrollo sustentable en Chongón y el gobierno no ha expuesto proyectos de impulso socioeconómico. Por otra parte, el 41% la indica como positiva ya que han podido hacer de dicha actividad un gran sustento para sus familias.

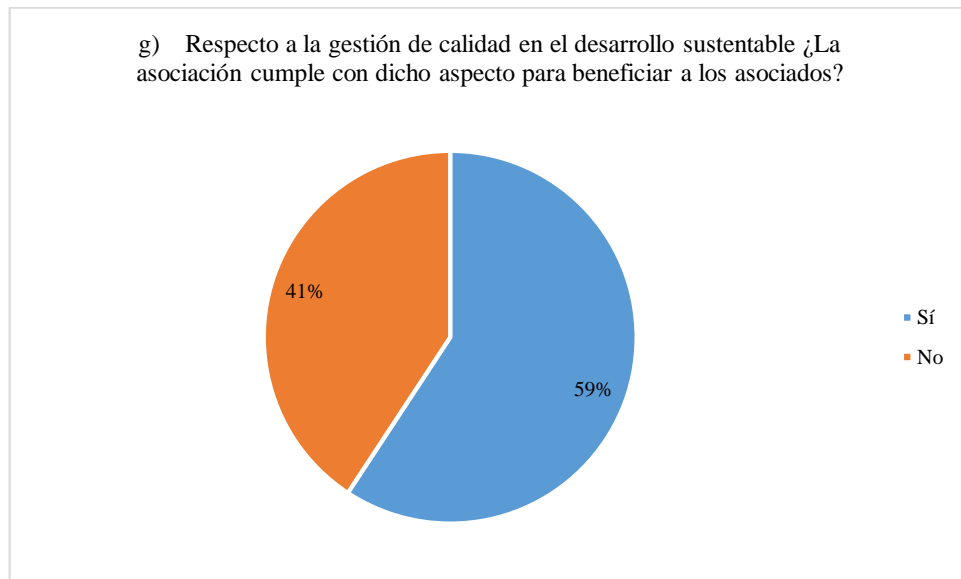


Figura 3.12. *Gestión de calidad en el cumplimiento del desarrollo sustentable de los encuestados*
 Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
 Elaborado por: Los autores

En virtud a la gestión de calidad para respetar los derechos de los asociados en el cumplimiento del desarrollo sustentable, un 59% indica que sí se han cumplido en cierta medida dichos aspectos por leves apoyos que han tenido por parte de la coordinación de dicha asociación. No obstante, este apoyo no es suficiente según el 41% dado que brindar ayuda de capacitación 1 vez al año, pequeñas campañas de desinfección o de aplicación de técnicas de producción no son suficientes para poder alcanzar un efectivo desarrollo sustentable a nivel local. Es por ello que, los asociados reclaman una mejor atención por parte de los entes estatales y privados para mejorar la calidad productiva en los sectores primarios de Chongón.

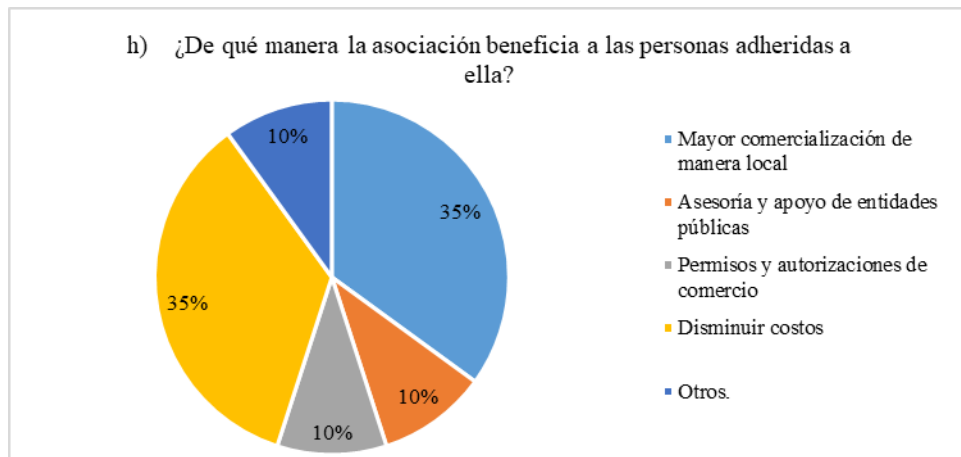


Figura 3.13. Beneficios de la asociatividad a los encuestados
 Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
 Elaborado por: Los autores

De acuerdo con los asociados existen una serie de beneficios que brinda la asociación a sus afiliados, siendo un pilar fundamental para que la cantidad de productores se mantenga constante y sacando adelante la actividad primaria en la comunidad de Chongón. De manera puntual se puede observar que un 70% indica poseer una mayor posibilidad de comercialización local de sus productos y también gozar de preferencias transaccionales con una reducción en los costos de insumos, un 10% por contrario indica que han recibido asesorías técnicas por parte de entidades públicas, permisos de comercio y autorizaciones de salidas de mercadería a otros lugares, así como otros beneficios adicionales.

