



DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

CONTRIBUCIONES DESDE DIFERENTES
DIMENSIONES DE LA EMPRESA

Organizadores:

Carolina Uzcátegui Sanchez
Emanuel Ferreira Leite



DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

CONTRIBUCIONES DESDE DIFERENTES
DIMENSIONES DE LA EMPRESA

Organizadores:

Carolina Uzcátegui Sanchez
Emanuel Ferreira Leite



UMET
UNIVERSIDAD
METROPOLITANA

RILCO
Red de Investigación Latinoamericana en
Competitividad de Organizaciones

 **FAEDPYME**
Fundación para el Análisis Estratégico y
Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa

 **RIIM**
Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia

 **Atena**
Editora
Año 2023

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Ellen Andressa Kubisty

Luiza Alves Batista

Nataly Evilin Gayde

Thamires Camili Gayde

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2023 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2023 Os autores

Copyright da edição © 2023 Atena

Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano

Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras

Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará

Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Edevaldo de Castro Monteiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Renato Jaqueto Goes – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Desafíos y oportunidades de desarrollo sostenible: contribuciones desde diferentes dimensiones de la empresa

Diagramação: Ellen Andressa Kubisty
Correção: Yaiddy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadores: Carolina Uzcátegui Sanchez
 Emanuel Ferreira Leite

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)	
D441	<p>Desafíos y oportunidades de desarrollo sostenible: contribuciones desde diferentes dimensiones de la empresa / Organizadores Carolina Uzcátegui Sanchez, Emanuel Ferreira Leite. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2023.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-258-2043-9 DOI: https://doi.org/10.22533/at.ed.439232211</p> <p>1. Desenvolvimento sustentável. I. Sanchez, Carolina Uzcátegui (Organizador). II. Leite, Emanuel Ferreira (Organizador). III. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDD 338.927</p>
Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166	

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná – Brasil
 Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos los evaluadores que, con su inquebrantable dedicación y compromiso durante el proceso de revisión de cada capítulo, se convirtieron en piezas fundamentales para la concreción de este proyecto. La naturaleza transparente y colaborativa de la revisión por pares enriqueció este trabajo, beneficiándose ampliamente de observaciones agudas y críticas constructivas, elevando así la calidad y pertinencia de este libro.

Raúl **Arias Sánchez**,
Universidad Nacional de Huancavelica (Perú)

Idolina **Bernal González**,
Universidad Autónoma de Tamaulipas (México)

Cintha **Carmona Ochoa**,
Universidad de Tlaxcala (México)

Eva **Chaparro Salinas**,
Universidad Autónoma del Estado de México
(México)

Monica **Corrar Mier**,
Universidad de Tlaxcala (México)

María **De Fátima León**,
Universidad de los Andes (Venezuela)

Ricardo **Delgado Santiago**,
Universidad Nacional Rafael María Baralt
(Venezuela)

Adolfo **Elizondo Saltos**,
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
(Ecuador)

Alberto **Hurtado Briceño**,
Universidad Cooperativa de Colombia
(Colombia)

Verónica **Miranda Rosales**,
Universidad Autónoma del Estado de México
(México)

María Teresa **Mite Albán**,
Universidad de Guayaquil (Ecuador)

Edgar **Olvera Espinoza**,
Universidad Tecnológica del Valle de Toluca
(México)

Sara **Piñeros Castaño**,
Universidad de la Salle (Colombia)

Rúsbel **Ramos Serrano**,
Universidad Nacional de Huancavelica (Perú)

José **Rivera Velasco**,
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
(Ecuador)

Pedro **Severino González**,
Universidad Católica del Maule (Chile)

Norma **Pedraza Melo**,
Universidad Autónoma de Tamaulipas (México)

Ali **Suarez Brito**,
Universidad del Zulia (Venezuela)

Ana de Lourdes **Torralbas Blazquez**,
Universidad de Holguín (Cuba)

Andrea **Vega Granda**,
Universidad Técnica de Machala (Ecuador)

Roger **Yela Burgos**,
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
(Ecuador)

Emilio Alberto **Yong Chang**,
Universidad Técnica Estatal de Quevedo
(Ecuador)

Francisco **Zagari Forte**,
Secretaría de Educação do DF (Brasil)

Roxana **Zambrano Orellana**,
Universidad de Alberta (Canadá)

El invaluable aporte de cada uno de ustedes ha sido esencial para que este proyecto alcance la profundidad y calidad que presenta hoy. Sin ustedes, este logro no habría sido posible.

Carolina Uzcátegui y Emanuel Leite, Organizadores

La sociedad experimenta diversos cambios que instalan retos y desafíos que invita a todos al desarrollo de iniciativas que buscan mejorar la calidad de vida de las personas. En tal sentido, se han desplegado organizaciones nacionales, internacionales y supranacionales que han liderado diversos proyectos que buscan satisfacer múltiples carencias que limita las oportunidades y restriguen el crecimiento y progreso de las comunidades. Todo lo cual, va instalando el reconocimiento de que somos una sociedad interconectada que habitamos un espacio común, el cual debemos cuidar y proteger.

Las organizaciones modernas que han gestionado y liderado acciones locales que responden a estrategias con perspectiva global han demostrado a través de políticas y programas la efectividad de su accionar debido al crecimiento y desarrollo que han sostenido diferentes sectores industriales, en múltiples organizaciones y en disímiles territorios del mundo. Lo que ha respondido a los abates de una sociedad volátil, cambiante, dinámica, incierta y compleja, estimulando el trabajo colaborativo entre los actores que integran una empresa con el propósito de satisfacer necesidades a través de la creación de valor compartido.

Las empresas son organizaciones en donde trabajan personas para la satisfacción de necesidades de personas. En tal sentido, debe ser comprendida como un espacio de encuentro de sueños, ideales y necesidades que son cubiertas o deberían ser satisfechas a través de las relaciones interpersonales que crean valor a través de esfuerzos que se enriquecen por la sinergia. Es por ello que, el cliente es satisfecho a través del bien o servicio, el propietario con la creación de valor económico y el trabajar a través de una remuneración justa y equitativa. Todo lo antes mencionado, instala certámenes que deben ser atendidos a través de estrategias innovadoras y acciones creativas.

El desarrollo sostenible y la responsabilidad social en las empresas ha permitido el reconocimiento de las personas y, al mismo tiempo, ha visibilizado las contribuciones a los propósitos organizacionales. Lo que ha constituido un proceso de transición que viene a revelar la importancia que poseen los *stakeholders* en la gestión estratégica de las organizaciones modernas. Lo que ha vertido la atención de los tomadores de decisión en las implicancias que tienen las acciones de los grupos de interés en el éxito o fracaso de los planes de desarrollo estratégico.

El estudio de los *stakeholders* ha constituido una teoría transversal e integradora que permite una mejor comprensión de los fenómenos organizacionales, lo que favorece el análisis y diseño estratégico, y a su vez, a la adecuada implementación y control de actividades que tributan a las orientaciones estratégicas institucionales. Lo que aporta a la sustentabilidad de las entidades en ambientes turbulentos y exigentes. Lo anterior debido al acceso

de información y los estragos que está provocando las acciones del hombre en la naturaleza.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) entregan un marco orientador a través de objetivos y metas que buscan mitigar los estragos que provoca la pobreza, el descuido del medioambiente y la falta de equidad en el crecimiento y progreso de la sociedad. En tal sentido, dichas orientaciones pueden ser usadas para el diseño de políticas públicas y empresariales, lo que invita a líderes mundiales y locales, como también a gobiernos, empresas del sector privado y organizaciones de la sociedad civil a la consideración en las decisiones estratégicas las implicancias en cuando a las propuestas de los ODS.

Los ODS declaran iniciativas que pueden se desarrolladas por personas naturales y jurídicas. En tal sentido y, de acuerdo con este libro, el llamado es a la integración de esfuerzo para la implementación de estrategias que, por ejemplo, incentive el consumo responsable gracias a la producción responsable de bienes y servicios considerados ecológicos o éticos. Lo cual promueve el uso de bienes desmaterializados y menos nocivo para el medioambiente, como consecuencia de estrategias de marketing socialmente responsable, lo que podría propiciar un comportamiento del consumidor socialmente responsable.

El vínculo entre la sostenibilidad y la responsabilidad social es evidente, debido a que ambos propician el bienestar colectivo y la instalación de valores como la solidaridad, empatía y justicia social. Dichos valores crean espacios de encuentro entre personas cuyo propósito es el reconocimiento de las potencialidades y limitaciones, de cara a la maximización de la felicidad tanto personal y colectiva. Siendo importante, la identificación de las características de los territorios y las particularidades de la historia como espacio construido por personas.

Es por ello que este libro titulado *Desafíos y oportunidades de desarrollo sostenible: contribuciones desde diferentes dimensiones de la empresa*. Entrega insumos valiosos que pueden ser usados para el desarrollo de planificaciones centradas en las personas y sus necesidades, lo que genera posiciones ventajosas en comparación con entidades que no reconocen en sus procesos decisionales las bondades del ser humano. Es por ello que, la invitación es poder empaparse y empoderarse de los ideales, sueños y anhelos que subyacen de las diferentes secciones gracias a cada una de las propuestas innovadoras, desafiantes y vanguardistas.

Pedro Severino González

Departamento de Economía y Administración
Facultad de Ciencias Sociales y Económicas
Universidad Católica del Maule, Chile

En la dinámica cambiante del mundo contemporáneo, los desafíos que enfrenta nuestra civilización requieren respuestas audaces y profundamente informadas. Los debates actuales sobre desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial están en el centro de esta temática. La Universidad Metropolitana, Sede Machala, reconociendo la importancia de estos desafíos, ha emprendido un ambicioso proyecto de investigación: “Gestión de empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial”.

Dentro de este contexto, el presente libro es el fruto inicial de este esfuerzo, el primero de una serie dedicada a arrojar luz sobre la sostenibilidad desde múltiples perspectivas empresariales. Esta obra se adentra en los entresijos del desarrollo sostenible, identificando debates críticos y presentando buenas prácticas que favorezcan la sostenibilidad en distintas áreas, desde la gestión ambiental y responsabilidad social hasta la transformación digital y el comportamiento del consumidor. Cada capítulo, a través de investigaciones rigurosas y perspectivas innovadoras, ofrece un panorama comprensivo de cómo la sostenibilidad se entrelaza con la economía, la innovación y el compromiso social.

La primera sección del libro se centra en los cimientos teóricos de la sostenibilidad. Aquí, se examinan conceptos clave desde la teoría económica, se profundiza en la influencia de pensadores como Joseph Schumpeter en la innovación y se explora el vínculo entre el contrato social y la economía.

En la segunda sección, nos sumergimos en las perspectivas y desafíos del desarrollo sostenible en la práctica, abordando la relación entre producción, consumo y sostenibilidad. Además, se abordan temas actuales como el branding sostenible y las transformaciones en los hábitos de consumo a raíz de la pandemia, proporcionando insights valiosos sobre cómo las empresas pueden posicionarse en este nuevo paradigma.

La tercera y última sección se concentra en América Latina, poniendo en relieve cuestiones específicas de la región. Desde las implicaciones del comercio de petróleo en el clima de Ecuador hasta la evolución del comercio justo en el sur del país y la relación entre el Estado y el mercado en el contexto latinoamericano.

En su totalidad, esta obra aspira a ser una herramienta valiosa para académicos, profesionales y cualquier interesado en la intersección de la empresa y la sostenibilidad. A través de su enfoque interdisciplinario, ofrece una visión enriquecedora, esencial para aquellos que buscan construir un futuro más sostenible para todos.

Invito al lector a sumergirse en estas páginas, a cuestionar, reflexionar y, sobre todo, a actuar inspirado en las lecciones y descubrimientos que aquí se presentan. La sostenibilidad no es solo un ideal, es una necesidad, y es nuestro deber colectivo trabajar hacia ella. Con obras como esta, nos acercamos un paso más hacia ese futuro deseado.

SECCIÓN I. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA SOSTENIBILIDAD.....1**CAPÍTULO 1 2**

EL CONCEPTO DE SOSTENTABILIDAD DESDE LA TEORÍA ECONÓMICA:
UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA

Juan López-Vera

Gabriela Álvarez-Goyes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322111>


CAPÍTULO 232

PENSAMIENTO DE JOSEPH SCHUMPETER SOBRE DESARROLLO,
INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Emanuel Ferreira Leite

Carolina Uzcátegui-Sanchez

Kevin Zambrano-Zambrano

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322112>


CAPÍTULO 350

EL CONTRATO SOCIAL Y LA ECONOMÍA: EFECTOS DE LAS POLÍTICAS
MONETARIAS EN LOS DERECHOS DE PROPIEDAD

Armando Urdaneta-Montiel

Edwin Salazar-Sánchez


Gracián Moran-Molina

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322113>

**SECCIÓN II. PERSPECTIVAS Y DESAFÍOS DEL DESARROLLO SOSTENIB-
LE77****CAPÍTULO 478**

LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO REFERENTE A LA SOSTENIBILIDAD

Karen Serrano-Orellana


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322114>

CAPÍTULO 590

BRANDING SOSTENIBLE EN LA CREACIÓN DE MARCAS CON PROPÓSITO

Lenin Novillo-Díaz

Delia Esperanza García Vences

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322115>

CAPÍTULO 6 109





HÁBITOS DE CONSUMO DURANTE Y DESPUÉS DE LA PANDEMIA: UN
ANÁLISIS DEL USO DE SERVICIOS DE DELIVERY

María del Carmen Franco

Delia Esperanza García Vences

Félix Gómez-Gutiérrez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322116>

CAPÍTULO 7	124
MARCO DE EVALUACIÓN PARA MEDIR EL IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL PARA EL EMPRENDEDOR	
Mario Chica-Silva	
Yelena Vega-Jaramillo	
Osvaldo García- Salgado	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322117	
SECCIÓN III: ECONOMÍA Y SOSTENIBILIDAD EN AMÉRICA LATINA...	143
CAPÍTULO 8	144
IMPORTACIONES DE LOS DERIVADOS DE PETRÓLEO Y SU IMPACTO EN EL EFECTO INVERNADERO EN EL ECUADOR	
Luis Fernando Cedillo-Chalaco	
Cristina Fernanda Tabares-Cedillo	
René Santiago Romero-Solano	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322118	
CAPÍTULO 9	161
COMERCIO JUSTO, PERSPECTIVAS, DESAFÍOS Y CASOS DE ÉXITO AL SUR DEL ECUADOR	
Javier Solano-Solano	
Vismar Flores-Tabara	
Steven Vizqueta-Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4392322119	
CAPÍTULO 10.....	184
DINÁMICAS ESTADO-MERCADO EN AMÉRICA LATINA: ANÁLISIS DE LA CONCERTACIÓN DE CAPITALES PÚBLICOS-PRIVADOS EN EL LIBRE MERCADO	
Armando Urdaneta-Montiel	
Eugenia Palomeque-Solano	
Gracián Moran-Molina	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.43923221110	
ACERCA DE LOS ORGANIZADORES	208
ACERCA DE LOS AUTORES	209
ACERCA DE LAS REDES DE INVESTIGACIÓN	213

SECCIÓN I. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA SOSTENIBILIDAD

EL CONCEPTO DE SOSTENTABILIDAD DESDE LA TEORÍA ECONÓMICA: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA

Data de aceite: 01/11/2023

Juan López-Vera

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Universidad Católica de Santiago de
Guayaquil
<https://orcid.org/0000-0002-8720-0499>

Gabriela Álvarez-Goyes

Universidad Cesar Vallejo
Lima, Perú
<https://orcid.org/0009-0002-1147-5653>

RESUMEN: El cambio climático, junto con otros desafíos ambientales, ha intensificado la necesidad de comprender y actuar en torno a la sostenibilidad. En este contexto, se examina la integración del concepto de sostenibilidad en el análisis económico. Basado en autores reconocidos, se identifica un consenso sobre los temas fundamentales de la sostenibilidad en la economía, incluyendo la relación entre seres humanos y naturaleza, una perspectiva a largo plazo, y la eficiencia económica. Aunque el crecimiento económico se percibe como un precursor del desarrollo sostenible, existen limitaciones en los recursos del planeta. Se destaca la diferencia entre el “stock de capital natural” y la naturaleza, señalando

que el primero se refiere a los recursos con potencial de convertirse en mercancías. En este estudio se contrasta enfoques neoclásicos, que se centran en cargas impositivas y mecanismos de incentivos, con enfoques no neoclásicos, que promueven acuerdos internacionales y mercados de carbono. Ambas perspectivas, sin embargo, enfrentan desafíos en su aplicación, relacionados con metas ambientales ambiguas, falta de sanciones efectivas y la necesidad de un mayor consenso político. Para lograr una sostenibilidad efectiva, es esencial definir compromisos claros a nivel empresarial y nacional.

PALABRAS-CLAVE: sostenibilidad, stock de capital natural, enfoques neoclásicos, mercado de carbono

THE CONCEPT OF SUSTAINABILITY FROM ECONOMIC THEORY: A LITERATURE REVIEW

ABSTRACT: Climate change, along with other environmental challenges, has intensified the need to understand and act on sustainability. In this context, the integration of the concept of sustainability into economic analysis is examined. Based on recognized authors, a consensus is identified on the

fundamental issues of sustainability in economics, including the relationship between humans and nature, a long-term perspective, and economic efficiency. Although economic growth is perceived as a precursor to sustainable development, there are limitations on the planet's resources. The difference between the "stock of natural capital" and nature is highlighted, noting that the former refers to resources with the potential to be converted into commodities. This study contrasts neoclassical approaches, which focus on tax burdens and incentive mechanisms, with non-neoclassical approaches, which promote international agreements and carbon markets. Both perspectives, however, face implementation challenges related to ambiguous environmental goals, lack of effective penalties and the need for greater political consensus. To achieve effective sustainability, it is essential to define clear commitments at the corporate and national levels.

KEYWORDS: sustainability, natural capital stock, neoclassical approaches, carbon market, carbon market

JEL: Q01-Q5

INTRODUCCIÓN

Como consecuencia del cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la crisis global en el acceso a agua y otras manifestaciones medioambientales que se derivan del cambio climático hay una necesidad imperante de comprender lo que se refiere a sostenibilidad y cómo se puede lograr una respuesta que contenga los impactos del calentamiento global mediante acciones coordinadas de política pública. De acuerdo con Baumgärtner y Quaas (2009), la sostenibilidad se puede definir como una noción normativa sobre la forma en que los humanos actúan frente a los recursos naturales y la responsabilidad que tienen en lograr su preservación para beneficio de la presente y futuras generaciones.

Durante los últimos 15 años se ha logrado un consenso mínimo sobre cuáles son los temas que contiene el análisis de la sostenibilidad desde la economía:

- a. relación entre el ser humano y la naturaleza;
- b. orientación temporal hacia el largo plazo;
- c. bases normativas en la idea de justicia desde el punto de vista del consumo y uso transgeneracional de los recursos naturales; y
- d. preocupación por la eficiencia económica, específicamente en lo que respecta a no desperdiciar los recursos en la provisión, asignación de bienes y gestión de sustitutos y complementos de origen natural y humano.

Detrás de estas caracterizaciones se encuentra una de las preocupaciones de la teoría económica que es el alcance de un desarrollo económico sostenible, particularmente porque la literatura señala que para su logro es necesario primero el crecimiento económico, pero este no puede ser ilimitado y adicionalmente los recursos del planeta con que se

cuentan para expandir la producción y crecer son limitados (Schroeder et al., 2019; Gouda et al., 2018). Entonces se vuelve fundamental tener claro un marco genérico de políticas públicas y acciones locales y globales para lograr un encuentro entre las necesidades de expansión productiva y los recursos disponibles.

Durante el desarrollo de este capítulo se hablará frecuentemente del término *stock* de capital natural como un elemento que forma parte de la reserva total de capitales que dispone la economía para los procesos productivos (a más del humano y físico) y que genéricamente se llama *stock* de capital en la literatura económica (López, 2015). Una precisión fundamental para señalar es que stock de capital natural no es lo mismo que naturaleza, el término se refiere exclusivamente a aquellos recursos naturales que en algún momento puedan convertirse en mercancía o servicio y que adicionalmente tengan interés comercial de explotación.

En este capítulo se pretende hacer un recorrido sobre cómo el concepto de sostenibilidad ha sido incluido en el análisis económico, a continuación, se revisan los enfoques de la sostenibilidad en la teoría económica desde los paradigmas neoclásico y no neoclásico, particularmente en el uso de cargas impositivas pigouvianas (neoclásico) y el funcionamiento de los mercados de carbono y acuerdos internacionales para la contención de las emisiones (no neoclásico); finalmente, se hace un aporte sobre las cuestiones pendientes en este debate y que deberían ser cubiertas en futuras investigaciones.

Aproximación económica al concepto de sostenibilidad

La economía ecológica es un referente fundamental para iniciar este recorrido sobre las implicancias de la economía en la sostenibilidad. De acuerdo con Klaasen y Opschoor (1991), los sistemas económicos deben de propender hacia la fabricación de bienes o provisión de servicios que satisfagan una necesidad creciente en la sociedad. Sin embargo, la primera limitación es ¿cómo conseguir que la mezcla de factores de producción permita obtener un bien terminado sin el derroche de recursos?