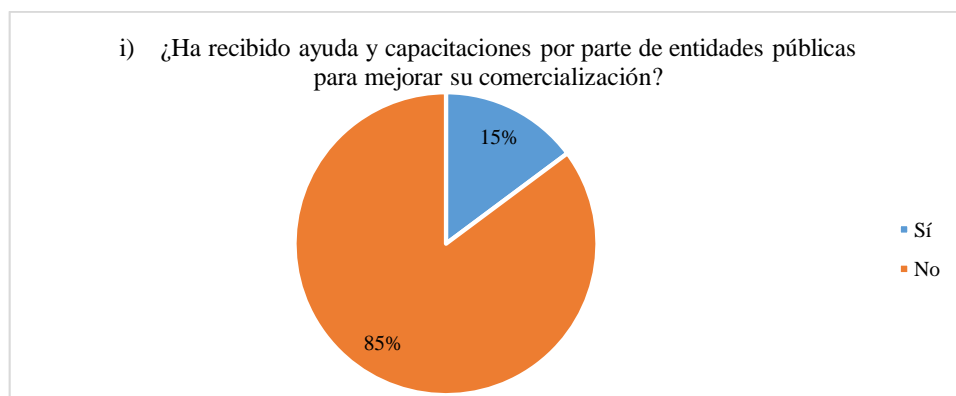


Figura 3.14. Capacitaciones recibidas a los encuestados
 Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
 Elaborado por: Los autores

Según el 85% de involucrados en la encuesta, no han recibido una mayor aportación técnica y formativa por parte de entidades públicas en materia de herramientas de comercialización, impulso económico, innovación técnica, campañas de desinfección y plagas u otras asesorías. No obstante, el 15% menciona si haberlas recibidas pero que no son constantes que lo más recurrente de dichas campañas solo son 1 vez al año, por ello se identifica como una gran necesidad local.

Dimensión 3: Orientación al mercado

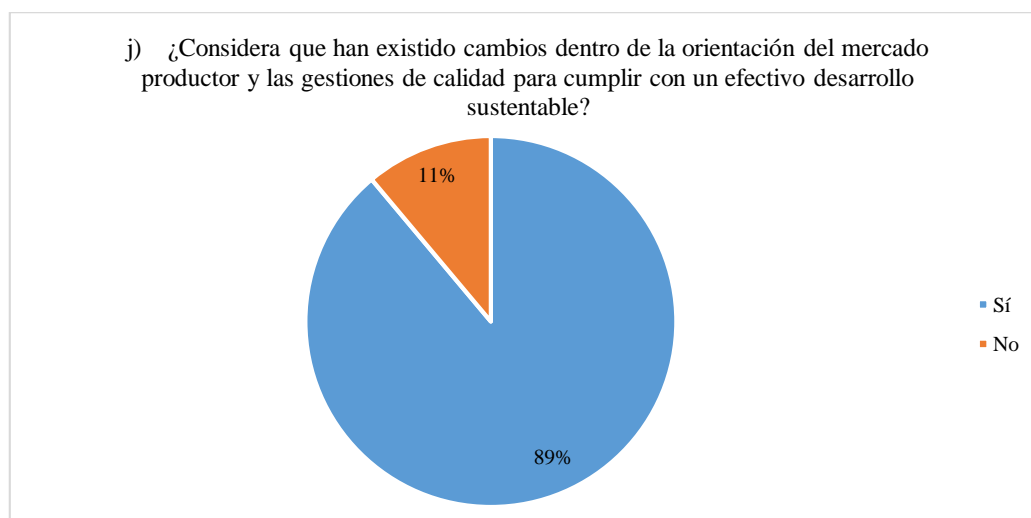


Figura 3.15. *Cambios identificados en la orientación del mercado productor y la gestión de calidad de los encuestados*

Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.

Elaborado por: Los autores

Respecto a si han existido cambios dentro de la orientación del mercado productor y las gestiones de calidad para cumplir con el objetivo del desarrollo sustentable, un 89% menciona que sí han existido cambios pero que no han sido tan significativos debido a que un apoyo externo han sido los proyectos abordados por la Alcaldía de Guayaquil donde mediante la expansión habitacional se ha generado una gran actividad comercial desde todos los sectores productivos de Chongón. Es así que un 10% indica no estar conforme con los cambios ya que se traducen en una reducción de autonomía parroquial al depender de ciertas restricciones de circulación y control por entidades públicas que muchas veces en lugar de aportar pues generan pérdidas.

Dimensión 4: Desarrollo sustentable

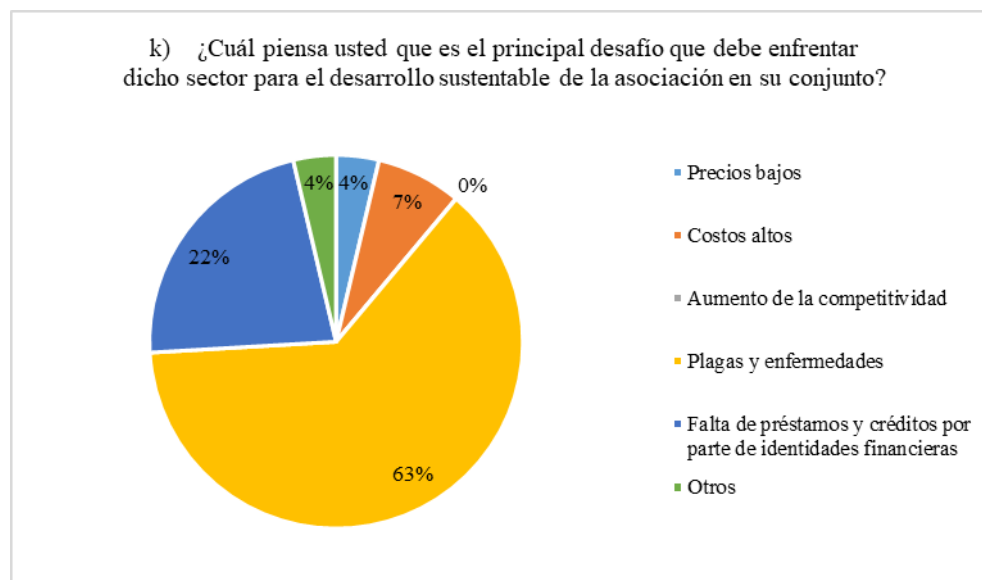


Figura 3.16. Actividad principal de los encuestados

Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.

Elaborado por: Los autores

En la figura 3.16 se abordan los principales desafíos que los asociados se enfrentan para que se cumplan los términos del desarrollo sustentable dentro de la asociación agrícola y en base a ello un 63% menciona que su mayor preocupación son las plagas y enfermedades que azotan sus plantaciones, productos cosechados, bodegas de almacenamiento y demás espacios que retienen el producto para posterior comercialización.

Por otro lado, un 22% indica que los precios bajos hacen perder el incentivo económico ante la manipulación del mercado de precios por parte de ciertos productores que por vender más volumen pues prefieren rematar sus productos para que no se les echen a perder, así mismo un 7% indica que los costos altos de los insumos generan una menor productividad ante la disminución de los ingresos y la poca facilidad adquisitiva para comprar insumos.

Así mismo, un 4% indica que el acrecentamiento de la competencia y la ausencia de préstamos por parte de entidades financieras es una gran barrera para crecer económicamente.

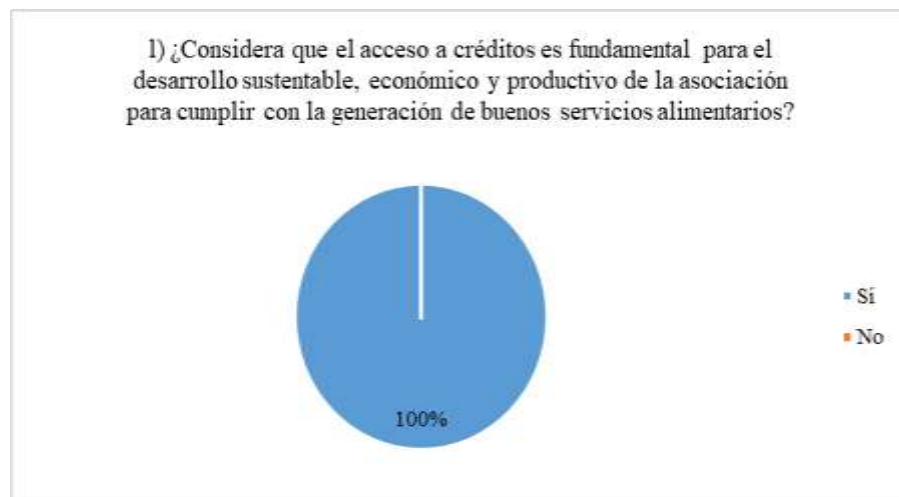


Figura 3.17. Importancia de los créditos financieros para los encuestados
 Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.
 Elaborado por: Los autores

Por último, se aborda con los asociados la importancia de poseer acceso a créditos para alcanzar un mejor desarrollo sustentable, económico y productivo por parte de la entidad para llegar a generar un mejor servicio alimentario dentro de la localidad e implícitamente en la ciudad de Guayaquil. En base a ello, el 100% de los encuestados menciona que es un aspecto importante por ser una unidad económica que pertenece a la Economía Popular y Solidaria donde es necesario que se respeten los principios de soporte al sector productor primario para el alcance del Buen Vivir impulsado desde el gobierno de correista, mismo que hasta la fecha no ha sido acatado por completo por las entidades públicas dentro de la comunidad de Chongón y sus sectores productivos.

3.8.2. Análisis general de entrevista

Dentro del presente apartado se destacan los aspectos más importantes que se han podido rescatar de la entrevista sujeta a 3 individuos que conocen del sector de Chongón y sus proyecciones respecto al Desarrollo Sustentable. Los participantes fueron:

- Sr. Francisco Arellano (Representante legal de la asociación): el abordaje del instrumento con el presidente de la asociación se debe a que se buscaba un acercamiento respecto a la manera en que están siendo empleados los principios normativos de la EPS

dentro de la unidad económica, el apoyo que, vertido el gobierno, sus necesidades y demás datos relevantes para el estudio.