La respuesta a esta pregunta nos lleva a reconocer el rol de planeación dentro de las organizaciones, quienes toman decisiones lo hacen como seres optimizadores y racionalistas, que intentan proveer de un bien a un costo razonable y que les permita generar algún tipo de utilidad (Vera, 2013). Sin embargo, las elecciones no siempre incluyen el máximo de información necesaria para reconocer los efectos intertemporales de las preferencias en tiempo presente, lo cual lleva a introducir el término sostenibilidad en el análisis económico.

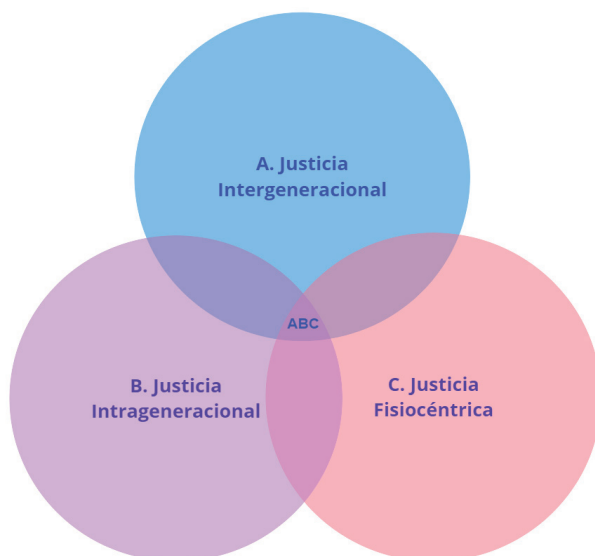
La sostenibilidad como concepto tiene una base ética ligada a la justicia que debe imperar en las relaciones entre la naturaleza, el ser humano y la visión temporal de largo plazo que se asume es incierta. Becker (2009), sugirió un enfoque sistémico de la justicia para la sostenibilidad basado en tres tipos de relaciones específicas:

- a. justicia entre humanos de diferentes generaciones (la cual se llama intergeneracional);
- b. justicia entre diferentes humanos de la misma generación (a esta se lo denomina intrageneracional); y
- c. justicia entre el ser humano y la naturaleza (denominada también fisiocéntrica).

En la Figura 1, se puede ver cómo interactúan entre sí estas relaciones, el área sombreada de naranja representa al constructo sostenibilidad y se representa por la convergencia de (a), (b) y (c). Se pueden derivar posibles resultados de valor de uso de los recursos y la cobertura de las necesidades humanas. Las relaciones (a) y (b) sugieren una idea antropocéntrica de justicia, sugiriendo que la sostenibilidad es fundamental porque el entorno natural es necesario para satisfacer necesidades humanas.

Figura 1

Enfoque sistémico de la justicia para la sostenibilidad



Nota: Basado en Becker (2009)

Sin embargo, las relaciones (a)-(c) y (b)-(c) confieren que el halo antropocéntrico sólo es viable si a más del consumo de los recursos naturales por parte del ser humano este se plantea la sostenibilidad como necesidad para la conversación y el acceso sostenido; de manera que las necesidades satisfechas hoy no se conviertan en necesidades insatisfechas al día de mañana. Esto implica que además de la sostenibilidad existen también otros objetivos sociales legítimos que siguen una ruta prioritaria para evitar la sobre explotación de recursos naturales, algunos de esos objetivos son: el trabajo, la educación, etc.

Como se podrá advertir, esta visión encierra dos conceptos que son claves y recurrentes en el análisis económico; en primer lugar, está el concepto de necesidad que se refiere al imperativo de bienes para satisfacer demandas vitales y la búsqueda de jerarquización y priorización sobre qué bienes deben ser los primeros en proveerse. El segundo concepto que emerge es el de la escasez, que viene impuesta por el estado de los recursos disponibles para producir bienes, la forma como se encuentran organizados y apropiados los medios de producción y la capacidad de uso y explotación racional de los recursos para satisfacer las necesidades presentes y futuras. En la Figura 2 se muestra cuáles son las preguntas que emergen desde los conceptos claves, se complementan con la teoría económica y que dan el corpus de discurso a la discusión de la sostenibilidad desde la economía.

Figura 2

Aportes de la economía para la explicación de la sostenibilidad



Nota. Basado en Becker (2009)

Esta satisfacción de necesidades humanas básicas apunta específicamente al perfil de deseos y preferencias subjetivas que tienen los individuos. Desde la teoría económica la explicación del cómo satisfacer las necesidades proviene del utilitarismo clásico que sostiene que la suma de las utilidades de todos los individuos debe ser maximizada, pasando por la economía del bienestar, la eficiencia de Pareto, y terminando en las corrientes modernas del liberalismo hacia el contexto moderno actual. El liberalismo, como propuesta contemporánea, propone que los individuos pueden perseguir su propia felicidad siempre que esta no infrinja la libertad de los demás.

Sin embargo, el tratamiento de la sostenibilidad dentro de la teoría económica es algo que no se ha integrado por completo. Lo que sí se encuentra en la literatura son aproximaciones a la idea de sostenibilidad desde el nivel de bienestar, representado como una función de utilidad social que se intenta maximizar. Aportes clásicos a esta discusión como los de Dasgupta y Heal (1974), Solow (1974) y Stiglitz (1974) muestran que el máximo nivel de utilidad puede ser constante o decreciente a lo largo del tiempo dependiendo de las suposiciones alrededor del *stock* total de capital, el progreso técnico y la tasa a la que se descuenta la utilidad futura. Más concretamente, el *stock* total de capital debe mantenerse constante a lo largo del tiempo aplicando una estrategia de inversión compensativa entre el agotamiento del capital natural y el capital manufacturado o de otra fuente; de esta manera se logra que el nivel de consumo se dosifique en el tiempo y no haya un desgaste acelerado de los *stocks* naturales y que impida que la generación actual y futura vea reducido su nivel de consumo más adelante. La gestión compensatoria sobre la inversión y sus resultados es lo que se conoce en la teoría como la regla de Hartwick (1977) que se formula como:

Si todas las rentas de los recursos agotables se invierten en capital reproducible, se logra un consumo que no disminuye a lo largo del tiempo. Pero se requiere que las diferentes formas de capital tengan efectos de sustitución cercanos o perfectos (p. 973).

De este planteamiento se desprende que al momento de intervenir el entorno con política económica que se oriente a buscar el crecimiento o desarrollo sostenible es necesario hacer énfasis en la forma como se reemplaza el *stock* de capital natural con capital productivo. De ahí que el ejercicio de maximización del bienestar pasa por la forma como se combinan los diferentes factores de producción con la dotación inicial de recursos naturales y cómo estos se reconvierten para acrecentar los niveles de progreso técnico de una economía.

Esto supone entonces que, para lograr un mantenimiento en el *stock* total de capital de largo plazo, cada generación debe tomar decisiones sobre: la cantidad de capital que debe consumirse ahora y la cantidad de capital que debe acumularse o preservarse. Markulev y Long (2013) señalaron que esta decisión es una forma de comercio con la posteridad, donde la generación actual consume un cierto *stock* de capital natural de donde se obtienen flujos necesarios para ahorrar e invertir en capital producido y humano que se convierte en herencia de la siguiente generación; ello da como resultado un *stock* de capital total más elevado que el que dispuso la generación anterior siendo esto último el compromiso permanente entre los grupos generacionales.

No obstante, en la práctica existen serias limitaciones para lograr ese *stock* total de capital constante. Un primer factor que obstaculiza esta meta es la forma como se puede lograr el nivel de producción de bienes y servicios que necesita la sociedad actual, ya que puede que no haya desarrollos tecnológicos disponibles que permitan lograr la compensación exacta entre el *stock* de capital natural y el capital manufacturado.

Un segundo factor limitante es la definición de los gustos y preferencias generacionales tanto presentes como futuras, las modas o el mismo agotamiento acelerado del *stock* natural sin una compensación apropiada puede influir sobre los hábitos de consumo. En consecuencia, la aplicación económica del concepto de sostenibilidad exige una mejor comprensión sobre las preferencias intertemporales en lo que respecta a las formas de desgaste, compensación y acumulación de capital, así como a la disponibilidad y acceso a recursos tecnológicos.

Otra crítica a la posición de mantener constante el *stock* total de capital proviene de la economía ecologista. Autores como Neumayer (2010) y Daly (1990) sostuvieron que es contradictorio y éticamente no defendible la posibilidad de sustitución entre otras formas de capital, en particular con el capital natural. Las premisas detrás de esas posturas radican en que la forma como se aprovechan los recursos naturales a veces puede ser compatible con la deseabilidad de sustituirlos por otros tipos de capital y en otras situaciones puede ser no deseable, y es más deseable la no explotación porque son mayores los costos que los beneficios del incremento de las otras formas de capital.

El primer caso puede ser la situación de una economía en la que se agotan recursos naturales como el carbón o el petróleo y a cambio se desarrolla la infraestructura vial, educativa o sanitaria; de esta manera las preferencias sociales sugieren una mayor inclusión de conocimiento y avance tecnológico en los sistemas productivos actuales a fin de obtener más bienes y servicios con menos insumos físicos. En el segundo caso puede ser la situación de la explotación minera cercana a fuentes de agua dulce o espacios biodiversos, donde no sería socialmente aceptable afectar a futuro dichos espacios por obtener los recursos presentes; a menos que existan mecanismos de producción y legales suficientemente fuertes para reducir el impacto ambiental.

Sin embargo, este debate entre la deseabilidad y no deseabilidad encuentra posibles formas de contención sobre todo por el mecanismo de precios que rigen en la mayoría de los sistemas económicos mundiales. Un escenario de fuerte incremento de los precios de un recurso natural influenciaría en consumidores y productores a buscar formas sustitutas de obtención de factores productivos o administrar de manera más eficiente las reservas actuales para evitar el excesivo agotamiento del consumo del *stock* natural.

Lo que sí genera consenso en esta amplia discusión es que el capital natural es fundamental para producir otras formas de capital (manufacturado, social y humano) y que su *stock* no puede mantenerse al mismo nivel de forma indefinida, no sólo por la explotación sino también por la forma como evolucionan los sistemas naturales. De ahí que es esperable también que el progreso técnico podría a mediano y largo plazo influenciar sobre los mismos modos de producción y se pueda reducir la dependencia en algunos recursos naturales no renovables o renovables.

Como se podrá apreciar, la preocupación por la sostenibilidad en la economía ha dado lugar al desarrollo de múltiples cuestiones que fundamentalmente se centran en cómo

lograr el uso eficiente de los recursos y que aporten a un crecimiento económico sano. Esto permite definir entonces a la economía de la sostenibilidad como la rama del análisis económico que se centra en estudiar los problemas conjuntos de eficiencia y justicia en el uso de los recursos productivos, particularmente los naturales y que apuntan a lograr un mejor entendimiento sobre los factores que afectan el alcance de un sistema económico sostenible y que pueden utilizarse para diseñar un modelo de gestión que transite la relación hombre-naturaleza a un aprovechamiento racional de los recursos naturales.

Drupp y otros (2020), señalan cuatro características de la economía de la sostenibilidad:

- a. enfoque temático en la relación entre seres humanos y naturaleza.
- b. orientación hacia el futuro incierto y de largo plazo.
- c. fundamento normativo en la idea de justicia entre humanos (generación presente y futura) y con la naturaleza.
- d. preocupación por la eficiencia económica, entendida como no despilfarro en la asignación de bienes y servicios naturales; así como sus sustitutos y complementos provistos por el ser humano (p. 13).

En consecuencia, la economía de la sostenibilidad se sustenta prominentemente en las aristas de la economía ambiental y la economía ecológica. Teniendo como elementos centrales del análisis los flujos y *stocks* de capital natural, su grado de complementariedad con otras formas de capital y el horizonte temporal para la toma de decisiones.

De ahí que el principal reto de la economía de la sostenibilidad es lograr que tanto el consumo como la producción sean viables (Curtis y Lehner, 2019), para de esta manera reducir los efectos de la contaminación medioambiental que se deriva del desarrollo económico de los países, el crecimiento poblacional y la profundización del modelo globalizador como estrategia de mundialización de la economía. Lo cual lleva a la siguiente pregunta que aborda este capítulo: ¿cómo lograr que el desarrollo económico de las naciones sea sostenible?

ECONOMÍA DE LA SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO SOSTENIBLE

A menudo el concepto de desarrollo sostenible se asocia con el término sostenibilidad a tal punto que se suelen utilizar como sinónimos. No obstante, autores como Olawumi y Chan (2018) y Spaizer y otros (2017), sostienen que el concepto desarrollo sostenible es un término contradictorio por las siguientes razones:

- a. la imposibilidad de mantener un crecimiento infinito con un planeta limitado en cuanto a sus recursos;
- b. los objetivos del desarrollo y la sostenibilidad, como conceptos separados, son

opuestos; y

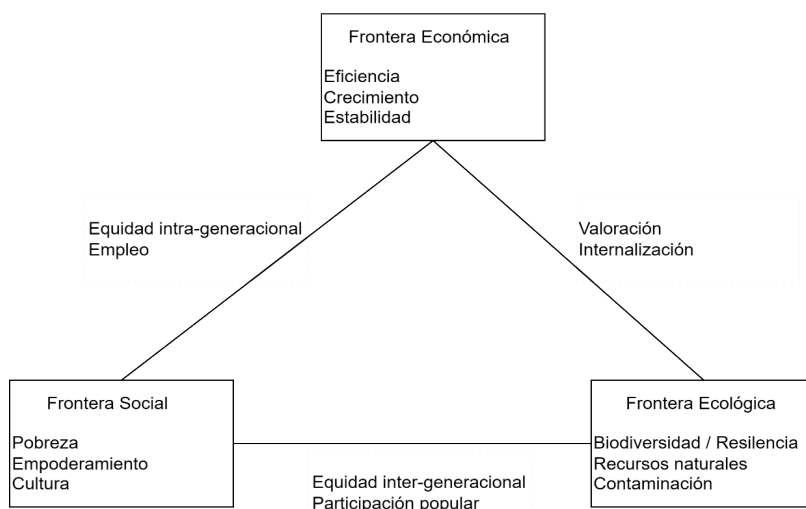
- c. las políticas que se pueden formular para el alcance del desarrollo sostenible podrían no ser eficaces y apropiadamente medibles, sobre todo si se involucran nuevos enfoques ambientales como el decrecimiento y el buen vivir (Kothari, Demaria y Acosta, 2014).

De ahí que Bossel (1999), planteó tres categorías principales que restringen el análisis del desarrollo sostenible:

1. limitaciones físicas incluyendo las características de los ecosistemas, leyes naturales, medio ambiente abiótico, el flujo y el stock de los recursos naturales;
2. la naturaleza humana donde se incluyen las personas, organizaciones sociales, cultura, tecnología, ética y valores; y
3. límites temporales-espaciales con respecto a los procesos naturales y antrópicos.

Esto implica que las fronteras del estudio del desarrollo sostenible se encuentran definidas como se muestra en la Figura 3. Sin embargo, este debate se encuentra presente en la literatura desde los años 60 cuando diversos trabajos seminales pusieron luz de alerta sobre el modelo de desarrollo en la economía occidental: la presencia de externalidades negativas de las políticas agrícolas (Carson, 1962), los estilos de vida y el crecimiento urbano en las ciudades (Meadows y otros, 1972), y más recientemente sobre la contaminación industrial y sus efectos sobre comunidades cercanas (Harada, 1995).

Figura 3
Representación gráfica del desarrollo sostenible



Nota.: Traducido de (Ruggerio, 2021. p, 3)

Estos primeros trabajos dan el soporte necesario para dejar de tratar como sinónimos los términos crecimiento y desarrollo económico y abordarlos como dos factores complementarios, debido a que se encuentra comprobada en la literatura que el crecimiento económico es necesario para una mayor sostenibilidad, sobre todo si es que dicho crecimiento permite lograr los recursos que son necesarios para remediar el daño ambiental (Alvarado-Herrera y otros, 2017; Sauvé, Bernard y Sloan, 2016).

Es así como surge el concepto de ecodesarrollo, con un antecedente al desarrollo sostenible, que pretendía establecer un nexo entre el desarrollo social y el respeto al ecosistema; para de esta manera preservar y mantener la habitabilidad del planeta, es decir, los modos de desarrollo no podían comprometer a tiempo presente las capacidades de las generaciones futuras ni las actuales (Curtis y Lehner, 2019). Sin embargo, este primer esfuerzo en comprender la sostenibilidad no estuvo exento de crítica debido a que centraba su visión más en la parte ecológica (Berrone y otros, 2019) y menos en la manera como los diferentes actores sociales podrían intervenir con sus acciones y decisiones en la preservación y uso responsable de los recursos naturales.

Es así como en el año 2015, las Naciones Unidas lanzan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como una respuesta para dotar de un marco global que permita identificar cuál es la función de los diferentes actores sociales en la búsqueda de equilibrio entre la preservación y la satisfacción de necesidades humanas. Desde ese año se han venido haciendo importantes actualizaciones en cuanto a los indicadores que se perciben alcanzar, así como cambios en la jerarquización de asuntos que deben ser resueltos en primera instancia por los gobiernos, sociedad civil, organizaciones sin fines de lucro y sector privado (Mio, Panfilo y Blundo, 2020).

Los ODS vinieron a establecer un puente entre los sistemas ecológicos antropizados como los no antropizados debido a que ambos se someten a perturbaciones como resultado del cambio climático, así como procesos geológicos o fuera de la tierra; debido a que permiten tener una línea base de acción común y actuar frente a la incertidumbre que implica el cambio de estado natural en un ecosistema.

Este marco común de tratamiento del desarrollo sostenible intenta concebir al ecosistema y la sociedad como sistemas dinámicos autoorganizados, lo cual quiere decir que pueden encontrarse durante largos períodos como estables, pero que de un momento a otro experimentan transiciones y cambio de identidad que requieren del diseño de un plan anticipado de tratamiento a las alteraciones que pueden ocurrir en la relación sociedad-naturaleza.

De ahí que ese tipo de planes debe de estructurarse desde tres atributos: resiliencia, adaptabilidad y transformabilidad; la resiliencia se refiere a la característica que tiene un sistema para absorber las perturbaciones que lo afectan y reorganizarse de manera que ante los cambios esperados es capaz de dominar la fuerza que lo atrae. De ahí que es importante considerar que, si todos los sistemas vivos cambian, lo fundamental es evitar

o atenuar la destrucción de las formas de renovación que el sistema por sí solo presenta, dado que es un sistema abierto; de manera que la sostenibilidad no tiene que ver con la eliminación de las fuentes de cambios sino su acompañamiento y tratamiento en términos de eficiencia y racionalidad.

Entonces la mejor manera de comprender el desarrollo sostenible es incorporando conceptos de la teoría de sistemas, esto se deriva que la sostenibilidad como concepto solitario se ejerce sobre sistemas vivos y abiertos; lo cual implica un intercambio de elementos tales como materia, energía e información con el entorno con el que comparten la existencia. En esta representación sistemática los intercambios representan los insumos o entradas de recursos y los productos o servicios que se generan del aprovechamiento de las entradas corresponden a las salidas del sistema. Entonces el proceso de desarrollo ocurre en la forma como en el flujo de salida se pueden reproducir elementos que permitan aprovechar cada vez mejor los recursos, reduciendo los desperdicios y las ineficiencias que son propias del proceso de intercambio y aprendizaje en un sistema.

De esta forma, el estado del sistema en un tiempo t se encuentra condicionado por el *stock* de variables internas, sus interacciones y el resultado de las variables de salida en un período $t-1$. Gallopín (2003) especificó que el desempeño del sistema de sostenibilidad se puede hacer a partir de lo indicado en la siguiente ecuación $V(O_{t+1}) \geq V(O_t)$, donde V se representa una función de la salida del volumen de productos y servicios O ; de acuerdo con la ecuación anterior, la sostenibilidad ocurre si V se mantiene o tiende a mantenerse constante en el tiempo. Esto quiere decir que no es el sistema de producción el que debe mantenerse sino el flujo final resultante, ello es importante porque implica que el desarrollo sostenible entonces va incorporando las mejoras que se dan en el tiempo t y en $t+1$ para lograr las condicionalidades sobre el *stock* final de productos y servicios.

Otros factores que se pueden considerar en este análisis sistémico son su capacidad de carga y su dinámica demográfica interna. Ben-Eli (2018) sugirió que la interacción entre estos dos factores es fundamental para el análisis de la sostenibilidad del desarrollo de una población, en términos de que la actividad agregada debe materializarse hasta un nivel donde no se produzcan efectos adversos irreversibles sobre el ecosistema. Los rasgos que determinan ese nivel o umbral máximo de actividad sostenible vienen acotados por tres dominios:

- a. **material**, que se refiere a la forma como se regula el flujo entre materiales y energía que están presentes en los procesos vitales;
- b. **económico**, que alude al marco que define, crea y gestiona la riqueza; y
- c. **vital**, que implica la base de relacionamiento apropiado entre la biósfera y las otras especies.

Si un modelo económico de producción se limita a la observación de estos dominios entonces se puede señalar que tiene un desarrollo sostenible (Niu y otros, 2022; Zhao

y You, 2022). La pregunta que inmediatamente surge aquí es: ¿cómo la sostenibilidad puede difuminarse a lo largo de los procesos productivos en un sistema económico?, para responder a esta pregunta se introducen en el análisis las unidades básicas sostenibles (UBS) (Ruggerio, 2021).

Una UBS se refiere a un componente dentro del proceso de producción que desarrolla las siguientes actividades:

- a. define la sostenibilidad como una agenda estratégica sobre la cual se deben de planificar y asignar recursos;
- b. acumula experiencia en cada nueva innovación sostenible lo que le permite diagramar y anticipar posibles rupturas en el uso eficiente y racional de los recursos naturales; y
- c. transfiere la sustentabilidad a otras UBS.