- Sr. Segundo Solórzano (productor): en su calidad de productor se busca la manera en que ellos están percibiendo el actuar de las entidades públicas respecto a la gestión de calidad, el cumplimiento de sus derechos como participante activo de sector primario, etc.
- Ing. Danny Torres (Gestor de calidad y presidente de la comuna Chongón): al ser un vínculo directo con el gobierno zonal, se busca conocer los diversos proyectos que tiene el gobierno respecto al incentivo de desarrollo sostenible y sustentable que está experimentando el territorio al ser considerado “El Nuevo Guayaquil”. Por lo tanto, se aborda con el fin de proporcionar un contexto social, económico y político respecto a la participación de la EPS en los productores locales.

Al indagar si los entrevistados conocen sobre la orientación del mercado y los medios que son utilizados para el progreso sustentable de los comercios solidarios dentro de la parroquia Chongón, desde un punto de vista del productor desconocen por completo lo que es un desarrollo sustentable y si se habla de crecimiento económico es un aspecto relativamente nulo donde el poder público no ha ejercido mayor cambio. Por otro lado, el gerente de un pequeño emprendimiento local y el gestor de calidad coinciden en que la orientación del mercado actualmente en Chongón se encuentra en pleno auge de expansión dados los cambios ejercidos por los planes de expansión habitacional por parte de la Alcaldía de Guayaquil y esto simboliza una inmensa oportunidad para alcanzar el destacado desarrollo sustentable efectivo dentro de la comunidad en un corto plazo.

Respecto a la gestión de la calidad del producto, existe un 100% de concordancia por los expertos de que los productos locales no pasan por ningún tipo de control de calidad dentro de aquellos asientos donde la producción es totalmente rustica y comercializada de manera directa en los hogares, tiendas y mini tiendas de la localidad. No obstante, existen fábricas de exportación de frutas, extractos de frutas y hortalizas que sí cumplen con grandes estándares de calidad, pero su información técnica es totalmente confidencial.

El productor al ser cuestionado sobre la perspectiva de los emprendimientos solidarios, éste menciona que no ve una gran diferencia debido a que los beneficios que imparte la asociación al ser parte del EPS es mínimo como se lo sustentó en la encuesta pero por otro lado, el gerente menciona que actualmente esa perspectiva es buena ante los cambios proyectados a nivel económico para Chongón y el gestor de calidad también indica que si las unidades de control interno ejercen mayores esfuerzos pueden hacer que los negocios solidarios de la línea alimenticia tengan un gran empuje tanto económico como comercial.

En lo referente al accionar de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón y su orientación del mercado e impulso de la gestión de la calidad para alcanzar un buen desarrollo sustentable, los entrevistados indican que para nada es cumplido o está próximo a cumplirse sino se emplean medidas al respecto y se le exige a los organismos del gobierno a mejorar sus oportunidades de tecnificación productiva, apertura de créditos financieros, capacitaciones a nivel comercial y demás aspectos que mejoren la perspectiva socioeconómica a nivel local.

Los limitantes como tales ya han sido abordados que parten desde la ayuda técnica hasta la financiación de nuevos proyectos productivos o para la adquisición de insumos para una mejor productividad local.

Por lo tanto, si se ejerce un mayor esfuerzo por parte de unidades económicas tanto públicas como privadas se estima que el alcance de los principios del desarrollo sustentable en las unidades solidarias del sector comercial alimenticio de la parroquia Chongón va a ser un gran empuje para que los asociados puedan continuar aportando de manera favorable con trabajo, dinero para la sostenibilidad financiera de sus empleados y los hogares de los cuales son a principal fuente de ingreso, una mayor capacidad comercial de los productores locales y el alcance de los objetivos del “Buen Vivir” como unidad perteneciente a la Economía Popular y Solidaria.

3.8.3. Análisis de las correlaciones

De acuerdo con los resultados de la prueba de normalidad que se visualiza en la tabla 3.1, los datos no tienen una distribución de forma normal, tal y como los p-valor son menores que el nivel de significancia de 0,05, indicando que se debe rechazar la hipótesis nula de que los datos se distribuyen de forma normal.

Tabla 3. 1.*Resultado de la prueba de normalidad de las dimensiones*

Dimensión	Estadístico	gl	p-valor
Gestión de Calidad	0,872	24	0,006
Orientación al Mercado	0,598	24	0,000
Desarrollo Sustentable	0,851	24	0,002

Nota: nivel de significancia al 5%. Fuente: Encuesta a productores de la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.

Según el resultado de la prueba de normalidad se decide seleccionar el estadístico Rho de Spearman como el adecuado para llevar a cabo la prueba de correlaciones entre las dimensiones, siendo el más idóneo ante la ausencia de normalidad. De la Tabla 3.2., se pudo determinar que la correlación entre la Gestión de Calidad y el Desarrollo Sustentable ha resultado significativa ($p\text{-valor} = 0,001 < 5\%$), es decir, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que, si existe asociación entre ambas dimensiones.

Además, el valor del coeficiente $r = 0,730$ indica que la relación es positiva y alta, entre ambas dimensiones. Esto quiere decir, que existe una relación directa y positiva, así que un adecuado manejo de la Gestión de la Calidad con un enfoque positivo permitirá un mejor desempeño del desarrollo sustentable de los productores pertenecientes a la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.