La ejecución de estas tareas es posible porque las UBS tienen dos niveles de jerarquía para el desarrollo de la sostenibilidad: interno y externo; el primero se refiere a la manera como interrelaciona la UBS con sus propios elementos de operación y el segundo alude al esquema secuencial de retroalimentación que se forma con otras UBS dentro de su sistema productivo.

Este esquema de conducta es asimilado desde las observaciones de la ecología, donde las células de los organismos vivos tienden a interrelacionarse entre sí para lograr un cierto nivel de respuesta para las actuaciones que debe enfrentar como un segmento del organismo vivo y luego ejecutar el mismo proceso con células por fuera del segmento de actuación y que constituyen espacios para la preservación y la capacidad endógena de sustentarse a sí mismo.

Hasta este punto quedan claras las características de la sostenibilidad que permean hacia el objetivo económico del desarrollo sostenible; sin embargo, quedan algunas dudas pendientes como qué debe ser sostenible, cuánto es el tiempo de duración de la sostenibilidad y cómo se logra que se mantenga en el tiempo el nivel de sostenibilidad deseada; en este nivel se reintroducen los enfoques de sostenibilidad fuerte y débil. Como se recordará el enfoque fuerte sostiene que el entorno natural es en sí mismo el sujeto de la sostenibilidad y por tanto es prioritaria su conservación en su estado más inalterado posible, incluso llegando en casos extremos al descuido de la sociedad humana.

El enfoque débil en cambio sugiere que la naturaleza cumple con un rol de provisión de recursos naturales, servicios ecosistémicos y punto de reserva de los residuos que se generan de la actividad humana; si bien este enfoque no va al extremo de descuidar las necesidades humanas también tiene riesgos, pues llevar su explicación al extremo puede llevar a que las reservas de provisión se agoten y el planeta se convierta en un sistema artificial. Pearce y Atkinson (1992) propusieron una expresión matemática para explicar los límites de la sostenibilidad débil en términos del capital, la cual se plantea como:

$$\frac{dK}{dt} = \frac{d(K_A + K_H + K_N)}{dt} \geq 0 \quad (1)$$

Donde K es el capital total, K_A es el capital artificial, que señala a los productos derivados o fabricados por las diferentes actividades económicas para satisfacer las necesidades de las personas, K_H es el capital humano, que trata sobre los conocimientos, habilidades y aspectos culturales que influyen sobre la conducta del individuo, y K_N es el capital natural, que se refiere a los recursos naturales y los productos básicos naturales que surgen (árboles nuevos, suministros de agua, minerales) así como los servicios (remediación de la contaminación y erosión, huella de carbono).

El modelo matemático anterior supone que el capital total K es el *output* del sistema económico que se espera sea sostenible, para ello es fundamental la combinación de los diferentes tipos de capital que conforman el *stock* total de la economía para alterar y reponer los descensos del *stock* natural mediante los incrementos de las otras formas de capital. Sin embargo, es importante señalar que la noción de capital natural lleva a una interpretación errónea sobre los recursos naturales *per se*, debido a que el concepto sugiere que se reconoce como capital todo aquello que pueda valorizarse como mercancía o servicio en un tiempo dado, si esta conversión no es posible entonces no se lo puede considerar como tal; en otras palabras, capital natural no es lo mismo que naturaleza.

Otro aspecto que no se considera en el modelo se refiere a la capacidad de absorción del sistema natural de los desechos humanos, el modelo no incorpora cual es la tasa que debe absorber progresivamente para evitar el agotamiento o la posibilidad de no poder restaurar el ecosistema si es que se lo afecta más allá de un punto crítico. La actividad agrícola, por ejemplo, es una actividad económica que podría tener esos resultados, específicamente cuando se usan sustancias sintéticas (como los agroquímicos) y procesos intensivos de industrialización que pueden agotar la capacidad de regeneración natural. Estas externalidades tienen efectos permanentes en el sistema económico y socaban, al menos empíricamente, las posibilidades de auto regeneración del ecosistema y de autocontrol de quien extrae o explota los recursos naturales.

La necesidad de balancear entre ambos extremos, que emerge de los resultados y omisiones de cada enfoque, es lo que lleva a la última pregunta que responde este capítulo: ¿qué propuestas desde la planificación y la regulación pueden adoptarse para alcanzar el objetivo de desarrollo sostenible?

Enfoques neoclásicos

El crecimiento de la actividad productiva como objetivo de un plan de desarrollo económico es fundamental para la satisfacción de las necesidades sociales, si bien este crecimiento no puede ser siempre sostenido debido a que no puede alcanzar la cantidad ideal de recursos para el diseño de bienes y servicios ni absorber permanentemente los desechos que genera la producción, es fundamental el abordaje de cómo superar estas limitaciones inherentes al modelo de desarrollo económico vigente (Kalmykova, Sadagopan y Rosado, 2018; Korhonen, Honkasalo y Sepälä, 2018). En ese contexto surge la economía circular como una alternativa que puede aportar en la generación de bienestar económico y también ecológico.

El fundamento de la economía circular se resume en las siguientes expresiones: reducir, reutilizar y reciclar en la producción, circulación y consumo (Kirchher y otros, 2018; Prieto, Vaca y Ormazábal, 2018). Conceptualmente la economía circular activa las acciones anteriores mediante tres estrategias como:

- a. minimizar el ingreso de entradas de materia prima y la salida de desechos;
- b. mantener el valor de los recursos durante el mayor tiempo posible en el sistema productivo; y
- c. capacidad de reintegrar productos que se encuentran al final de su vida útil en los procesos productivos.

Por otra parte, la economía colaborativa se sostiene en 7 principios (Suárez-Eiroa y otros, 2019):

1. Incentivar el uso de insumos renovables por encima de los no renovables, tendiente a privilegiar aquellos que tengan una tasa de renovación/regeneración más rápida,
2. Incentivar el diseño de sistemas de producción que reduzcan los desperdicios no biodegradables o de costos reconversión,
3. Promover la responsabilidad extendida del productor en estrategias de reciclaje y remanufactura de productos y componentes,
4. Reducir la obsolescencia tecnológica y operativa de los productos, para aumentar el tiempo de consumo y propiedad,
5. Promover la responsabilidad funcional del consumidor, mediante la comunicación del grado de compromiso ambiental del producto o servicio que piensa adquirir,
6. Transversalizar el compromiso de desarrollar metodologías, procesos y proyectos que promuevan el consumo y producción responsable, y
7. Educar en hábitos y acciones individuales que promuevan el desarrollo

de capacidades para la profundización de la economía circular, así como la investigación en tópicos que garanticen la solución de problemas que surgen de los esfuerzos por alcanzar la sustentabilidad del crecimiento económico y la sostenibilidad del desarrollo.

Ahora bien, la implementación de un modelo de economía circular en un sistema productivo se debe llevar a cabo de tres niveles: micro, meso y macro. En lo que respecta al nivel micro se relaciona con el rol que tienen las empresas para implementar esquemas circulares internamente sobre sus procesos de producción, habitualmente se manifiestan por políticas de producción más limpia o ecología industrial.

A nivel meso en cambio se refiere a la interacción dentro de una red de empresas o dentro de segmentos de industrias donde opera la empresa, lo cual lleva a que se repliquen de forma casi simbiótica esas buenas prácticas de aprovechamiento de los recursos primos y los desperdicios. Finalmente, en lo que respecta el nivel macro se relaciona con las formas como la sociedad en conjunto define los principios y reglas que deben considerarse para el mantenimiento de la economía urbana, modelos de consumo colaborativo, gestión de residuos y programas públicos a gran escala para el reciclaje.

Si bien el modelo de economía circular parece ser de fácil adopción para un sistema productivo, hay que tener presente que existen algunas restricciones en la práctica que limitan su implementación (Suárez-Eiroa y otros, 2019; Heck y otros, 2018). En primer lugar, hay aspectos termodinámicos que afectan el costo de conversión de materiales lineales en circulares, de ahí que en la práctica se admiten a conversión cuando son socialmente deseables, eficientes y económicamente rentables. En segundo lugar, se debe distinguir la versatilidad de los insumos utilizados para el reproceso, la literatura señala que hay recursos renovables y no renovables que se emplean en los ciclos operativos de producción; para ello existen dos parámetros que permiten discriminar la viabilidad y la eficiencia de la conversión:

- a. si la tasa de extracción de los recursos renovables es inferior a la tasa de renovación/regeneración de esos recursos; y
- b. si la tasa de explotación de los recursos no renovables es inferior a la tasa de creación de sustitutos renovables, si se cumplen ambas premisas entonces se tiene un modelo de economía circular que es sostenible y que da base a un crecimiento económico sano.

En tercer lugar, se encuentra la preferencia social entre bienes y servicios a partir de recursos renovables versus los que provienen de recursos no renovables; siguiendo los parámetros de discriminación anteriores, es deseable que la sociedad tenga una mayor preferencia por bienes y servicios que tengan procedencia de los recursos renovables.

Finalmente, en cuarto lugar, se tiene el dilema de los desechos que provienen de los procesos productivos: biológicos y técnicos; los primeros pueden convertirse en capital

natural si es que luego de su proceso de descomposición y degradación se pueden emplear para nueva provisión de bienes y servicios, los segundos en cambio por definición no son biodegradables y por tanto necesitan de algún tipo de transformación humana para poder incorporarlos al sistema económico. La solución de este último dilema también tiene dos reglas de discriminación para evaluar la deseabilidad de los desechos:

- a. la tasa de emisión de desechos biológicos debe ser menor que la tasa de capacidad natural de absorción de desechos del ecosistema; y
- b. la tasa de creación de desechos técnicos no transformables debe ser menor a la tasa de transformación humana de desechos técnicos que puedan ser devueltos al sistema productivo.

Teniendo en cuenta las limitaciones y las reglas de discriminación para determinar la deseabilidad de reconversión y gestión de desechos bajo un modelo de economía circular se puede señalar que el objetivo tras su implementación es la reducción de los esquemas de producción lineales que sobreexplotan el consumo de recursos renovables y, por otro lado, reducir los desechos técnicos derivados de los procesos de producción. Por ejemplo, la sustitución de energía fósil por energía natural no solo que apunta a la reducción de los niveles de contaminación, sino que intenta reducir los incentivos de creación de nuevos sistemas de producción que afecten a la tasa de regeneración del ecosistema.

Adicionalmente, los sistemas de producción de energía limpia incentivan a la entrada de actores que provean bienes o servicios que contribuyan al aprovechamiento de desechos biodegradables y de explotación racional de recursos renovables. De esa manera es como se logra un crecimiento económico que sea sustentable y un desarrollo sostenible. Sin embargo, los costos detrás del proceso de reconversión productiva suelen ser un factor que inhibe el cambio de preferencias en los fabricantes, siendo en ese momento muy útil la aplicación de política económica que se oriente particularmente en los incentivos fiscales y en el acompañamiento público en la prestación de bienes públicos accesorios que permitan a los actores privados optar por un esquema de producción circular.

En esa misma línea puede ser útil el desarrollo de mecanismos de alianzas público-privadas para la conformación de unidades de negocio que acopien los desechos tecnológicos y, en acompañamiento con universidades, desarrollar proyectos de investigación que permitan el análisis del desecho y evaluar que tipos de salidas sostenibles se puede dar para ampliar la utilización de dichos subproductos en la economía.

Un modelo complementario a la economía circular es la economía colaborativa, la cual se puede definir conceptualmente como un modelo donde se evoluciona de una sociedad de propiedad individual a una compartida (Clauss, Harengel y Hock, 2019), la clave en esa transformación es el uso del internet, la web 2.0 y el desarrollo de aplicativos móviles (comúnmente llamada en la literatura como *plataformas*) que permiten a las personas compartir el acceso hacia bienes o servicios que están infrautilizados (Ferrell,

Ferrell y Huggins, 2017) y que a cambio se puede percibir un beneficio monetario o no monetario, dependiendo de si quienes intervienen en la transacción colaborativa están motivados por el lucro o no.

De esta definición se puede extraer como contribución de la economía circular para la actividad económica el eslabonamiento entre innovación tecnológica, emprendimiento y conocimiento, debido a que para incentivar la participación entre oferentes y demandantes de productos infrautilizados se hace un análisis sobre cuáles son las limitantes detrás de la poca utilización o el desconocimiento de la existencia de esos productos, luego los canales tecnológicos acercan a las partes y promueven un modo de consumo sostenible. Adicionalmente, el eslabonamiento indicado anteriormente es el sustento para la competitividad y crecimiento económico (Piñeiro-Chousa y otros, 2020) que se encuentra ampliamente sostenido en la literatura económica.

Las plataformas que son parte del modelo colaborativo se refieren a una entidad que facilita el intercambio empleando diferentes tecnologías de información y comunicación (TICs). Este modelo de negocio implica que los actores involucrados utilizan el terminal de soporte del administrador de plataforma para efectuar el intercambio. Existen algunas tipologías de plataforma entre las cuales se resaltan (Curtis y Lehner, 2019):

- a. *peer to peer*;
- b. *business-to-consumer*;
- c. *crowd*;
- d. *consumer-to-consumer*;
- e. *business-to-business*;
- f. *business-to-peer*; y
- g. *public-to-citizen*.

El tipo (a) se refiere a una red de intercambio en la cual no media un intermediario o un servidor. El tipo (b) ocurre cuando las empresas ofertan bienes y servicios a los consumidores, buscando marginar alguna rentabilidad durante el desarrollo de la transacción. El tipo (c) se refiere a una mediación de uno a muchos, de muchos a uno o de muchos a muchos, habitualmente se refieren a esquemas participativos guiados con la consecución de un objeto social de parte de los usuarios.

El tipo (d) es aquel en donde el proveedor/comerciante facilita el acceso a los consumidores a un determinado *stock* de bienes, mientras no exista el pago del consumidor, los bienes son propiedad de la empresa que los oferta. El tipo (e) interviene en un mercado de dos o múltiples caras entre empresas que requieren el acceso a un nicho de recursos que son indispensables para el funcionamiento de su sector empresarial. El tipo (f) también interviene en un mercado de dos caras que reúne a las empresas con los usuarios para

obtener acceso a bienes y servicios. Finalmente, el tipo (g) se refiere a plataformas que son mantenidas o respaldadas por alguna forma de gobierno y que pretende contactar con sus ciudadanos.

Sin embargo, la economía colaborativa suele tener más reparos sobre su real contribución al desarrollo sostenible que la economía circular. Las posiciones a favor de la economía colaborativa (Liu y Chen, 2020; Plewnia y Guenther, 2018) indican que tienen un aporte para la equidad del funcionamiento de los sistemas productivos debido a que permiten el uso de recursos existentes en beneficio de usuarios que podrían ser excluidos del sistema económico por los costos de acceso al mercado, tanto para ofertar como para demandar.

En ese sentido tiene un impacto indirecto sobre los estándares y calidad de vida debido a que permiten generar ingresos a personas de cualquier estrato social y que son fundamentales para su subsistencia. Las posiciones en contra señalan las prácticas distorsionadoras que pueden provocar (Cheng y Edwards, 2019; Vera y otros, 2017; Williams y Horodnic, 2017), entre ellas se señalan: interrumpir las regulaciones gubernamentales, promover la monopolización de las empresas que se encuentran tras los mecanismos tecnológicos descentralizados de la economía colaborativa, y promover prácticas laborales por fuera de las permitidas en las legislaciones laborales de los países, llegando incluso a incentivar prácticas de informalidad empresarial.

No obstante, se pueden apreciar que las objeciones no atacan directamente la contribución al desarrollo sostenible de la economía colaborativa sino a los fallos de mercado y de regulación que pueden generarse como corolario. Por tanto, algunas estrategias normativas que se pueden aplicar para evitar prácticas que distorsionen al mercado son:

1. proponer un régimen especial regulatorio para las relaciones laborales que resultan del modelo colaborativo, específicamente en temas puntuales como remuneraciones, acceso a la seguridad social y respecto de derechos sociales que existen en el régimen general de trabajo;
2. adoptar medidas fiscales que reconozcan las contribuciones del modelo colaborativo a reducir los contaminantes, emisiones de carbono y eficiencia energética, esto permite compensar los costos laborales que pueden encarecerse con la aplicación de la normativa anterior y,
3. reformar el currículo escolar con el objetivo de sensibilizar a los consumidores sobre los pros y contras de la economía circular, particularmente en los contras debido a que estos pueden influir en la elección de compra o intervención y, a su vez, influenciar en los productores para que adopten medidas que internamente recojan las preocupaciones de los consumidores.

¿Cuál sería el efecto de aplicación de medidas fiscales para el estímulo de la economía circular y la economía colaborativa en el beneficio de una empresa neoclásica?

Vamos a suponer un modelo sencillo de dos empresas cuyas funciones de costo de producción se pueden representar como:

$$C_1 = f_1(x_1) + g_1(x_2) \text{ (empresa 1)}$$

$$C_2 = f_2(x_2) + g_2(x_1) \text{ (empresa 2)}$$

Entonces el costo marginal al que se enfrenta cada empresa estará dado como $\frac{\delta t_1}{x_1}$, que va a depender del volumen de producción, x_1 , y no de la producción de la empresa 2; esto debido a que las variaciones en la producción de la empresa 1 provocan desplazamiento vertical en la curva de costos totales de la otra. De ahí que la maximización del beneficio individual de cada empresa estaría limitada por las siguientes relaciones:

$$\max. B_1 = px_1 - [f_1(x_1) + g_1(x_2)] \text{ (empresa 1)}$$

$$\max. B_2 = px_2 - [f_2(x_2) + g_2(x_1)] \text{ (empresa 2)}$$

es decir,

$$P = \frac{\delta t_1}{\delta x_1} \text{ y,}$$

$$P = \frac{\delta t_2}{\delta x_2}, \text{ que satisfacen los volúmenes de producción para empresa 1 y empresa}$$

2. Las condiciones que se requieren para la maximización del bienestar social son:

$$P = \frac{\delta t_1}{\delta x_1} + \frac{\delta g_2}{\delta x_1} \text{ y } P = \frac{\delta t_2}{\delta x_2} + \frac{\delta g_1}{\delta x_2}$$

y las soluciones x_1^* y x_2^* son diferentes a las condiciones de x_1' y x_2' anteriores.

Adicionalmente: $\frac{\delta g_2}{\delta x_1} \neq 0$ y $\frac{\delta g_1}{\delta x_2} \neq 0$.

Si t_1 y t_2 son las medidas fiscales (impuestos o subsidios) que se establecen para el estímulo de la economía circular o de la economía colaborativa, la maximización del beneficio social para las dos empresas estaría definida por las siguientes identidades:

$$\max. B_1 = px_1 - [f_1(x_1) + g_1(x_2)] - t_1 x_1 \text{ (empresa 1)}$$

$$\max. B_2 = px_2 - [f_2(x_2) + g_2(x_1)] - t_2 x_2 \text{ (empresa 2)}$$

y la condiciones en p , incluyendo las medidas fiscales:

$$P = \frac{\delta t_1}{\delta x_1} + t_1 \text{ (empresa 1)}$$

$$P = \frac{\delta t_2}{\delta x_2} + t_2 \text{ (empresa 2)}$$

Estas condiciones en p serían iguales a las condiciones para la maximización del bienestar social en los siguientes casos:

$$t_1 = \frac{\delta g_2}{\delta x_1} \text{ cuando } x_1 = x^*1$$

$$t_2 = \frac{\delta g_1}{\delta x_2} \text{ cuando } x_2 = x^*2$$

Esto implica que para aquella empresa que crea una economía externa entonces debe recibir una subvención y por tanto t_1 y t_2 serán negativos cuando lo sean también $\frac{\delta g_2}{\delta x_1}$ y $\frac{\delta g_1}{\delta x_2}$. En cambio, si una empresa genera deseconomías externas debe recibir un impuesto y por tanto t_1 y t_2 serán positivos y mayores a cero con las mismas condiciones para $\frac{\delta g_2}{\delta x_1}$ y $\frac{\delta g_1}{\delta x_2}$, respectivamente.

Detrás de la idea de pagar un impuesto a quién genera algún tipo de externalidad sobre los recursos naturales se encuentra el principio *pigouviano* del que contamina paga. De esta manera la orientación racionalista y maximizadora es la que determina la asignación óptima de recursos escasos y por lo tanto se tiende a buscar resultados socialmente deseados, tomando en consideración que cualquier actividad productiva o humana tiene alguna consecuencia de impacto ambiental sobre la tasa de consumo de los recursos naturales y el stock de capital natural.

La idea es que el monto de subvención o impuesto es definido sobre un cierto nivel de desgaste del capital natural, y que a continuación las unidades de producción para evitar el costo de la imposición comenzarán a ajustar sus volúmenes de emisión hasta el punto en el que el costo marginal del ajuste sea equivalente a la tasa marginal de impuestos. Aunque la idea parece atractiva en el sentido de que la regulación influye sobre los incentivos y es eficiente a medida que las unidades de producción buscan minimizar el pago de contribuciones no queda claro cuál debe ser la tasa de impuesto que movilice los incentivos privados al objetivo de calidad ambiental definidos sobre el stock de capital natural y su tasa de consumo.

Enfoques no neoclásicos

Los instrumentos analíticos que posee la economía neoclásica se encuentran condicionados por los juicios de valor que provienen de la economía del bienestar, particularmente el juicio de calificación que hace referencia al quién y sobre qué base jerarquiza los problemas ambientales y discrimina entre las alternativas de solución para hacer frente al problema; debido a que la base de la economía neoclásica es la eficiencia paretiana, entonces las soluciones siguen un principio de optimización en el que la sociedad encuentra un orden a sus intereses y se excluyen todos aquellos resultados que no impliquen una mejora del bienestar privado.

¿Pero qué ocurre cuando los intereses se enmarcan desde un sentido más humanista y menos utilitarista?, ¿cómo se puede incorporar soluciones cooperativas y

conservacionistas que se oponen a la concepción optimizadora y rentista?; como modo de respuesta a estas cuestiones surgen en los enfoques no neoclásicos de la política económica para la promoción del desarrollo sostenible y los pasamos a analizar a continuación.

Los enfoques no neoclásicos parten de un enfoque de sostenibilidad fuerte (Correa, 2003) debido a tres razones:

1. algunos recursos naturales son sustanciales para los procesos de producción;
2. aún en procesos productivos donde el capital natural no es el insumo principal, el grado de sustitución tiende a reducirse a medida que el stock de recursos se agota; y
3. la mayoría de los recursos naturales tiene una elasticidad de sustitución con el capital manufacturado muy cercana a cero.

Como se puede apreciar, estos argumentos sugieren que para un cierto stock de capital natural crítico la elección de la sociedad debe ser la conservación, independientemente de que haya algún costo de oportunidad social positivo que lleve a reconsiderar el no afectar el stock natural. Por otro lado, este enfoque fuerte sugiere que el rol de precios y el cambio tecnológico no son suficientes para lograr la sostenibilidad y el equilibrio de bienes manufacturados con ciertos bienes naturales (Schüte, 2018; Philp, 2018). Los precios se consideran como una representación imperfecta de la escasez de recursos dado que:

- a. existen derechos de propiedad que dan poder a las grandes compañías o a los estados para intervenir sobre la elección de extracción de un recurso natural, de manera que estos poderes no se transmiten de manera objetiva sobre los precios de mercado; y
- b. los precios no son intertemporales y no recogen la expectativa de las generaciones futuras (justicia intra generacional), esto sugiere que los precios de los recursos naturales en tiempo presente no incorporan un premio o castigo por la conservación o sobreexplotación de un recurso natural.

En el caso del cambio tecnológico, este enfoque sugiere que existe mayormente una sobre estimación en la capacidad de que la nueva tecnología pueda contener el agotamiento de un recurso natural o la afectación paralela hacia otros recursos naturales, esto es más evidente si junto a esta sobreestimación se tiene un escenario de expectativa de precios altos en el corto plazo sobre la extracción de un recurso natural, esto conllevaría a una exceso de oferta presente del recurso natural y no habría posibilidad para su conservación en el largo plazo, ni de introducir mejoras tecnológicas que vuelvan eficiente la extracción.

Sin embargo, como los bienes naturales no tienen la misma probabilidad de agotamiento a partir de un determinado nivel de explotación, es importante entender las singularidades de comportamiento por cada tipo de bien natural a partir de la ecología de poblaciones y la ecología de los sistemas (Vargas, Pallagst y Hammer, 2018). La ecología de poblaciones se refiere al análisis evolutivo de la biomasa de una especie individual restringida a su flujo de alimento y modelo depredador-presa.

En cambio, la ecología de los sistemas está relacionado con la forma cómo los servicios ambientales que presta el ecosistema sirven de apoyo para el sistema económico, mediante las interacciones entre las diferentes comunidades de organismos e individuos que conforman las poblaciones de los diferentes hábitats del sistema natural. No obstante, es importante señalar que estos enfoques conductuales no son mutuamente excluyentes, sino que se refieren a un análisis económico de equilibrio parcial (ecología de poblaciones) y de equilibrio general (ecología de los sistemas).

De esta manera, los enfoques no neoclásicos intentan balancear los objetivos de la política económica entre la conservación completa de un recurso natural amenazado y la explotación controlada de recursos naturales cuya ecología de sistemas permita su recuperación frente a las necesidades presentes y futuras de esos recursos para los diferentes procesos productivos. Por ejemplo, las actividades de pesca implican alguna afectación a especies que no tienen valor comercial, pero que por la misma actividad industrial o artesanal no se puede evitar su captura; sin embargo, existen regulaciones que definen áreas en las que no se puede ejercer dicha práctica, así como períodos de veda para permitir la reproducción y crecimiento de las especies que si tienen valor comercial.

En el ejemplo anterior se puede apreciar que existe una política pública que toma en consideración la ecología de poblaciones y la ecología de sistemas para lograr efectividad en el control del consumo del stock natural, pero ¿cómo se interviene en otras actividades productivas donde no es posible el encuentro entre ambas ecologías o donde no se puedan aplicar mejores estudios para el entendimiento de la evolución poblacional e interacción con otros seres vivos?, en estos casos los enfoques no neoclásicos sugieren políticas públicas como (Dietz y otros, 2018; Correa, 2003):

- a. mercados de carbono,
- b. acuerdos internacionales para reducir las emisiones de CO₂, y
- c. limitaciones al libre comercio de recursos naturales amenazados y en peligro de extinción.

Los mercados de carbono aparecen como un mecanismo complementario de financiación para empresas e individuos que han asumido un compromiso de reducción de las emisiones de gases que provocan el efecto invernadero (GEI), como una de las causas del cambio climático que está afectando al planeta (Michaelowa, Shishlov, Brescia, 2019). Los mercados de carbono se proponen formalmente en el Protocolo de Kioto, donde se señalan tres mecanismos de mercado para el comercio de permiso de emisiones: comercio internacional de emisiones, mecanismo de desarrollo limpio y aplicación conjunta.

De manera formal, los primeros mercados de carbono en el mundo surgen con el lanzamiento de sistemas nacionales y regionales como el Emission Trading Scheme (Reino Unido) o EU Emission Trading Scheme (EU-ETS, Unión Europea). Los mercados de carbono se subdividen en dos tipos: Mandatorios, donde las entidades reguladas deben

de obtener y entregar derechos de emisión o compensaciones para el cumplimiento de los objetivos reglamentarios definidos por la autoridad gubernamental y Voluntarios, que se refieren a transacciones de compensación que se adquieren mayormente de parte de las entidades reguladas como un compromiso adicional de reducción de huella de carbono o en menor medida, como un pre cumplimiento a los compromisos que luego se intercambian en el mercado mandatorio.

La subdivisión anterior también muestra que existe transacciones de carbono que se articulan bajo los compromisos del Protocolo de Kioto, que implican los compromisos de las naciones desarrolladas para reducir las emisiones de carbono y otro grupo de transacciones que se desarrollan por fuera del Protocolo de Kioto y que constituyen iniciativas voluntarias de restricciones de emisiones de parte de las entidades reguladas, así como iniciativas federales y estatales en Estados Unidos (país que no ha ratificado el Protocolo de Kioto) para mitigar internamente los gases de invernadero.

Pese a que de acuerdo con Green Finance LAC (2021) a diciembre de 2021 existe un total de 68 instrumentos que cubren el 23% de las emisiones mundiales, la evolución de los mercados de carbono como mecanismo internacional de reducir la emisión de CO₂ han tenido una evolución poco consistente con los objetivos que se pretenden alcanzar (Michaelowa y otros, 2019; Hamrick y Gallant, 2017). En la Figura 4 se muestra una evolución detallada del mercado internacional del carbono y sus principales hitos desde su implementación hasta antes de la crisis sanitaria de la COVID19.

Como se puede apreciar, los mercados internacionales de carbono han tenido conductas muy variables desde su aparición en 1995. La fase 1 se caracterizó por la introducción de mecanismos de mercado como estrategia de mitigación del cambio climático, las cuales se incluyeron en el Protocolo de Kioto y las reglas de funcionamiento se establecieron mediante los Acuerdos de Marrakech en 2001, así se definen las AIJ y los MDL los cuales no tuvieron una fuerte demanda del sector privado y se requirió que el sector público active estos mercados mediante programas de compra de créditos de carbono y fondo de carbono.

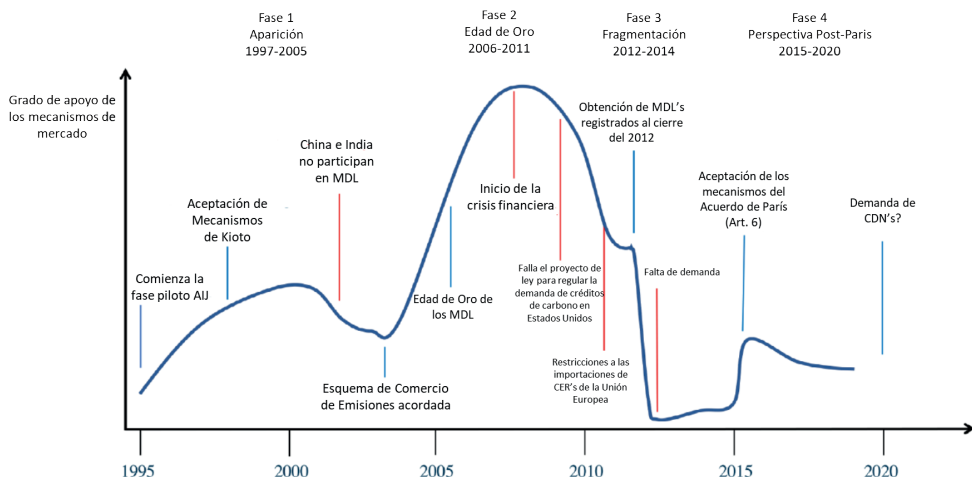
La fase 2 se caracteriza por una mayor demanda privada hacia el mercado de carbono, llevado por las exigencias de Unión Europea al uso de MDLs de parte de las empresas privadas para que reduzcan su huella de carbono y por otro lado la demanda de gobiernos como el de Japón de este tipo de mecanismos; del lado de la oferta en cambio aparecieron países en desarrollo como India, Brasil y México que sustentaban los créditos de carbono para el desarrollo de proyectos locales de gas industrial y energía hidroeléctrica (Días, Horta y Chambino, 2023).

Es importante también señalar que esta fase de auge estuvo acompañada del ciclo económico de crecimiento en los precios de las materias primas, particularmente el petróleo; lo cual lleva a plantear que el auge de la demanda privada en el mercado de carbono tuvo una arista de compromiso con la conservación y otra matizada por la preferencia relativa de

desarrollo productivo centrado en reducir la dependencia en el petróleo y de esta manera bajar los precios.

Figura 4

Evolución del mercado internacional del carbono



Nota.: AIJ = Actividades implementadas conjuntamente; MDL = Mecanismo de Desarrollo Limpio; CER = Reducciones de Emisiones Certificadas, CDN = Contribuciones Determinadas Nacionalmente. Traducido de (Michaelowa y otros, 2019, p. 17)

La fase 3 en cambio se caracteriza por una caída inesperada en los precios del carbono, hay al menos dos hechos que provocaron estas situaciones:

1. la emisión de créditos de carbono alcanzó los límites definidos en el sistema EU-ETS con lo cual el atractivo para nueva demanda se contuvo, y
2. la incertidumbre con respecto al mantenimiento de los compromisos de los firmantes del Protocolo de Kioto derivó en una menor demanda de parte de los gobiernos; de esta manera el mercado colapsó y el interés por acceder a créditos de carbono retrocedió a los niveles inferiores a los observados en 1995.

Finalmente, la fase 4 se caracterizó por un cambio en las reglas de juego con la entrada en vigencia de los Acuerdos de París de 2015 en donde se deja de lado los presupuestos de carbono medidos en toneladas de CO₂ (definidos en el Protocolo de Kioto) y se sustituyen por un régimen climático internacional de variaciones en la temperatura y sobre las cuales los países aceptantes del Acuerdo de París deben definir sus NDCs; si bien este enfoque es más ambicioso en cuanto a la inclusión de los países en desarrollo y los fondos que se esperan cubrir para el paquete financiero de estímulo para el alcance de los objetivos de la Conferencia de las Partes 21 (COP21 su aplicación en la práctica se percibe como incierta sobre todo por las disparidades de desarrollo entre países y debilidades en el

sistema financiero internacional que se han ahondado tras la crisis sanitaria de la COVID19 (Liu y otros, 2021).

En consecuencia, la disparidad de los niveles de desarrollo lleva a que aspectos medulares sobre cómo implementar las decisiones planteadas en las diferentes COPs, tengan una definición en cuanto a objetivos por alcanzar, pero no dispongan de un mecanismo de penalización por incumplimiento a más de un sistema *name and shame* (Dormido, Garrido, L'Hotellerie-Fallois y Santillán, 2022); es decir, sólo nombrar públicamente al país u organismo que no ha cumplido. Siendo esta la falla más recurrente de los acuerdos internacionales entre países para lograr la reducción de los GEI y contener el cambio climático.

De los períodos de expansión y retroceso sobre los mercados de carbono presentados en la figura 4 se pueden apreciar que los aspectos que dominan esta dinámica son factores políticos y económicos que han acompañado a la preocupación de las naciones con respecto al uso y conservación de los recursos naturales. Desde el lado político los compromisos más apremiantes son las definiciones con respecto a las prioridades de conservación por nivel de desarrollo de los países y luego el tratamiento de dilemas éticos que surgen de la misma interacción de las empresas interesadas en comerciar créditos de carbono, estos dilemas son la doble contabilización de la reducción de emisiones de los GEI, abuso a los derechos humanos y el *greenwashing* (Green, 2021) que se refiere a la práctica de tergiversar o comerciar falsamente credenciales ecológicas para beneficio propio.

CONCLUSIONES

Posiblemente tras leer este capítulo las preguntas que subyacen son: ¿por qué el crecimiento económico debe conllevar a un desarrollo sostenible? y ¿qué debemos tratar de sostener? Bueno, en las secciones anteriores se ha presentado que lo que se intenta sostener es el bienestar humano, que la disponibilidad de recursos naturales quede para uso consciente en las siguientes generaciones y que tanto desde el consumo como de la producción haya conciencia sobre las mejores prácticas que pueden llevar a disponer de actividades económicas sustentables.

Sin embargo, el camino para lograr el bienestar social no es lineal debido a que en los modelos económicos actuales existen relaciones de poder e intereses creados que suelen no estar cercanos a las restricciones de explotación de recursos naturales y tratamiento de desechos expuestos en este capítulo. Pese a ello hay algunas formas de intervención que se han recogido en la teoría económica que se han venido aplicando como mecanismos de promoción de la sostenibilidad como las contribuciones piguianas (enfoque neoclásico) y los acuerdos internacionales entre países e instrumentos de activación como los mercados de carbono (enfoque no neoclásico).

La ventaja del enfoque neoclásico es que asigna una carga o un beneficio a quién esté

gestando deseconomías o externalidades positivas, respectivamente; y que partiendo de ese ese esquema de castigo o premio trabaja sobre los incentivos individuales para adoptar una postura de aprovechamiento sostenible del *stock* de capital natural. La desventaja de este enfoque es no tener conocimiento sobre cuál es ese nivel de premio o castigo que motiva a la empresa o individuos a tomar una conducta orientada hacia la sostenibilidad, además se reconocen dilemas éticos que pueden influenciar sobre el alcance real de las acciones conservacionistas que se toman sobre la tasa de uso del *stock* de capital natural.

Desde los enfoques no neoclásicos se reconoce el esfuerzo por lograr acciones más coordinadas entre países sobre el alcance de la sostenibilidad en las actividades productivas y la necesidad de crear mecanismos financieros para su promoción como los mercados de carbono regulados y voluntarios. Las desventajas que se anotan de estas propuestas es que se encuentran condicionadas al ciclo económico y particularmente al comportamiento de los precios del carbono, de ahí la variabilidad histórica que han tenido por las fases representadas en la sección anterior. Adicionalmente, la discrecionalidad en el cumplimiento de compromisos en los países concurrentes a las COPs lleva a que constantemente los objetivos de sostenibilidad se estén replanteando o ajustando en función de las circunstancias en las que se encuentran los países más desarrollados; lo cual dificulta una transición hacia mecanismos de producción sostenibles.

Como se podrá advertir, tanto las aplicaciones neoclásicas como las no neoclásicas presentan deficiencias en la aplicación que tienen un mismo génesis: metas ambientales poco definidas a la realidad de desarrollo, mecanismos de sanción fuertes que reduzcan la probabilidad de elusión de compromisos y falta de un mayor consenso político para la aplicación estricta del sistema regulatorio. Por tanto, se requiere que, para lograr una mejora de los alcances de la intervención en la búsqueda de la sostenibilidad, se establezcan consensos básicos sobre el grado de involucramiento en los compromisos ambientales a nivel de empresas y entre países, lo cual llevará a una mejor definición del tipo de instrumentos que se implementarán sobre la política económica a definir.

AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Gestión de empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial”, proyecto que está adscrito a la carrera de Administración de Empresas de la UMET, Sede Machala.

REFERENCIAS

Alvarado-Herrera, A., Bigne, E., Aldas-Manzano, J., y Curras-Perez, R. (2017). A scale for measuring consumer perceptions of corporate social responsibility following the sustainable development paradigm. *Journal of Business Ethics*, 140, 243–262. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2654-9>

Baumgärtner, S. y Quaas, M. (2009). What is sustainability Economics?. *Ecological Economics*, 69 (2010), 445-450. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2009.11.019>

Becker, C. (2009). *Sustainability Ethics and Sustainability Research*. Habilitation Thesis, Technical University of Kaiserslautern. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-94-007-2285-9>

Ben-Eli, M. (2018). Sustainability: definition and five core principles, a systems perspective. *Sustainability Science*. 13, 1337–1343. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0564-3>

Berrone, P., Ricart, J., Duch, A., Bernardo, V., Salvador, J., Piedra, J., y Rodríguez, M. (2019). EASIER: An evaluation model for public-private partnerships contributing to the sustainable development goals. *Sustainability (Switzerland)*, 11(8), 2339–2364. <https://doi.org/10.3390/su11082339>

Carson, R. (1962). *Silent Spring*. Houghton Mifflin Company. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/B0-12-369400-0/01066-8>

Cheng, M., y Edwards, D. (2019). A comparative automated content analysis approach. Journal on the review of the sharing economy discourse in tourism and hospitality. *Current Issues in Tourism*, 22(1), 35–49. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1361908>

Clauss, T., Harengel, P., y Hock, M. (2019). The perception of value of platform-based business models in the sharing economy: Determining the drivers of user loyalty. *Review of Managerial Science*, 13(3), 605–634. <https://doi.org/10.1007/s11846-018-0313-0>

Correa, F. (2003). Economía del desarrollo sostenible: propuestas y limitaciones de la teoría neoclásica. *Semestre Económico*, 6(12), 1-21. Recuperado de: <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/1367>

Costanza, R., y Daly, H., (1992). Natural capital and sustainable development. *Conservation Biology*, 6 (1), 37-46. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/2385849>

Curtis, S., y Lehner, M. (2019). Defining the sharing economy for sustainability. *Sustainability*, 11 (567), 1-25. <https://doi.org/10.3390/su11030567>

Daly, H. (1990). Towards some operational principles of sustainable development. *Ecological Economics*, 2 (1), 1–6. [https://doi.org/10.1016/0921-8009\(90\)90010-R](https://doi.org/10.1016/0921-8009(90)90010-R)

Dasgupta, P. y Heal, G. (1974). The optimal depletion of exhaustible resources. *Review of Economic Studies*, 41, 3–28. <https://doi.org/10.2307/2296369>

Dias, R., Horta, N., Chambino, M. (2023). Clean energy action index efficiency: An analysis in global uncertainty contexts. *Energies*, 16(3937) 1-18. <https://doi.org/10.3390/en16093937>

Dietz, T., Börner, J., Förster, J., Von Braun, J. (2018). Governance of the Bioeconomy: A global comparative study of national bioeconomy strategies. *Sustainability*, 10 (3190), 1-20. <https://doi.org/10.3390/su10093190>

Dormido, L. Garrido, I., L'Hotellerie-Fallois, P., y Santillán, J. (2022). El cambio climático y la sostenibilidad del crecimiento: Iniciativas internacionales y políticas europeas. *Documentos Ocasionales 2213*. Banco de España. Recuperado de: <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriasadas/DocumentosOcasionalas/22/Fich/do2213.pdf>

Drupp, M., Baumgartner, S., Meyer, M., y Quaas, M. (2020). Between Ostrom and Nordhaus: The research landscape of sustainability economics. *Ecological Economics*, 172 (2020), 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106620>