Tabla 3. 2.*Resultado de la Correlación entre la Dimensiones Gestión de calidad y desarrollo sustentable*

Dimensión	Coeficiente de correlación	Gestión de calidad	Desarrollo Sustentable
Gestión de Calidad	r	1,0	0,730**
	p-valor		0,001
	N	24	24
Desarrollo Sustentable	r	0,730**	1,0
	p-valor	0,001	
	N	24	24

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

Mediante la Tabla 3.3., se pudo observar que la correlación entre la dimensión Orientación al Mercado y el Desarrollo Sustentable, ha resultado significativa ($p\text{-valor} = 0,002 < 5\%$), es decir, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que, si existe asociación entre ambas dimensiones. También se obtuvo que el valor del coeficiente $r = 0,699$ indicando que la relación es positiva y alta, entre ambas dimensiones. Esto quiere decir, que existe una relación directa donde una adecuada Orientación de Mercado generará un mejor desempeño del Desarrollo Sustentable de los productores pertenecientes a la Asociación Agrícola Ganadera Chongón.

Tabla 3. 3.

Resultado de la Correlación entre la Dimensiones Orientación de mercado y desarrollo sustentable

Dimensión	Coefficiente de correlación	Orientación al Mercado	Desarrollo Sustentable
Orientación al Mercado	r	1,0	0,699**
	p-valor		0,002
	N	24	24
Desarrollo Sustentable	r	0,699**	1,0
	p-valor	0,002	
	N	24	24

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

CONCLUSIONES

Mediante el perfeccionamiento de la actual investigación enlazada a determinar la relación existente sobre la orientación al mercado, la gestión de calidad y el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios de servicio alimenticio en el puerto principal del Guayas-Guayaquil en el año 2019, dentro de este proceso se toma como objeto de estudio a la Asociación Agrícola Ganadera Chongón para poder contextualizar la forma en que la Economía Popular y Solidaria (EPS) está rigiendo la actividad productiva de la asociación dado que se identificaron problemáticas, tales como: desorganización a nivel productivo, escaso crecimiento por falta de incentivos públicos y privados, limitada apertura a mercados comerciales a nivel local, poco soporte por parte de entidades primordiales para el progreso productivo siendo uno de los casos el del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca – MAGAP, AGRIPAC, entre otros.

Ante ello se ejecuta un estudio para corroborar si coexiste una influencia real entre la orientación al mercado y el desarrollo sustentable, donde mediante la evaluación de correlaciones se observa dicha correlación es moderada y directa (positiva), sobre las variables teniendo una significancia $p\text{-valor} = 0,002 < 5\%$ y rechazando la hipótesis nula dado que además se determina un valor del coeficiente en $r = 0,699$ identificando si se emplean buenas medidas internas respecto al mercado generará un mejor desempeño para alcanzar el Desarrollo Sustentable de los productores pertenecientes a la asociación.

Por otra parte, se emplea un análisis para identificar si existe una influencia positiva entre la gestión de la calidad y el desarrollo sustentable, dando como resultado que hay una alta significancia donde $p\text{-valor} = 0,001 < 5\%$, es decir, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que, si existe asociación entre ambas dimensiones. El estudio es confirmado por la relación positiva y alta demostrada cuantitativamente por el valor del coeficiente $r = 0,730$, por lo que es conveniente no solo centrarse en la orientación del mercado sino también en fusionar políticas para emplear mejores esfuerzos y optimizar la gestión de la calidad.

Finalmente, se estima que el actual proyecto sirva para la toma de decisiones por parte de los dirigentes de la asociación y resarcir en el corto plazo los escenarios negativos por los que se encuentran atravesando e impulsar la recuperación efectiva de la actividad primaria en perspectiva de alcanzar un efectivo desarrollo sustentable de la comunidad a través de los servicios alimenticios solidarios.