- Ferrell, O., Ferrell, L., y Huggins, K. (2017). Seismic shifts in the sharing economy: Shaking up marketing channels and supply chains. *Journal of Marketing Channels*, 24(1-2), 3–12. <https://doi.org/10.1080/1046669X.2017.1346973>
- Gallopín, G. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico. Serie Medio Ambiente y Desarrollo. CEPAL-NACIONES UNIDAS, Santiago de Chile. Recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5763>
- Gouda, S., Kerry, R., Das, G., Paramithiotis, S., Shin, H., y Patra, J. (2018). Revitalization of plant growth promoting rhizobacteria for sustainable development in agriculture. *Microbiol. Res.* 206, 131–140. <https://doi.org/10.1016/j.micres.2017.08.016>
- Green, J. (2021). Does carbon pricing reduce emissions? A review of ex-post analyses. *Environmental Research Letters*, 16, 1-18. https://ui.adsabs.harvard.edu/link_gateway/2021ERL....16d3004G/doi:10.1088/1748-9326/abdae9
- Green Finance LAC (2021). Mercados de carbono. Recuperado de: <https://greenfinancelac.org/es/nuestras-iniciativas/mercados-de-carbono/>
- Harada, M. (1995). Minamata Disease: Methylmercury Poisoning in Japan Caused by Environmental Pollution. *Critical Reviews in Toxicology*, 25, 1-24. <https://doi.org/10.3109/10408449509089885>
- Hamrick, K., y Gallant, M. (2017). Unlocking potential: State of the voluntary carbon markets 2017. Washington, DC: Forest Trends' Ecosystem Marketplace. Recuperado de: <https://www.cbd.int/financial/2017docs/carbonmarket2017.pdf>
- Heck, V., Hoff, H., Wirsenius, S., Meyer, C., y Kreft, H. (2018). Land use options for staying within the Planetary Boundaries-Synergies and trade-offs between global and local sustainability goals. *Global Environmental Change*, 49, March 2018, 73-84. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2018.02.004>
- Hartwick, J. (1977). Intergenerational equity and the investing of rents from exhaustible resources. *American Economic Review*, 67 (5), 972–974. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/1828079>
- Kalmykova, Y., Sadagopan, M., y Rosado, L., (2018). Circular economy e from review of theories and practices to development of implementation tools. *Resources, Conservation and Recycling*, 135 (October), 190 – 201. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.10.034>
- Kirchherr, J., Piscicelli, L., Bour, R., Kostense, E., Muller, J., Huibrechtse, A., y Hekkert, M. (2018). Barriers to the circular economy: Evidence from the European Union (EU). *Ecological Economics*, 150, 264-272. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.04.028>
- Klaassen, G., y Opschoor, J. (1991). Economics of sustainability or the sustainability of economics: different paradigms. *Ecological Economics*, 4, 93-115. [https://doi.org/10.1016/0921-8009\(91\)90024-9](https://doi.org/10.1016/0921-8009(91)90024-9)
- Korhonen, J., Honkasalo, A., y Seppälä, J. (2018). Circular Economy: the concept and its limitations. *Ecological Economics*. 143 (January), 37- 46. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.06.041>
- Kothari, A., Demaria, F., y Acosta, A. (2014). Buen Vivir, degrowth and ecological Swaraj: alternatives to sustainable development and the green economy. *Development*. 57, 362–375. <https://doi.org/10.1057/dev.2015.24>
- Liu, Z., Deng, Z., He, G., Wang, H., Zhang, X., Lin, J., Qi, Y, y Lian, X. (2022). Challenges and opportunities for carbon neutrality in China. *Nature Reviews Earth & Environment*, 3, 141-155. <https://doi.org/10.1038/s43017-021-00244-x>

Liu, X., y Chen, H. (2020). Sharing economy: Promote its potential to sustainability by regulation. *Sustainability*, 12(3), 919. <https://doi.org/10.3390/su12030919>

López, J. (2015). El impacto de la inversión pública sobre el crecimiento económico. Una revisión del caso ecuatoriano. *Eumednet: Observatorio de la economía latinoamericana*, 1-14. Recuperado de: <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/inversion.html>

Markulev, A., y Long, A. (2013). *On sustainability: an economic approach*. Productivity Commission, Staff Research Note, Productivity Commission, Canberra. Recuperado de: <https://www.pc.gov.au/research/supporting/sustainability/sustainability.pdf>

Meadows, D., Meadows, D., Randers, J., y Behrens, W. (1972). *The Limits to Growth*, Universe Books, New York. Recuperado de: <https://www.donellameadows.org/wp-content/userfiles/Limits-to-Growth-digital-scan-version.pdf>

Michaelowa, A., Shishlov, I., Brescia, D. (2019). Evolution of international carbon markets: lessons for the Paris Agreement. *Climate Change*, 10 (6), 1-24. <https://doi.org/10.1002/wcc.613>

Michaelowa, A., Hermwille, L., Obergassel, W., y Butzengeiger, S. (2019). Additionality revisited: Guarding the integrity of market mechanisms under the Paris Agreement. *Climate Policy*, 1-14. <https://doi.org/10.1080/14693062.2019.1628695>

Mio, C., Panfilo, S. y Blundo, B. (2020). Sustainable development goals and the strategic role of business: A systematic literature review. *Business Strategy and the Environment*, 2020, 1-26. <https://doi.org/10.1002/bse.2568>

Neumayer, E. (2010). *Weak Versus Strong Sustainability: Exploring the Limits of Two Opposing Paradigms*, 3er ed. Edward Elgar, Cheltenham UK. Recuperado de: <https://www.elgaronline.com/display/9781781007075.xml>

Niu, w., Shi, J., Xu, Z., Wang, T., Zhang, H., y Su, X. (2022). Evaluating the Sustainable Land Use in Ecologically Fragile Regions: A Case Study of the Yellow River Basin in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 1-23. <https://doi.org/10.3390/ijerph19063222>

Olawumi, T., Chan, D. (2018). A scientometric review of global research on sustainability and sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 183, 231-250. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.162>

Pearce, D., y Atkinson, G. (1992). Are National Economies Sustainable? Measuring Sustainable Development. Centre for Social and Economic Research in the Global Environment (CSERGE) Working Paper 92-11. University College London. Recuperado de: <https://n9.cl/mrudj>

Philp, J. (2018). The bioeconomy, the challenge of the century for policy makers. *New Biotechnology*, 40 (25), 11-19. <https://doi.org/10.1016/j.nbt.2017.04.004>

Piñeiro-Chousa, J., López-Cabarcos, M. A., Romero-Castro, N. M., y Pérez-Pico, A. M. (2020). Innovation, entrepreneurship and knowledge in the business scientific field: Mapping the research front. *Journal of Business Research*, 115, 475-485. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.045>

Plewnia, F., y Guenther, E. (2018). Mapping the sharing economy for sustainability research. *Management Decision*, 56(3), 570-583. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2016-0766/full/html>

Prieto, V., Jaca, C., y Ormazabal, M. (2018). Towards a consensus on the circular economy. *Journal of Cleaner Production*. 179, 605-615. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.224>

- Ruggerio, C. (2021). Sustainability and sustainable development: A review of principles and definitions. *Science of the Total Environment*, 786, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147481>
- Schroeder, P., Anggraeni, K., y Weber, U. (2019). The relevance of circular economy practices to the sustainable development goals. *Journal of Industrial Ecology*. 23, 77–95. <http://dx.doi.org/10.1111/jiec.12732>
- Schütte, G. (2018). What kind of innovation policy does the bioeconomy need?. *New Biotechnology*, 40 (25), 82-86. <https://doi.org/10.1016/j.nbt.2017.04.003>
- Solow, R. (1974). Intergenerational equity and exhaustible resources. *Review of Economic Studies*, 41, 29–45. <https://doi.org/10.2307/2296370>
- Sauvé, S., Bernard, S., y Sloan, P. (2016). Environmental sciences, sustainable development and circular economy: alternative concepts for trans-disciplinary research. *Environmental Development*. 17, 48–56. <https://doi.org/10.1016/j.envdev.2015.09.002>
- Spaiser, V., Ranganathan, S., Swain, R, y Sumpter, D. (2017). The sustainable development oxymoron: quantifying and modelling the incompatibility of sustainable development goals. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*. 24, 457–470. <https://doi.org/10.1080/13504509.2016.1235624>
- Stiglitz, J. (1974). Growth with exhaustible natural resources: Efficient and optimal growth path. *Review of Economic Studies*, 41, 123–137. <https://doi.org/10.2307/2296377>
- Suárez-Eiroa, B., Fernández, E., Méndez-Martínez, G. y Soto-Oñate, D. (2019). Operational principles of circular economy for sustainable development: Linking theory and practice. *Journal of Cleaner Production*, 214 (2019), 952-961. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.271>
- Vargas, J., Pallagst, K., y Hammer, P. (2018). Bio economía en la encrucijada del desarrollo sostenible. *Revista Iberoamericana de Bioeconomía y Cambio Climático*, 4 (7), 800 – 810. <https://doi.org/10.5377/ribcc.v4i7.5952>
- Vera, J. L., Quintana, R. A., Chávez, O. V., & González, F. (2017). Los fallos del sector formal contribuyen a crear empresas en el sector informal. *ISSN 2168-0612 FLASH DRIVE ISSN 1941-9589 ONLINE*, 926. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/312491151_LOS_FALLOS_DEL_SECTOR_FORMAL_CONTRIBUYEN_A_CREAR_EMPRESAS_EN_EL_SECTOR_INFORMAL
- Vera, J. G. L. (2013). Expectativas racionales versus neuroeconomía: ¿cómo tomamos decisiones los agentes? *Contribuciones a la Economía*, (2013-01). Recuperado de: <https://ideas.repec.org/a/erv/contri/y2013i2013-012.html>
- Williams, C., y Horodnic, I. (2017). Regulating the sharing economy to prevent the growth of the informal sector in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2261–2278. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2016-0431>
- Zhao, N., y You, F. (2022). Sustainable power systems operations under renewable energy induced disjunctive uncertainties via machine learning-based robust optimization. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 161. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2022.112428>

PENSAMIENTO DE JOSEPH SCHUMPETER SOBRE DESARROLLO, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Data de aceite: 01/11/2023

Emanuel Ferreira Leite

Universidade de Pernambuco
Recife, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-3086-2002>

Carolina Uzcátegui-Sanchez

Universidad Metropolitana, Sede Machala
Machala, Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-8960-4932>

Kevin Zambrano-Zambrano

Universidad Metropolitana, Sede Machala
Machala, Ecuador

<https://orcid.org/0009-0001-6840-1789>

RESUMEN: Hace un siglo, Joseph Alois Schumpeter introdujo el concepto de “destrucción creativa”, refiriéndose a la transformación en la que antiguas maneras de hacer negocios ceden paso a nuevas, impulsadas por la innovación tecnológica y los emprendedores visionarios. Estos últimos, respaldados financieramente por bancos, presentan al mercado ideas renovadoras y revolucionarias. En nuestra era digital, este fenómeno se manifiesta como “innovación disruptiva”, generando cambios tan profundos como los que surgieron con la industrialización. Tales transformaciones no solo demandan nuevas estrategias

de negocio, sino también un cambio en nuestra cultura y mentalidad, priorizando la innovación y el coraje para asumir riesgos. De no adaptarnos a estos cambios, podríamos enfrentar obstáculos que comprometan nuestra libertad empresarial e, incluso, nuestra democracia. El propósito central de este ensayo es revisitar la visión de Schumpeter para comprender a fondo nuestro contexto actual. Sus reflexiones nos ofrecen herramientas para entender el emprendimiento contemporáneo y para equilibrar el miedo al cambio con la motivación de innovar. Es crucial que tanto la política como la sociedad promuevan un balance entre prudencia y creatividad, esencial para prosperar en nuestro entorno digital.

PALABRAS-CLAVE: Schumpeter, destrucción creativa, innovación disruptiva, emprendedor, innovación

JOSEPH SCHUMPETER'S THOUGHTS ON DEVELOPMENT, INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP

ABSTRACT: A century ago, Joseph Alois Schumpeter introduced the concept of “creative destruction”, referring to

the transformation in which old ways of doing business give way to new ones, driven by technological innovation and visionary entrepreneurs. The latter, backed financially by banks, present innovative and revolutionary ideas to the market. In our digital era, this phenomenon manifests itself as “disruptive innovation”, generating changes as profound as those that came with industrialization. Such transformations not only demand new business strategies, but also a change in our culture and mentality, prioritizing innovation and the courage to take risks. If we do not adapt to these changes, we could face obstacles that compromise our entrepreneurial freedom and even our democracy. The central purpose of this essay is to revisit Schumpeter’s vision in order to thoroughly understand our current context. His reflections offer us tools to understand contemporary entrepreneurship and to balance the fear of change with the motivation to innovate. It is crucial that both politics and society promote a balance between prudence and creativity, essential to thrive in our digital environment.

KEYWORDS: Schumpeter, creative destruction, disruptive innovation, entrepreneur, innovation

PENSAMIENTO DE JOSEPH SCHUMPETER SOBRE DESENVOLVIMENTO, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

RESUMO: Há um século, Joseph Alois Schumpeter introduziu o conceito de “destruição criativa”, referindo-se à transformação na qual as antigas formas de fazer negócios dão lugar a novas, impulsionadas pela inovação tecnológica e por empreendedores visionários. Esses últimos, apoiados financeiramente por bancos, trazem ideias inovadoras e revolucionárias para o mercado. Em nossa era digital, esse fenômeno se manifesta como “inovação disruptiva”, gerando mudanças tão profundas quanto as que vieram com a industrialização. Essas transformações não exigem apenas novas estratégias de negócios, mas também uma mudança em nossa cultura e mentalidade, priorizando a inovação e a coragem de assumir riscos. Se não nos adaptarmos a essas mudanças, poderemos enfrentar obstáculos que comprometerão nossa liberdade empresarial e até mesmo nossa democracia. O objetivo central deste ensaio é revisitar a visão de Schumpeter a fim de obter uma compreensão mais profunda de nosso contexto atual. Suas reflexões nos oferecem ferramentas para entender o empreendedorismo contemporâneo e equilibrar o medo da mudança com a motivação para inovar. É fundamental que tanto a política quanto a sociedade promovam um equilíbrio entre prudência e criatividade, o que é essencial para prosperar em nosso ambiente digital.

PALAVRAS-CHAVE: Destruição criativa, inovação disruptiva, empreendedor, inovação

JEL: B31-L26

INTRODUCCIÓN

El crecimiento económico, es el motor que impulsa a las naciones hacia adelante, se presenta de dos maneras. Por un lado, tenemos las mejoras continuas en las prácticas ya establecidas. Por otro, los grandes avances revolucionarios que, impulsados por tecnologías emergentes, cambian por completo nuestra perspectiva y manera de operar

(Broughel y Thierer, 2019). Hace dos siglos, una ola similar de cambio nos transformó de una sociedad agraria a una industrial. En ese entonces, los líderes visionarios, aquellos que vieron oportunidades donde otros solo veían desafíos, guiaron la transformación. El poder cambió de manos, la cultura y la educación evolucionaron y empresas que nacieron durante esa época todavía resuenan hoy en día (Klein, 2020).

Hoy, nos encontramos nuevamente al borde de un cambio monumental: la transición hacia una era digital. Al igual que la industrialización en su día, la digitalización está remodelando nuestra producción y, más importante aún, nuestra vida cotidiana. El auge de la información ha cambiado cómo nos organizamos, producimos y hasta cómo nos relacionamos. Aquí, nuevamente, vemos a emprendedores y startups como los protagonistas del cambio, liderando con “innovación disruptiva”, enfrentando retos con valentía y visión (Hopp et al., 2018). Sin embargo, este fervor emprendedor no se limita a ciertas regiones; está floreciendo en todo el mundo. Gracias a esta ola de emprendimiento, vemos la creación de empleos, la distribución de la riqueza y la renovación de la economía global. Es un llamado que resuena con fuerza entre los jóvenes, muchos de los cuales buscan adquirir las herramientas necesarias en escuelas de negocios para crear empresas propias. Sin este ímpetu educativo, muchos innovadores potenciales podrían perderse en el camino.

Y así, nos adentramos en el corazón del emprendimiento, una revolución que se expande a velocidades inimaginables, prometiendo un futuro próspero y sostenible. El emprendimiento, según Joseph Schumpeter (1943), es más que simplemente iniciar un negocio; es la introducción audaz de novedades que sacuden el status quo. Es la chispa de la innovación, y esta innovación es la esencia del crecimiento. En una era de competencia feroz, la capacidad de innovar se vuelve fundamental, y es aquí donde el espíritu emprendedor se destaca: en la innovación, en la asunción de riesgos y en la persecución incansable de una visión. Es desde estas chispas de ideas donde nacen las grandes empresas.

Es necesario tener en cuenta, que la naturaleza transformadora del emprendimiento ha sido objeto de análisis y estudio durante siglos. Desde teóricos que tratan de capturar su esencia, hasta prácticos que han trazado su ruta, la historia está repleta de mentes brillantes que han tratado de descifrar el enigma de lo que realmente impulsa al emprendedor y cómo esta influencia el desarrollo económico y social. A continuación, nos embarcaremos en un viaje por la historia y las mentes de quienes han estudiado este tema. Este viaje nos llevará a comprender no solo la evolución del pensamiento emprendedor, sino también la visión específica de Schumpeter sobre el desarrollo económico, detallando las distintas fases de su teoría del emprendimiento. Con una base sólida en estas perspectivas, buscaremos extraer conclusiones y reflexiones que nos permitan comprender, con mayor claridad, el papel vital del emprendimiento en nuestra era actual y en el futuro.

Retrospectiva sobre ¿Quiénes han estudiado el emprendimiento?

La idea del emprendedor como una figura clave en la economía no es nueva. En realidad, fue Richard Cantillon en el siglo XVIII quien primero subrayó su importancia. Cantillon (1756) señaló que, cuando existen diferencias entre lo que la gente quiere (demanda) y lo que se ofrece (oferta), surgen oportunidades para comprar a bajo precio y vender con ganancia. A quienes aprovechaban estas oportunidades se les denominó “emprendedores”, un término que posteriormente fue explorado por muchos otros expertos.

Después de Cantillon, renombrados economistas como Mill, Say, Marshall, Schumpeter, Knight y Kirzner, entre otros, dieron gran valor al emprendedor en la economía (Bennett et al., 2019). Aunque se mencionaba a menudo al emprendedor en las obras de estos expertos, no había un consenso claro sobre su papel específico. Tanto es así que, durante un tiempo, algunos argumentaron que el emprendedor no tenía lugar en las teorías económicas (Landström y Harirchi, 2018). Sorprendentemente, hacia finales del siglo XIX, el concepto de emprendedor casi desaparece de la discusión económica, aunque más tarde resurge con fuerza.

Este renacimiento se debe, en gran medida, a la idea de que los emprendedores no solo toman riesgos, sino que también son innovadores, esenciales para el crecimiento económico (Coulibaly et al., 2018). Es esta naturaleza arriesgada e innovadora del emprendimiento lo que eventualmente le otorgó un lugar destacado en la teoría económica. Los estudiosos Hébert y Link agrupan las teorías sobre emprendimiento en tres grandes tradiciones: la de Chicago, la alemana y la austriaca (Kolev et al., 2020). Todas estas tradiciones trazan sus raíces a las ideas originales de Cantillon. Dentro de estas, figuras como Frank Knight, Joseph Schumpeter e Israel Kirzner han sido pilares, aportando ideas valiosas y, a veces, debatiendo entre ellos y con otros como William Baumol. De esta forma, el emprendedor ha pasado por altibajos en su reconocimiento dentro de la economía. Pero, gracias a la tenacidad y el debate de muchos expertos, hoy se valora como una pieza esencial en el rompecabezas económico.

a) Joseph Schumpeter, el innovador dinámico

Según Reisman (2004), al pensar en “emprendimiento”, deberíamos vincularlo con “Schumpeter”. A lo largo de los años, figuras como Schumpeter y Frank Knight han dado identidad y voz al concepto de emprendimiento, el cual había estado eclipsado durante mucho tiempo en el campo de la economía. Schumpeter, en su obra “Teoría del Desarrollo Económico” (1934), argumentó que el emprendedor es quien desestabiliza el equilibrio existente en la economía mediante la introducción de innovaciones. Desde su perspectiva, la economía se asemeja a un flujo constante y circular, pero este flujo puede ser perturbado, generando lo que él denominó “destrucción creativa”, cuando el emprendedor introduce nuevos productos o métodos.

Esencialmente, Schumpeter (1943) veía al emprendimiento como la manifestación de la creatividad humana, y creía que la verdadera fuente de crecimiento económico era la innovación, no solo la acumulación de capital. Con el tiempo, su entusiasmo por el emprendedor se atenuó, y predijo una disminución en su relevancia económica. Dentro de su corriente de pensamiento, el empresario es un innovador, mientras que la creatividad es pensar cosas nuevas. La innovación involucra hacer cosas nuevas.

En esencia, Schumpeter (1943) consideraba el emprendimiento como la expresión de la creatividad humana y sostenía que la verdadera fuente de crecimiento económico radicaba en la innovación, no únicamente en la acumulación de capital. Con el tiempo, su entusiasmo por el emprendedor se moderó, y pronosticó una disminución en su relevancia económica. En su línea de pensamiento, el empresario se ve como un innovador, mientras que la creatividad se refiere a la generación de ideas novedosas. La innovación, implica la ejecución de esas ideas novedosas.

Sin embargo, sus ideas se mantienen vigentes. Leite (2000) describe al emprendimiento a través de la teoría de las 5E, que describe el flujo e interacción entre los diferentes actores del fenómeno emprendedor. En esta teoría, se caracteriza a las personas como emprendedores, empresarios, ejecutivos, empleados y estudiantes en prácticas (pasantes). Además, se establece que el emprendimiento es una fuerza más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica, y equivalente a la voluntad. De manera reinterpretada, la fórmula de Einstein, $E=mc^2$, se convierte en $\text{Emprendimiento} = \text{Motivación} \times \text{Conocimiento}^2$. De esta forma, los emprendedores comprenden que el espíritu empresarial implica la búsqueda constante de oportunidades e iniciativas. Schumpeter dijo: “El emprendedor es un líder, es un fenómeno, y supera la resistencia al cambio”.

b) Frank Knight, sobre el riesgo y la Incertidumbre

Frank Knight, con su obra “Riesgo, Incertidumbre y Ganancia” (1921), aportó otra perspectiva sobre el emprendimiento. Inspirado en las ideas de Cantillon, Knight hizo una distinción crucial entre riesgo e incertidumbre. Mientras que el riesgo es predecible y medible, la incertidumbre es cuando no podemos calcular el resultado. Knight propuso que el verdadero emprendimiento se da en situaciones de “verdadera incertidumbre”, donde el futuro es completamente desconocido. Para él, esta incertidumbre es lo que genera la “ganancia pura”, un elemento vital del emprendimiento. Knight extendió la idea de Cantillon, sugiriendo que los emprendedores avanzan en la economía a pesar del riesgo y la incertidumbre, y que ser emprendedor implica enfrentar estos dos factores. En contraposición a Schumpeter, para Knight, el emprendedor es quien asume los riesgos no asegurables en los negocios.

c) El emprendimiento según la Escuela Austriaca: Kirzner y más allá

La Escuela Austriaca, con figuras prominentes como von Mises y Menger, han propuesto una perspectiva distintiva sobre el emprendimiento, diferente al enfoque neoclásico. Mientras que Knight se centró en la incertidumbre, von Mises enfatizó la habilidad del empresario para predecir adecuadamente los futuros deseos de los consumidores. Según von Mises, el éxito del empresario radica en prever correctamente las futuras demandas (Mises, 1968).

Más adelante, Kirzner (1973) introdujo la idea de que los empresarios juegan un papel vital en descubrir información previamente desconocida, mediante conceptos como “aprendizaje espontáneo” y “alerta”. Esta perspectiva austriaca sugiere que los empresarios reducen la “ignorancia pura”, llevando al mercado más cerca del equilibrio, en contraposición a las teorías disruptivas de Schumpeter. Kirzner compara a los empresarios con Robinson Crusoe, aprendiendo y adaptándose a su entorno. En resumen, para la Escuela Austriaca, las oportunidades de negocio surgen en desequilibrio, y los empresarios ayudan a restablecer este equilibrio.

d) William Baumol, el emprendimiento y el poder de los incentivos

William Baumol criticó la falta de consideración de los empresarios en la teoría económica neoclásica, comparándolo con representar la obra de Hamlet sin el personaje principal. Según Baumol (1996), aunque la función empresarial es crucial, a menudo se le pasa por alto o se minimiza en modelos tradicionales.

Inspirado por las ideas innovadoras de Schumpeter, Baumol (1996) subrayó la necesidad de considerar el emprendimiento como una fuerza impulsora detrás del crecimiento económico. Sin embargo, señaló que el emprendimiento puede manifestarse de maneras productivas o destructivas, dependiendo del contexto. Básicamente, la cantidad de empresarios en una sociedad podría ser constante, pero lo que hacen cambia según las recompensas e incentivos disponibles.

Para Baumol (1996), el crecimiento económico no proviene simplemente de acumular recursos, sino de combinarlos de manera innovadora. De ahí que defendiera un entorno que favorezca el emprendimiento que, al mismo tiempo, aumente la riqueza de la sociedad. Además, Baumol ha subrayado la importancia de los incentivos adecuados, y cómo estos pueden influir en la toma de decisiones empresariales, especialmente cuando se considera la “búsqueda de rentas” como una motivación dominante. Baumol ha trabajado en distinguir entre tipos de empresarios (innovadores y replicativos) y ha resaltado la importancia del emprendimiento para el progreso económico. Su larga trayectoria nos muestra que la teoría económica necesita integrar más profundamente la idea de que los individuos emprendedores son esenciales para el crecimiento y la innovación.

PUNTO DE INICIO ¿CUÁL ERA LA VISIÓN DE SCHUMPETER SOBRE DESARROLLO ECONÓMICO?

Schumpeter fue un economista que dedicó su vida a comprender la naturaleza cíclica y evolutiva de la economía en la era capitalista. Su premisa principal era que entender los ciclos económicos es esencialmente analizar la economía de la era capitalista. Así lo expresó en sus obras clásicas, como su “Theory of Economic Development” (1934) y “Business Cycles” (1939). Schumpeter veía la economía como una entrelazada red de elementos históricos, políticos, sociales y económicos. Aunque estos factores pueden estudiarse de forma aislada para una comprensión más profunda, Schumpeter argumentaba que es esencial mantener un enfoque económico puro para analizar el desarrollo del capitalismo, dejando otros factores, como guerras o asuntos culturales, en un segundo plano.

El núcleo de su pensamiento giraba en torno al papel del emprendedor. Schumpeter (1939) creía que los emprendedores, con su ímpetu innovador, eran los verdaderos motores del desarrollo económico. Esta innovación lleva a ciclos: un emprendedor introduce una innovación, seguido de imitadores que copian la idea, lo que lleva a un auge en ese sector. Con el tiempo, esa ventaja inicial se erosiona, provocando que las inversiones se desplacen y el sector se contraiga, hasta que una nueva innovación revolucione el mercado nuevamente. Sin embargo, Schumpeter también reconoció los desafíos de su teoría, particularmente durante la Gran Depresión, cuando la innovación y el emprendimiento parecían no ser suficientes para reactivar la economía. En respuesta, profundizó en su análisis sobre los ciclos económicos, proponiendo que estaban influenciados por tres diferentes longitudes de ciclos de onda.

Uno de los conceptos más famosos de Schumpeter (1943) es la “Destrucción Creativa”. Según él, las fases de recesión y depresión económica, aunque dolorosas a corto plazo, son esenciales a largo plazo, ya que eliminan comportamientos y estructuras antiguas, permitiendo la introducción de nuevos métodos y enfoques por parte de los emprendedores. Schumpeter ha sido visto históricamente como un “no intervencionista”, es decir, alguien que creía que los gobiernos no deberían interferir en el proceso económico, incluso en tiempos de crisis, ya que confiaba en el poder de la destrucción creativa y la innovación para impulsar el cambio y la recuperación (1943).

Teoría del desarrollo económico de Schumpeter

Schumpeter fue un teórico económico que ofreció una nueva perspectiva sobre cómo se desarrolla la economía. Las características principales de su teoría del desarrollo económico según Emani (2021), son: 1) El flujo circular de la economía; 2) el papel del emprendedor; 3) proceso cíclico o ciclo económico; y 4) fin del capitalismo, a continuación, se describe cada uno de ellos.

1. **Flujo circular de la economía.** Imagina una economía donde todo está equilibrado: la oferta coincide con la demanda y las cosas suceden de la misma manera año tras año, similar a cómo la sangre circula en nuestro cuerpo. Schumpeter lo llamó “flujo circular” (Schumpeter, 1961).

Pero, ¿qué pasa si algo cambia y perturba ese equilibrio? Eso nos lleva al desarrollo económico, que Schumpeter describe como una alteración de este flujo circular debido a innovaciones. Las innovaciones son nuevas formas de hacer las cosas o incluso productos totalmente nuevos que cambian la forma en que funciona la economía (Schumpeter, 1961). Estas innovaciones pueden ser: descubrir nuevas fuentes de materias primas, lanzar un producto innovador, adoptar nuevos métodos de producción, encontrar nuevos mercados, o incluso establecer un nuevo tipo de organización en la industria.

2. **El papel del emprendedor.** en este universo, el emprendedor es la estrella. No es solo alguien que administra una empresa, sino alguien que introduce estas innovaciones, asumiendo grandes riesgos (Schumpeter, 1961). Un emprendedor ve posibilidades de innovación, vence obstáculos para introducir novedades, guía los medios de producción hacia nuevos caminos, convence a los financiadores, y lidera el cambio. Schumpeter cree que el emprendedor es vital para el capitalismo y el desarrollo económico, diferenciándolo claramente de un simple administrador.

El desarrollo comienza cuando un emprendedor introduce una innovación que altera el equilibrio de la economía. El crédito bancario es vital aquí porque financiar innovaciones es arriesgado (Emani, 2021). Pero una vez que una innovación tiene éxito, otros emprendedores se sienten inspirados a seguir el mismo camino, en un efecto dominó. Sin embargo, no todas las empresas adoptarán la innovación, y la tasa de adopción nunca será del 100%.

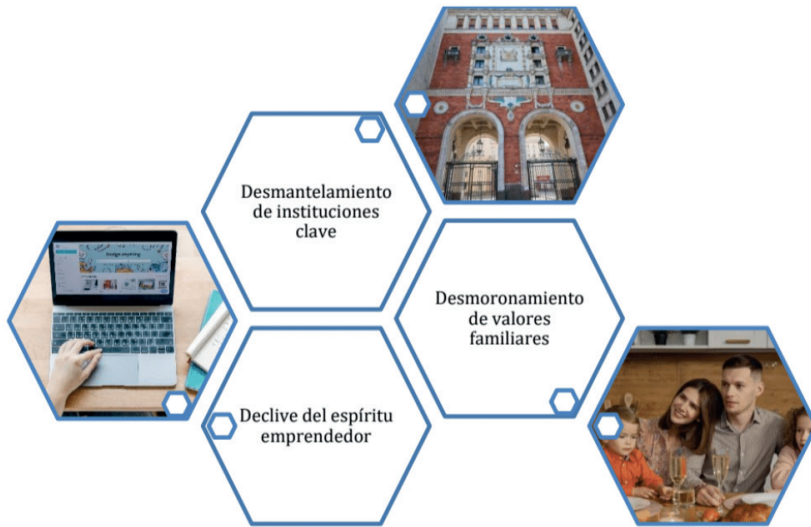
3. **Proceso cíclico o ciclo económico.** Schumpeter ofrece un análisis detallado sobre cómo funciona la economía en sus distintas fases bajo el capitalismo. Según él, no solo las razones económicas impulsan los ciclos económicos, sino también factores externos no estrictamente económicos. En su opinión, una crisis no es más que una adaptación a nuevas condiciones económicas (Schumpeter, 1961). Dentro de este proceso, el crédito bancario juega un papel protagonista. Al generar crédito, los bancos impulsan el aumento de los ingresos y los precios, lo que provoca que la economía se expanda. Con más dinero en manos de los consumidores, hay un aumento en la demanda y oferta de productos. Esta expansión económica, acompañada de precios al alza y altas ganancias, motiva a los productores a invertir más, endeudándose con los bancos en el proceso (Bortz y Kaltenbrunner, 2018).

A medida que nuevos emprendedores ingresan al mercado con innovaciones, esto desencadena una segunda ola de crecimiento o “auge”. Pero, con el tiempo, estos nuevos productos empiezan a desplazar a los anteriores. Las empresas establecidas intentan deshacerse de sus inventarios vendiendo a precios reducidos, lo que resulta en pérdidas. Con la inversión disminuyendo y el desempleo en aumento, la demanda cae, culminando en una depresión económica. Sin embargo, Schumpeter es optimista. Cree que, tras cada depresión, las fuerzas económicas se reactivan, llevando a un nuevo auge.

4. **Fin del capitalismo.** Schumpeter, en sintonía con la perspectiva de Marx, considera que el capitalismo tiene una fecha de caducidad. En su opinión, el sistema está programado para autodestruirse, y factores diversos contribuirán no solo a su colapso sino a la emergencia de una sociedad socialista (Schumpeter, 1961). Identifica tres principales razones para la decadencia del capitalismo, ver Figura 1.

Figura 1.

Razones de la decadencia del capitalismo



Schumpeter (1943) opina que el crecimiento de grandes corporaciones y la concentración de poder económico socavan las bases del capitalismo: la propiedad privada y la libertad de contrato. En su visión, el capitalismo no puede mantenerse a largo plazo y eventualmente será reemplazado por el socialismo.

Schumpeter (1943), en su teoría, nos presenta la figura del emprendedor como motor de la economía. Los “emprendedores” no son simplemente dueños de negocios; son aquellos que introducen “nuevas combinaciones” o innovaciones. Al igual que un artista da forma a su obra, el emprendedor moldea la economía, no necesariamente a través de sus propias ideas, sino implementando ideas con creatividad. Aclara que no todos los líderes empresariales son, en realidad, emprendedores. Se convierten en verdaderos emprendedores solo cuando innovan. Esto puede ser a través de la creación de un negocio, la adaptación a nuevos procesos o enfrentando directamente a la competencia.

Lo sorprendente es que estos emprendedores poseen una intuición especial para decidir en el momento adecuado. Es como si tuvieran un sexto sentido, actuando con precisión sin siempre poder explicar por qué. En 1934, Schumpeter enfatizó que lo que mueve a estos emprendedores no es la riqueza o el lujo, sino la pasión por crear y

desarrollar. Más tarde, en 1943, habla de la era de las grandes corporaciones. En este nuevo escenario, a menudo son equipos de emprendedores quienes dirigen el progreso, reuniendo habilidades y conocimientos. Estos “equipos empresariales” aportan múltiples perspectivas y distribuyen el riesgo, superando obstáculos con mayor eficacia.

Hoy, en una era de transformación digital, la figura del emprendedor sigue siendo crucial. Aunque hay quienes se aferran al pasado, necesitamos visionarios dispuestos a romper moldes y abrazar la innovación (Grover et al., 2022). Elon Musk es un ejemplo contemporáneo de un emprendedor pionero en el estilo de Schumpeter. Con Tesla, Musk ha impulsado el cambio hacia la movilidad eléctrica, desafiando a la tradicional industria automotriz. La teoría moderna del crecimiento subraya la relevancia del progreso tecnológico autosostenido.

Mientras que emprendedores como Musk lideran, cada empresario tiene un papel, impulsando el avance o manteniendo el statu quo. El verdadero progreso se encuentra en adoptar y aplicar nuevas ideas en modelos de negocio efectivos. La creatividad no es solo para los emprendedores; toda la sociedad tiene un potencial creativo que debe ser aprovechado, y esto requiere tanto visión como valentía empresarial.

Teoría de la innovación de Schumpeter

Desde finales de los años 1880, el término “innovación” se ha utilizado para aludir a ideas o conceptos inusuales (Schumpeter, 1934). Aunque muchos contribuyeron al estudio de la innovación, Schumpeter destaca particularmente. Afirmó que las preferencias de los consumidores son constantes y no generan cambio económico por sí solas. Según él, los consumidores toman un papel más pasivo en el desarrollo económico. Destaca que el desarrollo económico es un proceso histórico marcado por cambios estructurales, mayormente impulsados por la innovación (1934). Esta innovación puede ser categorizada en cinco formas:

1. Introducción de un producto nuevo o una variante del existente.
2. Uso de nuevas técnicas para producir o vender un producto.
3. Acceso a un mercado inexplorado para una industria.
4. Localización de nuevas fuentes de materias primas o productos semielaborados.
5. Cambios estructurales en una industria, como formar o dismantelar monopolios.

El motor detrás de estas innovaciones es la búsqueda de ganancias, lo que genera un reajuste de los recursos y medios productivos. Schumpeter (1934) vio la innovación como la clave de la competitividad y el motor de la economía. Acuñó el término “destrucción creativa” para describir cómo la innovación dismantela viejas estructuras para crear nuevas. Dentro del marco de la innovación, Schumpeter identificó cuatro etapas: 1) invención, 2) innovación, 3) difusión, e 4) imitación (Ver Figura 2).

Central para su teoría es la figura del emprendedor, quien actúa sobre las ideas de los inventores y científicos para transformarlas en oportunidades tangibles de inversión y crecimiento. Inventar no es lo mismo que innovar. Una idea por sí sola no basta; necesita de un emprendedor decidido para ser realizada. Es la acción, y no solo el pensamiento, lo que propulsa el cambio económico. La “destrucción creativa” es, la verdadera esencia del capitalismo. Sin ella, solo tendríamos repetición. Las innovaciones son vitales para el crecimiento económico, y el emprendedor es el agente de cambio, redistribuyendo recursos hacia nuevas oportunidades y combinaciones.

Figura 2.
Fases de innovación según Schumpeter



Las características del emprendedor son: inteligencia, alerta, energía y determinación. El emprendimiento es innovación y la actualización de la innovación. No se debe confundir al emprendimiento con las funciones complementarias de la invención: asumir riesgos; corrección de errores; administración; y distintivas y no-emprendedoras por naturaleza (Schumpeter, 1934). De esta forma dentro del trabajo de Schumpeter, se puede observar una evolución en su entendimiento sobre el emprendimiento, una primera versión o fase “temprana” de la teoría y una versión o fase “tardía” de la teoría

Teoría de Emprendimiento de Schumpeter, fase temprana

Schumpeter tenía una visión distintiva del emprendedor en comparación con sus contemporáneos. A diferencia de otros teóricos como Clark, Taussig y Marshall, para Schumpeter (1934), el emprendedor no era simplemente un gerente o un organizador. En cambio, el emprendedor para él se caracterizaba principalmente por su capacidad para innovar. Este emprendedor no necesariamente posee capital, pero tiene un papel clave en

llevar innovaciones al mercado, con la ayuda del sistema bancario.

En palabras de Schumpeter (1934), el emprendedor busca reformar o revolucionar las prácticas de producción, capitalizando invenciones o nuevas tecnologías. Es un pionero, que desafía lo tradicional y busca crear algo nuevo. Aunque el término “innovador” podría haber sido más apropiado para describir este rol, el concepto de “emprendedor”. Schumpeter señaló que el acto de establecer un negocio no hace de alguien un emprendedor de por vida. Una vez que la empresa está en marcha y funciona de manera rutinaria, el fundador deja de ser un emprendedor y se convierte en un mero administrador. Asimismo, los beneficios generados por las innovaciones no necesariamente van al emprendedor, sino al propietario del capital. La continuidad del emprendedor en su rol innovador depende de su talento y determinación.

Figura 3.

¿Quién es un emprendedor?



Para Schumpeter, un emprendedor se siente impulsado por tres motivaciones principales:

1. El deseo de forjar su propio destino, similar al poder de un señor feudal.
2. La competencia y el deseo de superar a otros en el mundo empresarial, disfrutando de las victorias como si fueran deportivas.
3. La satisfacción inherente de crear algo nuevo, aprovechando su energía y creatividad.

Teoría de Emprendimiento de Schumpeter, fase tardía

Durante los años 30, Schumpeter comenzó a reevaluar su perspectiva anterior sobre el emprendimiento, culminando en una teoría transformada hacia fines de esa década. Esta revisión se hizo evidente en “Capitalismo, socialismo y democracia” (1943), donde puso menos énfasis en el emprendedor tal como lo definió inicialmente en 1911, y más en la innovación. Su teoría actualizada, menos enfocada en el individuo, se expone en cuatro artículos entre 1943 y 1949. El argumenta que un emprendedor no necesariamente tiene que ser una única persona; incluso un país podría adoptar ese papel. Esta revisión nació de su experiencia personal al observar la economía estadounidense.

En esta versión, el emprendedor ya no es el núcleo central. Además, cambia la relación entre el emprendedor y el banquero, alejándose de la imagen idealizada basada en sus observaciones europeas y acercándose a una más realista de un banco moderno, orientado al control y la prudencia. Sin embargo, esta visión renovada no fue ampliamente adoptada. Una razón podría ser el enfoque de Schumpeter en fusionar la teoría económica con la historia económica. También expresó su escepticismo sobre la utilidad de los modelos matemáticos en la economía, una postura que chocó con economistas contemporáneos como Paul Samuelson, quienes veían el futuro de la economía firmemente arraigado en los métodos matemáticos (Timponelli, 2021).

Resulta irónico que Schumpeter, quien inicialmente defendió la importancia de los métodos matemáticos, más tarde argumentara en contra de su excesiva dependencia, destacando la importancia del análisis institucional y empírico. En sus últimos años, criticó a economistas que ignoraban fenómenos no cuantitativos, sugiriendo que se dejaban llevar por la comodidad en lugar de explorar la complejidad de la economía en su totalidad.

LAS IDEAS DE SCHUMPETER EN EL CONTEXTO ACTUAL

Schumpeter revolucionó la teoría económica al destacar la relevancia del emprendedor e innovador en la propulsión del desarrollo económico auténtico. Este desarrollo se centra en la introducción de novedades o innovaciones. Según Schumpeter (1967), en un sistema administrativo de comando, los líderes gubernamentales gestionan los recursos en un ciclo estático sin garantizar el bienestar de la nación a largo plazo. Pero con emprendedores genuinos, aquellos que impulsan la innovación, un país puede alcanzar un crecimiento sustentable.

El papel del emprendimiento, a veces se interpreta, de forma simplificada, como una solución al desempleo. Pero el verdadero valor del emprendimiento, argumenta Schumpeter (1967), yace en los emprendedores innovadores que verdaderamente impulsan la prosperidad nacional. Un enfoque superficial en crear empleos no es suficiente para generar riqueza. También enfatizó el papel del crédito. Argumenta que solo tiene sentido

económico cuando se concede a emprendedores innovadores. Estos emprendedores, al innovar, generan de manera inherente los recursos financieros necesarios para sus proyectos (Schumpeter, 1967). No se trata simplemente de acumular fondos y luego invertir en innovación; es la innovación misma la que crea oportunidades financieras.

La visión de Schumpeter sobre el capital es igualmente transformadora. No ve el capital simplemente como un medio de intercambio en un sistema estancado. Para él, el capital representa nuevos medios de pago creados para respaldar el emprendimiento. Esta perspectiva subraya la importancia de revitalizar el mercado de valores, que debe centrarse en apoyar el crecimiento a largo plazo. Una de las reflexiones más profundas de Schumpeter se relaciona con el valor agregado. Argumenta que, en un sistema sin desarrollo, no hay ganancias. Las ganancias, y el valor agregado, solo surgen cuando hay innovaciones que introducen “nuevas combinaciones” en la economía.