RECOMENDACIONES

- El gobierno nacional debe redoblar sus esfuerzos para fomentar el desarrollo de la EPS a través de la cadena de valor agroindustrial y asociativa de los pequeños productores y agricultores que son de la provincia del Guayas, mismos que dependen de la fuerza pública para impulsar su producción.
- El MAGAP en conjunto a las instituciones privadas de interés social deben promover la comercialización justa e imparcial, proporcionando el acceso a los principios positivos sustentados constitucionalmente para con ello mejorar los sectores productivos, en particular los más débiles o que se encuentran con bajo margen de inducción técnica.
- Las entidades financieras deben crear un programa de asignación y apertura de créditos para aquellos productores que necesiten diversificar sus procesos productivos para con ello asegurar el crecimiento de su actividad económica y respaldar el alcance de un efectivo desarrollo sustentable.
- Las entidades responsables de la EPS deben emplear campañas de socialización e inducción productiva para llegar a un fortalecimiento de capacidades para la unificación de las gestiones asociativas, institucionales y desarrollo de cadenas de valor de los productores pertenecientes a la EPS.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajuntament de Barcelona. (2021). *Economía Social y Solidaria*. Obtenido de Economy, Employment, Competitiveness and Tax: <https://ajuntament.barcelona.cat/economia-social-solidaria/en/what-Social-and-Solidarity-Economy>
- ArceorMittal. (2021). *10 Objetivos de Desarrollo Sustentable*. Obtenido de https://mexico.arcelormittal.com/sustentabilidad/10-objetivos-sustentabilidad?sc_lang=es
- Asamblea Nacional. (2011). *Constitución de la República del Ecuador 2008*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Barco, S., Bodini, R., Roy, M., & Salvatori, G. (2019). *Financial Mechanisms for Innovative Social and Solidarity Economy Ecosystems*. Obtenido de International Labour Organization : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_728374.pdf
- Burgos, J., Burgos, J., Márquez, C., & Tello, G. (2019). La orientación al mercado y el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios en el Ecuador. (40), 5. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/19403705.html>
- CAF. (2014). *¿Qué es la transformación productiva?* Obtenido de Banco de Desarrollo de América Latina: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2014/05/que-es-la-transformacion-productiva/>
- Camisión, C. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoque, Modelos y Sistemas* (1ra ed.). Madrid-España.
- CEPAL. (2021). *El desarrollo sustentable: transformación productiva, equidad y medio ambiente*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/2138-desarrollo-sustentable-transformacion-productiva-equidad-medio-ambiente>
- CFI. (2021). *Quality Management*. Obtenido de CFI Education Inc.: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/quality-management/>
- de Molina, A. (2018). *¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa?* Obtenido de Conexión esan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/>
- Diario Granma. (2013). *¿Qué diferencia existe entre desarrollo sostenible y desarrollo sustentable?* Obtenido de <http://www.granma.cu/granmad/2013/04/30/nacional/artic04.html>

- Esteban, Á., Millan, A., Molina, A., & Consuegra, D. (2002). Market orientation in service: A review and analysis. *European Journal of Marketing*, 36(9-10). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/235303444_Market_orientation_in_service_A_review_and_analysis
- Feijó, N., Feijó, T., Moreira, J., & Salazar, G. (2020). Emprendimiento social y desarrollo sostenible. *Polo de conocimiento*, 5(3), 374-388. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7398430.pdf>
- Freeman, G. (2019). *What is Quality Management and Why Does it Matter?* Obtenido de <https://www.qualitymag.com/articles/95237-what-is-quality-management-and-why-does-it-matter>
- Fuentes, P. (2010). La orientación al mercado: Evolución y medición de un enfoque de gestión que trasciende al marketing. *Revista Perspectivas*(25), 25-83. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454004.pdf>
- Guézennec, C., & Maloche, G. (2013). *Impact Investing: a Way to Finance the Social and Solidarity Economy? An International Comparison*. Obtenido de <https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/inv.pdf>
- INEC. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), diciembre 2019*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Diciembre-2019/Boletin%20tecnico%20de%20pobreza%20diciembre%202019_d.pdf
- ISO 9001:2015. (2016). *Desarrollo del concepto de calidad*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- ISOTools. (2021). *Sistemas de Gestión de Calidad*. Obtenido de <https://www.isotools.org/normas/calidad/>
- Ivette, A. (2021). *Desarrollo sostenible*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-sostenible.html>
- Jaworski, B., Kohli, A., & Sahay, A. (2000). Market-driven versus driving markets. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 45-54.
- Larrouyet, M. (2015). *Desarrollo sustentable : origen, evolución y su implementación para el cuidado del planeta*. Obtenido de Universidad Nacional de Quilmes : https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/154/TFI_2015_larrouyet_003.pdf?sequence=1#:~:text=El%20desarrollo%20sustentable%20es%20sin%20C3%B3nimo,originalmente%20E2%80%9CNuestro%20Futuro%20Com%20C3%BA%20E2%80%9D

- LOEPS. (2018). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Asamblea Nacional:
<https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- LORSA. (2009). *Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria*. Obtenido de <https://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/pacha/wp-content/uploads/2011/04/LORSA.pdf>
- MBN. (2021). *¿Qué es la orientación del mercado? Definición e importancia*. Obtenido de Market Business News: <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/market-orientation-definition-meaning/>
- Meza, A., & Vera, R. (2014). *Sistema de mejoramiento continuo de comercialización y su efecto sobre la rentabilidad de la microempresa quesera "La Dolorosa" recinto El Limón de la parroqui Balsapamba, prov. Bolívar*. Obtenido de Universidad Técnica de Babahoyo: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/426/T-UTB-FAFI-IC-000147.pdf;jsessionid=38B36B1E81329CF0DCEB4745CAEDA9AF?sequence=1>
- Molina, S. (2018). *¿Por qué tu empresa debe contar con un buen sistema de gestión de calidad?* Obtenido de <https://mydatascope.com/blog/es/por-que-tu-empresa-debe-contar-con-buenos-sistemas-de-gestion-de-calidad/>
- Moreno, A., Adrián, G., & Martínez, M. (2019). *¿Es la economía social y solidaria una alternativa viable al capitalismo tradicional?* Obtenido de <https://www.equaltimes.org/is-the-social-and-solidarity?lang=es#.YQkyOI5KiM8>
- Muralikrishna, I., & Manickam, V. (2017). *Sustainable Development*. Obtenido de Environmental Management: <https://www.sciencedirect.com/topics/earth-and-planetary-sciences/sustainable-development>
- MyNews. (2021). *La orientación al mercado*. Obtenido de MyNews: <https://mynews.es/la-orientacion-al-mercado/>
- Naciones Unidas. (2002). *Cumbre de Jhannesburgo*. Jhannesburgo: Naciones Unidas.
- Naciones Unidas. (2020). *Ecuador*. Obtenido de Voluntary National Review 2020: <https://sustainabledevelopment.un.org/memberstates/ecuador#>
- Orellana, P. (2021). *Proceso de mejora continua*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-mejora-continua.html>
- Perryer, S. (2018). *The 8 universal principles of quality management*. Obtenido de Perkbox: <https://www.perkbox.com/uk/resources/blog/8-universal-principles-of-quality-management>

- Polemeque, I., & Ruiz, J. (2018). *Estrategias de gestión para el emprendimiento de los sectores de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Universidad Técnica de Machala: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12508/1/EstrategiasDeGestionParaElEmprendimiento.pdf>
- QMS. (2021). *Qué es el sistema de gestión de calidad*. Obtenido de Quality Management System: <https://asq.org/quality-resources/quality-management-system>
- Roberts, G. (2019). *Marketing orientation approaches*. Obtenido de The five marketing orientations and their advantages and disadvantages: <https://www.orientation.agency/insights/marketing-orientation-approaches>
- Rodríguez, C. (2016). El emprendimiento solidario: una alternativa empresarial para enfrentar los desafíos de la globalización en el siglo XXI. *Revista CrearE, 1*, 10-25. Obtenido de Revista CrearE: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/128/1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Revista Katharsi(21)*, 419-448. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5850542.pdf>
- SEPS. (2021). *Conoce que es la Economía Popular y Solidaria (EPS)*. Obtenido de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria : <https://www.seps.gob.ec/interna?conoce-la-eps>
- Sepúlveda, C., & Reina, W. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos. Un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia, 21(73)*, 33-149. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29045347003/html/>
- Sociolab. (2019). *10 ejemplos de emprendimiento social*. Obtenido de Comunicaciones Socialab: <https://blog.socialab.com/10-ejemplos-de-emprendimiento-social/#:~:text=Un%20emprendimiento%20social%20no%20es,continuaci%C3%B3n%20veremos%20los%20m%C3%A1s%20importantes.>
- UNESCAP. (2016). *Transformations for Sustainable Development: Promoting Environmental Sustainability in Asia and the Pacific*. Obtenido de United Nations: <https://www.unescap.org/sites/default/files/Full%20report.pdf>
- UNESCO. (2021). *Sustainable Development*. Obtenido de <https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/what-is-esd/sd>
- UNIS. (2021). *Proyectos de emprendimiento solidario*. Obtenido de UNIS Campus Fraijanes: <https://unis.edu.gt/proyectos-emprendimiento-solidario/>

- Utting, P. (2013). *Qué es la Economía Social y Solidad y por qué es importante*. Obtenido de <https://oxfamapps.org/fp2p/beyond-the-fringe-realizing-the-potential-of-social-and-solidarity-economy/>
- Villalba, U., Egia, A., & Pérez, J. (2020). Convergencias entre lo social y lo solidario Objetivos de Economía y Desarrollo Sostenible: Estudio de caso en el País Vasco. *Sustainability*, 19. Obtenido de <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/13/5435/pdf>
- Westreicher, G. (2021). *Industria alimentaria*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/industria-alimentaria.html>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

La presente encuesta es abordada con la finalidad de conocer la viabilidad de emplear “La orientación al mercado y la gestión de calidad en el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios de servicio alimenticios en la ciudad de Guayaquil”, la información recabada será empleada con fines académicos y la misma contará de absoluta confidencialidad.

Por favor, marcar con un X la casilla que crea correspondiente.

Género

Masculino

Femenino

Otros

Edad

20-30

31-45

46-60

61 o más

Nivel de Instrucción

Primaria

Secundaria

Universidad

Ninguna

GESTIÓN DE CALIDAD

a) ¿Cuál es la actividad principal que realiza como productor miembro de la asociación agrícola?

Producción

Sembrado de productos alimenticios

Tratamiento

Comercio

Otros. Especifique cuál _____

b) El terreno destinado a éste tipo de actividad es:

Propio

Alquilado

Familiar

Otros. Especifique cuál _____

c) ¿Con el trabajo que realiza a cuántas personas beneficia?

2 a 5

6 a 10

10 a más

d) ¿Qué cantidad de hectáreas para la producción de alimentos posee?

1 - 5 ha.

6 - 10 ha.

11 - 15 ha.