Finalmente, Schumpeter aborda los ciclos económicos. Considera que las crisis, no se deben simplemente a eventos externos aleatorios. En su opinión, son inherentes a la economía de mercado debido a cómo las innovaciones reconfiguran la estructura económica. Estas crisis son esencialmente mecanismos de reorganización, preparando a la economía para una nueva fase de desarrollo. Esta visión fue tan influyente que inspiró a toda una escuela de pensamiento, conocida como la economía neo-schumpeteriana

Futuro del emprendimiento a través del lente de Schumpeter

Schumpeter visualizó al emprendedor como un agente de “destrucción creativa” - aquel que descompone las estructuras existentes para crear nuevas. En el presente esto es latente, en el futuro este papel podría magnificarse. Con el advenimiento de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, la biotecnología y la energía renovable, las industrias tradicionales enfrentarán disrupciones más frecuentes y de mayor magnitud. Los emprendedores del necesitarán ser adaptativos, resilientes y dispuestos a aprender y desaprender rápidamente (Conz y Magnani, 2020).

Las futuras startups no operarán de forma aislada. La tendencia apunta hacia un ecosistema emprendedor interconectado, dentro de un ecosistema emprendedor, en el que las startups colaboren con otras empresas, gobiernos e instituciones académicas. Esta colaboración permitirá el acceso a recursos, conocimientos y mercados de manera más eficiente (Bischoff et al., 2018). Con la velocidad de cambio tecnológico, la educación emprendedora no puede limitarse a habilidades comerciales básicas.

El futuro del emprendimiento requerirá un enfoque en el pensamiento crítico, la solución de problemas complejos y la adaptabilidad. Además, la educación emprendedora se extenderá más allá de las escuelas de negocios y se integrará en diferentes disciplinas, reconociendo que la innovación puede surgir en cualquier lugar. Se aprovecharán las diversas plataformas educativas, como MOOCs, la educación virtual, y la enseñanza

a través de realidad virtual y la instrucción dentro del metaverso, entre otros métodos innovadores (Kuratko y Morris, 2018).

Figura 4.

Fórmula del éxito para el emprendedor



En la Figura 4, podemos visualizar claramente la interacción de tres elementos cruciales en el camino hacia el éxito emprendedor. Cada uno de los círculos representa un aspecto fundamental:

1. **Lo que más apasiona al emprendedor:** Este primer círculo representa las pasiones y los intereses profundos que impulsan al emprendedor. Aquí, el emprendedor se involucra en actividades que realmente le apasionan, lo que le brinda una fuente inagotable de energía y motivación.
2. **Lo que el emprendedor hace mejor que nadie:** El segundo círculo destaca las habilidades y competencias únicas del emprendedor. Estas son las áreas en las que sobresale y se destaca de manera excepcional en comparación con otros. Aquí es donde su experiencia y conocimiento especializado se convierten en un activo valioso.
3. **Lo que impulsa el crecimiento sostenible:** El tercer círculo se refiere a las acciones y estrategias que promueven un crecimiento empresarial sostenible a largo plazo. Esto puede incluir la adopción de prácticas comerciales responsables, la innovación constante y la creación de un valor real para los clientes y la sociedad en general.

La intersección de estos tres círculos es la clave del éxito del emprendedor. Es el espacio donde todas estas fuerzas convergen y se combinan de manera sinérgica. Cuando un emprendedor opera en esta zona de intersección, encuentra el equilibrio perfecto entre sus pasiones, habilidades sobresalientes y una estrategia sostenible, lo que conduce al

éxito empresarial. Es en esta área donde se desbloquea el potencial máximo y se crea un impacto significativo en el mundo empresarial.

Si bien los modelos de capital de riesgo y los inversores ángeles seguirán siendo esenciales, surgirán nuevos modelos de financiamiento. La financiación colectiva, las monedas digitales y las plataformas de financiamiento descentralizado podrían desempeñar un papel crucial en la financiación de startups (Cai, 2018). Por otra parte, con un creciente enfoque global en la sostenibilidad y la ética, los emprendedores del futuro tendrán que considerar el impacto social y medioambiental de sus innovaciones. Las empresas que adopten un enfoque centrado en la sostenibilidad tendrán una ventaja competitiva en el mercado y con posibles oportunidades para el financiamiento sostenible (Veleva, 2021).

La geopolítica jugará un papel más importante en el contexto del emprendimiento. Las tensiones comerciales, las políticas de inmigración y otros factores geopolíticos influirán en dónde y cómo las startups operan. Los emprendedores deberán ser más astutos en su comprensión de estos desafíos y adaptarse a ellos (Schoemaker et al., 2018). El emprendedor deberá considerar una inclusión más amplia., dado que habrá un aumento en el número de emprendedores femeninos, de minorías y de regiones anteriormente subrepresentadas. Esta diversidad en el emprendimiento traerá consigo una diversidad de ideas, abordando problemas desde perspectivas únicas y ofreciendo soluciones innovadoras (Macke et al., 2018).

Sin lugar a dudas, del fenómeno emprendedor surge el desarrollo de nuevas formas y fuentes de innovación hasta el constante aumento de la productividad, los desafíos fundamentales profundos están siendo abordados menos por las grandes organizaciones y más por los pioneros en nuevas industrias, quienes poseen ideas y dinámicas empresariales renovadas, y cuentan con un alto grado de creatividad, innovación y espíritu emprendedor.

El destino de la humanidad no está determinado por las abstracciones estadísticas agregadas de los economistas convencionales, sino por el ingenio colectivo y la sabiduría de los emprendedores, que constituyen el motor principal del desarrollo económico. El emprendimiento, tal como lo conocemos hoy, está en una encrucijada emocionante. Mientras honramos y aprendemos de las contribuciones de teóricos como Schumpeter, debemos también mirar hacia el horizonte y prepararnos para un futuro dinámico y desafiante. Los emprendedores del mañana enfrentarán desafíos sin precedentes, pero también tendrán oportunidades sin precedentes. Con la mentalidad adecuada, las herramientas adecuadas y una visión clara, pueden estar a la vanguardia de la próxima ola de innovación global.

AGRADECIMIENTO

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Gestión de empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial”, proyecto adscrito a la carrera de Administración de Empresas y al

programa de maestría en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Metropolitana, Sede Machala; y en colaboración con la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad (RILCO).

REFERENCIAS

- Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of business venturing*, 11(1), 3-22. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00014-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00014-X)
- Bennett, R., Smith, H., van Lieshout, C., Montebruno, P., & Newton, G. (2019). *The Age of Entrepreneurship: Business Proprietors, Self-employment and Corporations Since 1851* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315160375>
- Bischoff, K., Volkmann, C. K., & Audretsch, D. B. (2018). Stakeholder collaboration in entrepreneurship education: an analysis of the entrepreneurial ecosystems of European higher educational institutions. *The Journal of Technology Transfer*, 43, 20-46. <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9581-0>
- Bortz, P. G., & Kaltenbrunner, A. (2018). The international dimension of financialization in developing and emerging economies. *Development and change*, 49(2), 375-393. <https://doi.org/10.1111/dech.12371>
- Broughel, J., & Thierer, A. D. (2019). Technological innovation and economic growth: A brief report on the evidence. *Mercatus Research Paper*, 1-29. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3346495>
- Cai, C. W. (2018). Disruption of financial intermediation by FinTech: a review on crowdfunding and blockchain. *Accounting & Finance*, 58(4), 965-992. <https://doi.org/10.1111/acfi.12405>
- Cantillon, R. (1756). *Essai sur la nature du commerce en général*. Editeur non identifié. <https://doi.org/10.2307/2223737>
- Conz, E., & Magnani, G. (2020). A dynamic perspective on the resilience of firms: A systematic literature review and a framework for future research. *European Management Journal*, 38(3), 400-412. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.12.004>
- Coulibaly, S. K., Erbao, C., & Mekongcho, T. M. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127, 271-280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.028>
- Emami Langroodi, F. (2021). Schumpeter's Theory of Economic Development: a study of the creative destruction and entrepreneurship effects on the economic growth. *Journal of Insurance and Financial Management*, 4(3). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3153744>
- Grover, V., Tseng, S. L., & Pu, W. (2022). A theoretical perspective on organizational culture and digitalization. *Information & Management*, 59(4), 103639. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103639>
- Hopp, C., Antons, D., Kaminski, J., & Oliver Salge, T. (2018). Disruptive innovation: Conceptual foundations, empirical evidence, and research opportunities in the digital age. *Journal of Product Innovation Management*, 35(3), 446-457. <https://doi.org/10.1111/jpim.12448>
- Kirzner, Israel M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1496174>

- Klein, M. (2020). Leadership Characteristics In The Era Of Digital Transformation. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1): 883-902. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1441>
- Knight, F. (1921). Risk, Uncertainty, and Profit. Houghton Mifflin. <http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP.html>
- Kolev, S., Goldschmidt, N., & Hesse, J. O. (2020). Debating liberalism: Walter Eucken, FA Hayek and the early history of the Mont Pèlerin Society. *The Review of Austrian Economics*, 33, 433-463. <https://doi.org/10.1007/s11138-019-0435-x>
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Examining the future trajectory of entrepreneurship. *Journal of small business management*, 56(1), 11-23. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12364>
- Landström, H., & Harirchi, G. (2018). The social structure of entrepreneurship as a scientific field. *Research Policy*, 47(3), 650-662. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.013>
- Leite, E. (2002). *O fenômeno do empreendedorismo, criando riquezas*. Edições Bagaço.
- Macke, J., Sarate, J. A. R., Domeneghini, J., & da Silva, K. A. (2018). Where do we go from now? Research framework for social entrepreneurship. *Journal of cleaner production*, 183, 677-685. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.017>
- Reisman, D. A. (2004). *Schumpeter's market: enterprise and evolution*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2002.00313.x>
- Schoemaker, P. J., Heaton, S., & Teece, D. (2018). Innovation, dynamic capabilities, and leadership. *California management review*, 61(1), 15-42. <https://doi.org/10.1177/0008125618790246>
- Schumpeter, J. (1934). *Theory of Economic Development* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315135564>
- Schumpeter, J. A. (1939). *Business cycles*. McGraw-hill 1, 161-174. <https://doi.org/10.1017/S0034670500001170>
- Schumpeter, J. A. (1967). *Theory of Economic Development* (4th ed.). Economic Culture Fund. <https://doi.org/10.4324/9781003146766>
- Schumpeter, J.A. (1943). *Capitalism, Socialism and Democracy* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203202050>
- Schumpeter, J.A. (1961) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle* (3rd ed). Oxford University Press. <https://www.jstor.org/stable/41629773>
- Timponelli, L. (2021). From Pareto to Bridgman: The Operational Turn of Samuelson, Sraffa and Leontief. *Annals of the Fondazione Luigi Einaudi. An Interdisciplinary Journal of Economics, History and Political Science*, 55(1), 303-328. <https://doi.org/10.26331/1145>
- Veleva, V. (2021). The role of entrepreneurs in advancing sustainable lifestyles: Challenges, impacts, and future opportunities. *Journal of Cleaner Production*, 283, 124658. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124658>
- Von Mises, L. (1968). *La acción humana*. Unión editorial. <https://www.jstor.org/stable/1815977>

EL CONTRATO SOCIAL Y LA ECONOMÍA: EFECTOS DE LAS POLÍTICAS MONETARIAS EN LOS DERECHOS DE PROPIEDAD

Data de aceite: 01/11/2023

Armando Urdaneta-Montiel

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-9825-9453>

Edwin Salazar-Sánchez

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
<https://orcid.org/0009-0009-5054-953X>

Gracián Moran-Molina

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
<https://orcid.org/0000-0002-2101-6752>

RESUMEN: El objetivo de la investigación estuvo orientado a analizar desde la perspectiva filosófica los postulados del contractualismo, en relación con la ruptura del origen, de acuerdo a los planteamientos de los clásicos como John Locke, Thomas Hobbes y Jean Jacques Rousseau, según los cuales el monarca que dirige el estado civil, ya sea desde una perspectiva absolutista o limitada por el contrapeso de otros poderes públicos, debe garantizar el derecho a la vida, libertad y propiedad, sobre todo este último cercenado por las políticas tributarias progresivas y políticas

económicas inflacionistas que destruyen el poder adquisitivo del dinero y ello representa un mayor avance sobre los derechos de propiedad de los individuos. Para alcanzar este fin, desde el punto de vista epistemológico, la investigación se contextualizó dentro del enfoque cualitativo, específicamente el paradigma interpretativo, apoyado de un diseño documental y retrospectivo. Se utilizó como fuentes de información, bibliografía y artículos especializados en la temática de estudio, los cuales fueron procesados a través de la técnica de análisis de contenido. El análisis realizado, permitió plantearse como reflexión final, que la política monetaria internacional de los principales Bancos Centrales del mundo es ha sido garante del origen contractual del estado, representando una ruptura de esta importante condición, en consideración a que los hogares y las PYMES son los que se han visto más directamente afectados por la pérdida del poder adquisitivo de los diferentes signos monetarios, producto de la crisis y los riesgos financieros resultantes que afectan a toda la economía.

PALABRAS-CLAVE: política monetaria, bancos centrales, derecho a la propiedad, origen contractual del Estado.

THE SOCIAL CONTRACT AND ECONOMICS: EFFECTS OF MONETARY POLICIES ON PROPERTY RIGHTS

ABSTRACT: The objective of the investigation was oriented to analyze from the philosophical perspective the postulates of contractualism, in relation to the rupture of the origin, according to the approaches of the classics such as John Locke, Thomas Hobbes and Jean Jacques Rousseau, according to which the monarch who directs the civil state, either from an absolutist perspective or limited by the counterweight of other public powers, it must guarantee the right to life, liberty and property, especially the latter curtailed by progressive tax policies and inflationary economic policies that destroy the purchasing power of money and this represents a further advance on the property rights of individuals. To achieve this end, from the epistemological point of view, the research was contextualized within the qualitative approach, specifically the interpretive paradigm, supported by a documentary and retrospective design. Bibliography and specialized articles on the subject of study were used as sources of information, which were processed through the content analysis technique. The analysis carried out, allowed us to consider as a final reflection, that the international monetary policy of the main Central Banks of the world has been a guarantor of the contractual origin of the state, representing a break in this important condition, considering that households and SMEs are those who have been most directly affected by the loss of purchasing power of the different monetary signs, as a result of the crisis and the resulting financial risks that affect the entire economy.

KEYWORDS: monetary policy, central banks, right to property, contractual origin of the State

JEL: E5-K1

INTRODUCCIÓN

El mundo globalizado posmoderno, se ha visto envuelto en recurrentes crisis financieras como consecuencia de las políticas monetarias expansivas llevadas a cabo los Bancos Centrales, para financiar o monetizar el déficit público de los gobiernos y en menor medida financiar a los bancos privados, que son producto de eventos sobrevenidos como guerras, pandemias, desastres naturales entre otros, que sirven de justificación para la expansión del gasto público, en lugar del redireccionamiento de partidas hacia los sectores más críticos, y/o la eliminación de partidas destinadas por ejemplo para la construcción de nuevas obras públicas, o las predestinadas al gasto burocrático, sobre todo el discrecional.

Eso se debe principalmente a que este tipo de medidas de política económica terminan decantando en procesos inflacionarios que destruye en el mediano y largo plazo el poder adquisitivo de la moneda, empobreciendo sistemáticamente a la población y generando crisis generales que impactan en la calidad de vida de la sociedad. En el caso de las entidades financieras, las mismas se ven sometidas a un proceso de descapitalización debido a las tasas de interés reales negativas, que las obliga indirectamente a la compra de títulos valores de los gobiernos mediante operaciones de descalce que limita ostensiblemente su capacidad de liquidez lo cual termina dando origen a las crisis financieras.

Por otra parte, esta política monetaria expansiva por parte de los Bancos Centrales, crea incentivos en los Bancos Privados para la expansión artificial crediticia como otro factor causante de las crisis financieras, gracias al sistema de reserva fraccionaria y al multiplicador monetario los cuales deberían utilizarse como un instrumento que en momentos donde la Base Monetaria aumente como consecuencia del financiamiento monetario del déficit público o el Banco Central actúe como prestamista de última instancia ante el sistema financiero e inyecte dinero fiduciario, el encaje legal o coeficiente de caja deberían aumentarse para frenar la expansión artificial crediticia sin dejar de atender las necesidades de financiamiento del gobierno o los Bancos Privado (Requeijo, 2012).

Desde la óptica de esas ideal, el artículo se plantea como objetivo general analizar desde la perspectiva filosófica los postulados del contractualismo (el origen del Estado es un contrato) que plantean sus principales exponentes clásicos, John Locke, Thomas Hobbes y Jean Jacques Rousseau, según los cuales el monarca que dirige el estado civil, ya sea desde una perspectiva absolutista o limitada por el contrapeso de otros poderes públicos, debe garantizar todos aquellos derechos que en el estado de naturaleza no serían posible salvaguarda, como el derecho a la vida, la libertad y a la propiedad, en espacial este último que cada vez se ve más cercenado, producto de las políticas tributarias progresivas y políticas económicas inflacionistas que destruyen el poder adquisitivo del dinero y ello representa un mayor avance sobre los derechos de propiedad de los individuos.

Este estudio forma parte del proyecto “Mecanismos de Promoción y Acceso desarrollados por la Banca Ecuatoriana para el financiamiento de las pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro”, constituyéndose en un aporte novedoso a la ciencia económica, derivado del análisis integrativo del estudio variables económicas, así como de políticas de tipo expansivo y restrictivo, lo cual resulta importante para prevenir las causas y efectos de las crisis financieras.

FUNDAMENTO TEÓRICO

Teoría del dinero y la economía de intercambio

Dado que el hombre está integrado en una economía de intercambio, el interés propio lo obliga a buscar bienes particularmente comerciales que tengan propiedades monetarias deseables, tales como divisibilidad, durabilidad, reconocibilidad, portabilidad y escasez, y demandar tales bienes no por su propio bien sino por el bien de emplearlos como medios de intercambio (Reyes-Tagle, 2015).

Por ello, la función del dinero es facilitar el intercambio, ampliando el rango de posibilidades de intercambio y, por lo tanto, aumentar el valor de los bienes de uno en la medida en que se perciben como integrados en una economía de intercambio (Menger,

1976). El dinero fue inventado por individuos interesados en aumentar su riqueza dentro de un mercado en constante expansión en el ámbito nacional, regional y universal. Precisamente, en la búsqueda de ese interés personal, el dinero nacional o regional será rápidamente sustituido por el oro, porque solo este permite que se complete la integración económica, facilitando los procesos de comercialización e intercambio de bienes y servicios, sirviendo como medio de cambio, unidad de cuenta y reserva de valor (Llewelyn y Rockwell, 1985).

Dado que todos los precios se expresan en oro, el mercado de productores es inclusivo y la demanda no se ve restringida por la falta de coincidencias dobles a escala mundial. Como resultado, la producción de oro aumenta más rápido que cualquier otra moneda. El valor del dinero aumenta a medida que aumenta la producción. Cuando aumenta el poder adquisitivo del dinero, disminuye la demanda de reserva de dinero, disminuye la tasa de preferencia temporal efectiva (la tasa de interés inicial) y aumenta la acumulación de capital. Es cuando puede decirse que está en marcha un proceso de desarrollo económico en espiral ascendente (Rothbard, 1983).

Sistema monetario y banca

Ese desarrollo económico en espiral, sentó las bases para que los bancos emergieran como instituciones profesionales de administración de dinero. Por un lado, los bancos están trabajando arduamente para satisfacer la creciente demanda de almacenamiento, transporte y procesamiento de dinero (Engel, 2014). Por otro lado, cumplen una función cada vez más importante de facilitar el intercambio entre capitalistas (ahorradores) y empresarios (inversionistas), es decir, intermediación financiera, permitiendo una división del trabajo casi perfecta entre estos roles (Bertelli, 2019).

Como bancos custodios, y especialmente como instituciones de ahorro y crédito, los bancos se han convertido rápidamente en la columna vertebral de la economía. La asignación y coordinación espacial y temporal de recursos y actividades económicas se realiza cada vez más a través de la intermediación bancaria. Y al facilitar dichos ajustes, el surgimiento de los bancos estimula aún más el crecimiento económico (Rothbard, 1983).

Aunque es de interés económico para todos, es importante tener en cuenta que solo existe una moneda universal y una sola unidad de cuenta que es el oro. Si bien es cierto que el hombre busca maximizar su riqueza, la existencia de un banco o sistema bancario monopólico no es beneficioso para este propósito. Es más conveniente que todos los bancos utilicen el mismo medio de intercambio, como es el oro, y que la competencia se centre en los servicios que ofrecen en lugar del tipo de moneda que utilizan. El sistema de banca libre asegura una relación costo-eficiencia mucho mayor y una competencia saludable (Rothbard, 1984).

La banca libre cumple una función importante para facilitar la integración económica, ampliar el mercado, aumentar la división del trabajo y hacer que los valores y costos sean

más racionales. La competencia entre diferentes tipos de moneda es contradictoria, ya que un sistema monetario que permite tipos de cambio fluctuantes es esencialmente un sistema de trueque parcial, lo que dificulta los intercambios económicos. La existencia de monedas competidoras es resultado de la coerción y los obstáculos impuestos por el Estado, lo que va en contra del propósito del dinero. Es un error pensar en el libre mercado en términos de monedas competidoras (Hayek, 1978).