16 a más ha.

e) **¿Qué tiempo lleva dedicándose a la actividad indicada en el primer inciso?**

1-5 años

6-12 años

Más de 15 años

f) **¿Cómo considera usted que ha cambiado la actividad primaria en la parroquia Chongón y sectores aledaños?**

Positiva

Negativa

g) **Respecto a la gestión de calidad en el desarrollo sustentable ¿La asociación cumple con dicho aspecto para beneficiar a los asociados?**

Sí

No

h) **¿De qué manera la asociación beneficia a las personas adheridas a ella?**

Mayor comercialización de manera local

Asesoría y apoyo de entidades públicas

Permisos y autorizaciones de comercio

Disminuir costos

Otros. Especifique cuál _____

i) **¿Ha recibido ayuda y capacitaciones por parte de entidades públicas para mejorar su comercialización?**

Sí

No

¿Cuáles? _____

ORIENTACIÓN AL MERCADO

j) **¿Considera que han existido cambios dentro de la orientación del mercado productor y las gestiones de calidad para cumplir con un efectivo desarrollo sustentable?**

Sí

No

DESARROLLO SUSTENTABLE

k) **¿Cuál piensa usted que es el principal desafío que debe enfrentar dicho sector para el desarrollo sustentable de la asociación en su conjunto?**

- Precios bajos
- Costos altos
- Aumento de la competitividad
- Plagas y enfermedades
- Falta de préstamos y créditos por parte de entidades financieras
- Otros.
- Especifique cuál _____

l) **¿Considera que el acceso a créditos es fundamental para el desarrollo sustentable, económico y productivo de la asociación para cumplir con la generación de buenos servicios alimentarios?**

- Sí
- No

Anexo 2. Formato de entrevista


La presente entrevista se genera para conocer la realidad socioeconómica del objeto de estudio respecto al desarrollo sustentable de los emprendimientos solidarios de servicios alimenticios:

1. ¿Qué conoce de la orientación del mercado para mejorar el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios como la asociación agrícola de la localidad de Chongón?
2. En relación a la pregunta anterior ¿Considera que la gestión de la calidad del producto comercializado es el correcto?
3. ¿Cuál es la perspectiva que tiene respecto a los emprendimientos solidarios y su aporte al desarrollo económico de una sociedad?
4. Respecto a la Asociación Agrícola Ganadera Chongón ¿Considera que llevan una buena orientación de mercado y gestión de calidad para alcanzar un efectivo desarrollo sustentable?
5. En relación a su respuesta ¿Cuáles considera que son los principales limitantes?
6. Finalmente ¿Considera que la influencia sobre los aspectos detallados es positiva para la asociación agrícola?


Anexo 3. Validación de expertos

FICHA DE VALIDACIÓN DE ENCUESTA

CRITERIOS A EVALUAR											
ITEM	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Lenguaje adecuado con el nivel		Mide lo que pretende		OBSERVACIONES
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
a	X		X		X		X		X		A pesar de cumplir los criterios, considero que no guarda relación con el constructo de Gestión de Calidad
b	X		X		X		X		X		A pesar de cumplir los criterios, considero que no guarda relación con el constructo de Gestión de Calidad
c	X		X		X		X		X		A pesar de cumplir los criterios, considero que no guarda relación con el constructo de Gestión de Calidad
d	X		X		X		X		X		A pesar de cumplir los criterios, considero que no guarda relación con el constructo de Gestión de Calidad
e	X		X		X		X		X		A pesar de cumplir los criterios, considero que no guarda relación con el constructo de Gestión de Calidad
f	X		X		X		X		X		A pesar de cumplir los criterios, considero que no guarda relación con el constructo de Gestión de Calidad
g	X		X		X		X		X		
h	X		X		X		X		X		
i	X		X		X		X		X		
j	X		X		X		X		X		Colocar una nota del significado de orientación al mercado

CRITERIOS A EVALUAR											
ITEM	Claridad en		Coherencia		Inducción		Lenguaje		Mide lo		OBSERVACIONES
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
k	X		X		X		X		X		Colocar una nota del significado de Desarrollo sustentable
l	X		X		X		X		X		Colocar una nota del significado de Desarrollo sustentable
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X		Es importante mencionar que si la investigación es descriptiva, no hay inconveniente en la presentación de la preguntas. No obstante, si desean realizar una investigación correlacional, el instrumento debería diseñarse considerando la escala de likert (ya sea para aplicar en un modelo de regresión múltiple o ecuaciones estructurales)
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems que deban ser añadidos									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:			X			NO APLICABLE:					
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:			Javier Burgos Yambay								
C.I:			0922379300								
Firma:											
Fecha:			1/2/2022								

FICHA DE VALIDACIÓN DE ENCUESTA

CRITERIOS A EVALUAR															
ITEM	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		OBSERVACIONES				
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
a	X		X		X	X			X						
b	X		X		X	X			X						
c	X		X		X	X			X						
d	X		X		X	X			X						
e	X		X		X	X			X						
f	X		X		X	X			X						
g	X		X		X	X			X						
h	X		X		X	X			X						
i	X		X		X	X			X						
j	X		X		X	X			X						
k	X		X		X	X			X						
l	X		X		X	X			X						
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES				
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X						
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X						
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial									X						
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems que deban ser añadidos									X						
VALIDEZ															
APLICABLE:								NO APLICABLE:							
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						Validar con un experto en el diseño de encuestas. Ejemplo: docentes de estudios de mercado / mercadeo etc									
Validado por:		VIVIANA BORJA													
C.I.:		924413016													
Firma:		 <small>Validado electrónicamente por:</small> YOLANDA VIVIANA BORJA LIGUA													
Fecha:		29-ene-22													