Con la implementación de la banca libre basada en el patrón oro universal emergente, se alcanza el objetivo de encontrar la solución más rentable para coordinar y facilitar los intercambios inter-espaciales e inter-temporales en un mercado integrado universalmente. Bajo un régimen de banca libre, los costos de transformación por el servicio de custodia, transporte y compensación de dinero, así como por intermediar dinero en contratos de tiempo, disminuirían a sus niveles más bajos posibles. Además, estos se expresarían en términos de un dinero universal, lo que reflejaría verdaderamente los costos mínimos de proporcionar servicios integradores de mercado (Rothbard, 1984).

Sin embargo, a pesar de las ventajas y beneficios que genera un sistema de banca libre, relatado anteriormente, la realidad actual es que los bancos como instituciones de depósito de dinero, producto del esquema de encaje fraccionario, están tentados a emitir recibos de depósito falsos, es decir, notas de depósito no cubiertas por dinero real, tan pronto como dichos billetes de banco hayan asumido el papel de sustitutos del dinero y sean tratados por los participantes del mercado como equivalentes incuestionables del dinero real depositado realmente (Hoppe, 1993).

En esa situación, al emitir billetes falsos o fiduciarios que físicamente no se pueden distinguir de los sustitutos de dinero genuinos, los bancos de manera fraudulenta y a costa de otro aumentan su propia riqueza. Puede comprar productos directamente con esas notas falsas o dinero fiduciario y, por lo tanto, enriquecerse de la misma manera que cualquier falsificador simple. La riqueza real del banco y la riqueza de los primeros receptores del dinero aumentan a través de estas compras, en perjuicio de quienes reciben el nuevo dinero tarde, debido a las consecuencias inflacionarias de falsificación un banco puede usar ese dinero fiduciario para expandir su crédito y ganar intereses con él (Hoppe, 1993).

Pero además de eso, esto también inicia un ciclo de auges y caídas del ciclo económico como lo plantea Mises (1912), producto de la acción de los Bancos Centrales, con tasas de interés más bajas, el nuevo crédito aumentará la inversión e inicialmente creará un auge indistinguible de la expansión económica; Sin embargo, este auge debe cambiar porque el crédito que lo estimula no representa un ahorro real, sino que se crea desde cero. Por lo tanto, con todas las estructuras de inversión nuevas y ampliadas en marcha, debe surgir sistemáticamente una falta de capital que imposibilite la ejecución de todos los proyectos de inversión y, en cambio, los obligue a reducirse con la liquidación de las inversiones más deficientes (Hoppe, 1993).

Bajo el patrón oro, cualquier banco o sistema bancario (incluido un monopolio)

estaría limitado por su tendencia a sucumbir a tales tentaciones por dos condiciones esenciales para la falsificación: el éxito. Por un lado, el público bancario no debe dudar de la credibilidad del banco, es decir, la vigilancia antifraude del banco debe mantenerse baja, de lo contrario, el pánico del banco revelaría rápidamente el comportamiento del fraude cometido. Por otra parte, un banco no puede inflar sus billetes a una tasa que haga que el público pierda la confianza en el poder adquisitivo del papel moneda, reduzca la necesidad de reservas para ellos y busque valores “reales”, incluido el valor real del dinero, y así llevar a la bancarrota al falsificador (Rothbard, 1983).

Sin embargo, en un sistema de banca libre sin leyes y con el oro como moneda de reserva de valor, puede ocurrir una restricción adicional al fraude bancario. Por tanto, cada banco se enfrenta a la existencia de personas que no son clientes o clientes de diferentes bancos. En esta situación, si un banco pone en circulación más dinero fiduciario, siempre debe considerar que el dinero puede terminar en manos de individuos que no son clientes del banco que exigen reembolsos inmediatos sin demora, que el banco no puede honrar con dinero fiduciario, por ello la crisis crediticia en el sistema de banca libre es menos probable y expansiva (Hodge Graeme, 2007).

En la práctica, tal reducción del ajuste solo puede evitarse si la moneda fiduciaria adicional se dedica a las reservas de efectivo de los propios clientes del banco y se utiliza exclusivamente para transacciones con otros clientes. Sin embargo, dado que un banco no tendría forma de saber si se puede lograr un resultado particular o cómo lograrlo, la amenaza de una crisis crediticia inminente actuará como un elemento disuasorio económico inevitable contra cualquier fraude bancario (Hoppe, 1993).

El estado y la monopolización del dinero

Pero la realidad es que el Estado a través de la monopolización del dinero y los distintos mecanismos de coerción que ejerce sobre la banca, dentro del orden económico actual se caracteriza por el dinero nacional en lugar de un dinero universal. Prime el dinero fiduciario en lugar de una moneda respaldada 100% en oro (patrón oro). Por la banca central monopólica con encaje fraccionario en lugar de un sistema de banca libre con encaje del 100% de los depósitos a la vista; y por el fraude bancario permanente, y recurrente, la redistribución del ingreso y la riqueza, la inflación persistente y los ciclos económicos recurrentes como sus contrapartes económicas, en lugar del 100% de reserva bancaria sin ninguna de estas consecuencias (Hoppe, 1993).

En el marco de esas ideas, para Hoppe (1993), existe una total contradicción, entonces, al interés propio del individuo de maximizar la riqueza a través de la integración económica, los diferentes intereses antieconómicos que prevalecen sobre los económicos deben ser responsables del surgimiento de un nuevo orden monetario contemporáneo. Por ello la monopolización del dinero y la banca es el pilar fundamental sobre el que descansa

el Estado moderno. De hecho, probablemente se ha convertido en el instrumento máspreciado para aumentar los ingresos del Estado. Porque en ningún otro lugar puede el Estado establecer la conexión entre el gasto de la redistribución y el retorno de la explotación de forma más directa, rápida y segura que mediante la monopolización del dinero y la banca.

Señala Hoppe (1993), que la posición del Estado respecto al dinero y a la banca es obvia: sus objetivos son mejor servidos por un dinero fiduciario puro controlado monopolísticamente por el Estado. Porque sólo entonces se eliminan todas las barreras a la falsificación (menos un desglose completo del sistema monetario a través de la hiperinflación) y el Estado puede aumentar sus propios ingresos y riquezas a expensas de otros prácticamente sin costo y sin tener que temer la bancarrota.

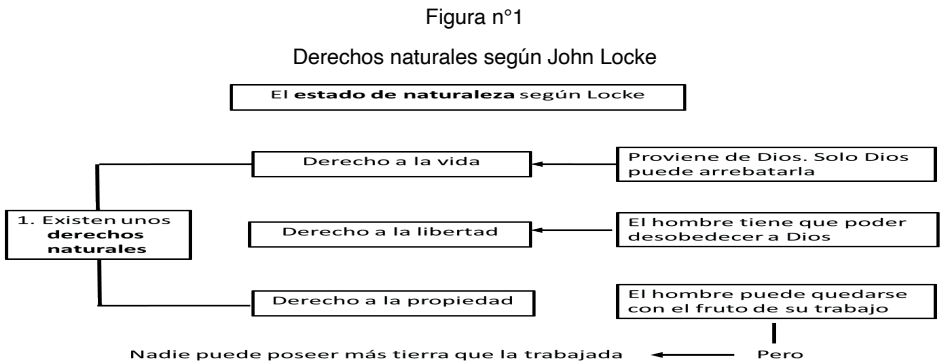
Sin embargo, existen obstáculos para alcanzar este estado de cosas envidiables. Por un lado, está el hecho inexorable de que el dinero sólo puede surgir como una mercancía. Es imposible empezar con dinero fiduciario (Rothbard, 2009). Por otro lado, existe el problema de que, si bien el enriquecimiento a través de la falsificación es, sin duda, menos evidente que hacerlo a través de los impuestos, es aun así una medida destinada para notar, sin duda por los bancos, sobre todo si ocurre regularmente. Y así también es imposible que el Estado se salga con la suya respecto a la falsificación institucionalizada a menos que pueda combinarse con medidas redistributivas que puedan provocar otro cambio favorable en la opinión pública (Rothbard, 2009).

Contrato social y teorías políticas

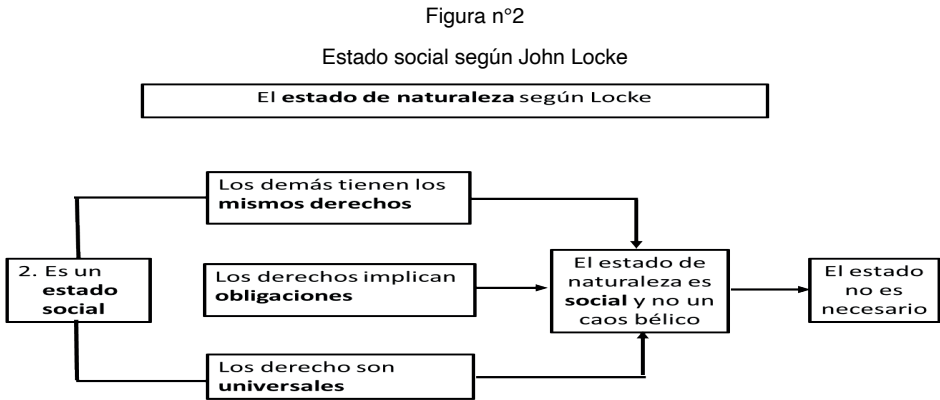
Luego de analizar los pros y contras que representan la monopolización por parte del estado del dinero y la banca, surge la siguiente interrogante, ¿La actual y anteriores crisis financieras globales, son consecuencia de las políticas monetarias expansivas de los Bancos Centrales en especial de las economías más desarrolladas?, cuyo sistema de reserva fraccionaria permite generar avances sobre los derechos propiedad de los ciudadanos a través del impuesto inflacionario y restricciones en la liquidez de los cuentahabientes, esto violenta el contrato social propuesto por Locke, Hobbes y Rousseau, por el cercenamiento sistemático del derecho a la propiedad y a libertad, de allí que surja entonces la necesidad de plantear necesidad de la vuelta al patrón Oro, bajo un sistema de Banca Libre como una alternativa de la sociedad moderna para garantizar los derechos individuales y colectivos.

El contrato social que da origen y justificación a la conformación del estado civil, que debe garantizar los derechos a la vida, igualdad, propiedad y libertad, que en el estado de naturaleza no se podrían salvaguardar; tomando como base entonces los preceptos de la teoría del contractualismo John Locke, Thomas Hobbes y Jean Jacques Rousseau; para analizar hasta qué punto se estarían cumpliendo dichos preceptos por parte de la Banca, Estados nacionales y la política internacional, de acuerdo a lo planteado por Hoppe (1993).

El contrato social se fundamenta en la justicia como una institución, justicia que en el estado de naturaleza como se muestra en las Figuras 1 y 2 no existe, pues no es posible la presencia de un juez que solvete las controversias propias de la ley natural del ser humano, para garantizar los derechos elementales de los seres humanos, por lo que es inevitable según Hobbes, Locke y Rousseau, sacrificar el derecho natural del ser humano, la violencia primitiva que permite defender la propia existencia, para que sea la sociedad civil, el juez común que lo haga por él. Finalmente, la formación del contrato social tiene dos etapas: la primera el contrato de formación de la sociedad y la segunda el contrato de formación del gobierno.



Para Hobbes (1980), en su obra el Leviatán, el estado debe confinarse a asegurar las condiciones para sus ciudadanos, atendiendo a lo establecido por las leyes civiles o de la libertad, pudiendo hacer con su vida privada, lo que les sugieran sus propias razones, con el objetivo de alcanzar su máximo beneficio, estableciendo así el sentido de imparcialidad y neutralidad del estado, donde la sociedad política debe fundarse sobre las bases de la convivencia social, con base en la tolerancia y el respeto recíproco.



Teoría política y filosofía del poder

Para Hobbes (1980), el Estado como orden y comunidad es el resultado del entendimiento humano que surge a través del contrato social, por ello este parte de la negación de la existencia de alguna vinculación previa comunitaria, lazo afectivo, solidario o relación con una concepción particular de bien común. Para John Locke de acuerdo Cortés Rodas (1997), el poder político consiste en dictar leyes encaminadas a regular y preservar la propiedad.

La propiedad para Kersting (1994), y su interpretación sobre Locke es el interés del propietario por garantizar sus posesiones, los cuales representan los bienes necesarios para la vida, para lo cual debe existir un estado civil que basado en el enfoque en un “naturalismo de los méritos” vele por los intereses privados y también por la vida, la propiedad y la libertad de todos miembros de la sociedad, pero deja clara filosofía liberal del estado de bienestar, es una concepción que no es capaz de hacer justicia al nivel de complejidad de las sociedades modernas ni al perfil de normatividad del liberalismo político clásico.

Para Macpherson (1962) y la interpretación que hace de Locke, no todos los miembros de la sociedad que acatan las normas y leyes establecidas por el contrato social tienen los mismos derechos políticos, y ello está en virtud de sus propiedades. Para el referido autor, promotor del individualismo posesivo (Macpherson, 2005), la libertad está sujeta a la concepción y valoración de propietario de su persona, posesiones y capacidades creativas y productivas que hace cada individuo, como parte de un todo moral y social, lo cual está estrechamente relacionado con las dinámicas de mercado, donde el individuo entra voluntariamente en vista de su propio interés, y su libertad o la de otros como el, no puede legítimamente ser limitada mediante una serie de reglas y obligaciones que sean necesarias para asegurar la misma libertad de los otros.

En ese mismo orden de ideas, Rawls (2006) señala que las propuestas absolutistas y liberales de Hobbes y Locke coinciden en cuanto a la fundamentación contractual del poder político, admitiendo la igualdad formal de los derechos políticos y civiles de los individuos, pero a la vez admitir la desigualdad en cuanto a las posesiones o derechos de propiedad, convirtiendo el orden de propiedad de la sociedad burguesa en la base natural del poder del estado, por lo tanto, este no necesariamente tiene que garantizarles a todos sus derechos económicos y sociales.

Es decir, la concepción de política de justicia de Rawls, se confina a asegurar los derechos y libertades básicos de los individuos o ciudadanos, y se desentiende de principios que comprendan las desigualdades sociales y económicas (Wolf, 1991). El Estado está justificado, de acuerdo a los planteamientos de Nozick (2018 [1973]), sólo en la medida en que protege a las personas contra la fuerza, el fraude y el robo, y hace cumplir los contratos.

Política monetaria y la violación al derecho de propiedad

El Estado viola los derechos si emprende programas más amplios. Para Rand (2021 [1964]), un individuo racional no debe exigir al estado que le otorgue un derecho unilateral o inmerecido sobre cualquier otro ser humano. Precisamente eso es lo que hacen los Bancos Centrales cuando crean dinero fiduciario beneficiando en mayor medida el nivel de ingreso de los primeros receptores de dicho dinero Fiat en perjuicio de los siguientes receptores, como se muestra en la Figura n°3, los cuales van perdiendo poder adquisitivo en la medida que se acelera el espiral inflacionario, producto del incremento de la oferta de dinero y/o la caída de la demanda de dinero.

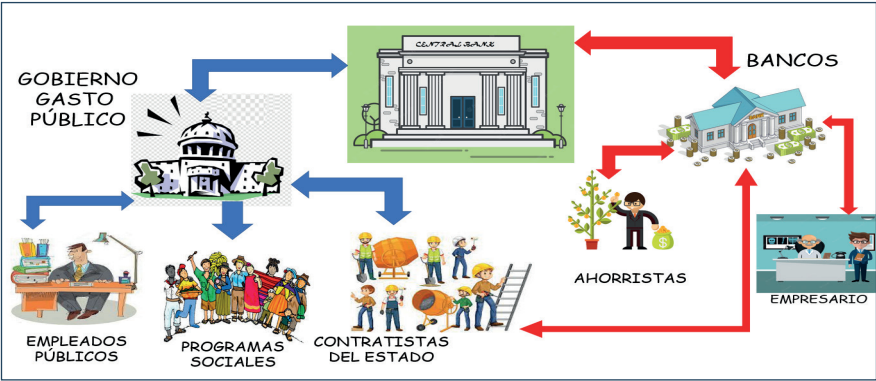
En la Figura n°3 puede observarse los primeros receptores de la creación de dinero fiduciario, que son aquellos agentes económicos más cercanos a la captación de fondos públicos de manera directa cuando el estado emite títulos de deuda, o cuando los Bancos realizan operaciones pasivas a través de las OMA (operaciones en el mercado abierto), con el Banco Central, a su vez este también capta recursos de estos primeros receptores de dinero fiduciario, para luego mediante el sistema de reserva fraccionaria multiplicarlo por la inversa del coeficientes caja (C), el cual se puede estimar de dos formas, en la ecuación n°1, como el cociente en términos porcentuales entre los activos del sistema bancario o reservas (ACSB) y los depósitos entregados por los ahorradores al banco (D), o también mediante la ecuación n°2, base monetaria (BM), propensión marginal a consumir, tasa marginal impositiva (τ) y Liquidez Monetaria (M2).

$$C = \frac{ACSB}{D} \rightarrow M_m = \frac{1}{C} \rightarrow M_2 = \frac{BM}{C} \quad (1)$$

$$M_m = \frac{1}{1 - PmgC(1 - \tau)} \quad (2)$$

Figura n°3

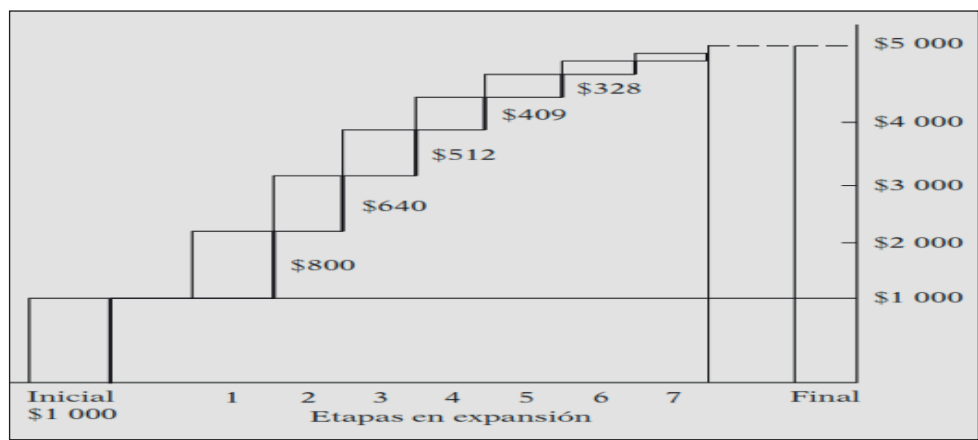
Sistema de reserva fraccionaria para la creación de dinero fiduciario



El consenso general entre los economistas, es que la creación tanto de base monetaria (BM) por parte de los bancos centrales, como de liquidez monetaria (M2) por parte de los Bancos privados y públicos, en la medida que aumentan sus depósitos (captaciones del público) a una velocidad mayor que la de sus activos, esto disminuye el coeficiente de caja e incrementa la creación de dinero fiduciario debido al sistema de encaje fraccionario, como se muestra en la Figura n°4, esto tiene un impacto en los precios los precios relativos (Hayek, 1978). Pero con un rezago de 12 a 24 meses (Friedman y Schwartz, 1963).

Figura n°4

Expansión acumulativa en depósitos bancarios (reserva inicial de \$1 000 y requerimientos de encaje de 20%)



Nota: Tomado de Gujarati & Porter, 2010

El rezago entre el aumento de los precios relativos y el incremento de la oferta monetaria. Representa información importante que debe tenerse en cuenta en el proceso de desarrollo de políticas. Los formuladores de políticas deben tener en cuenta este rezago al planificar política de control de la inflación, estableciendo target de inflación o aumentando el encaje fraccionario directamente; esto permitiría acortar los periodos recesivos de la economía. Dada la existencia histórica rezagado entre el dinero y los precios relativos, el enfoque previsto El control de la inflación no será inmediato, él Posibles costos (beneficios) a corto plazo de las restricciones, la política de empleo (incentivo) y la producción debe evaluarse en términos de sus beneficios a largo plazo (Carlson, 1980).

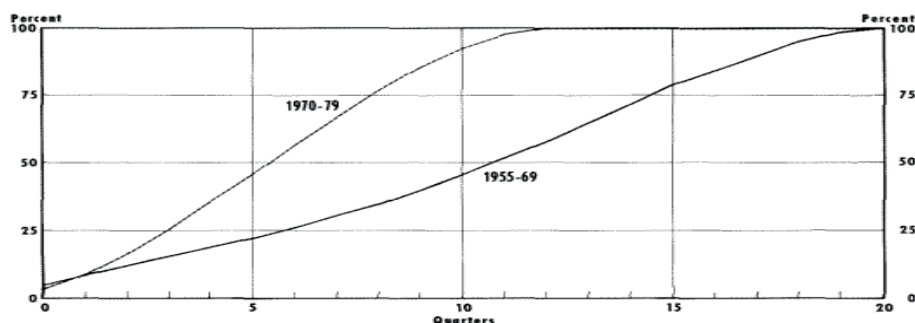
En la Figura n°5 se muestran los resultados que indican que los precios aparentemente respondieron más rápidamente a los cambios en la oferta monetaria en el período 1970-1979 que en el lapso 1955-1969. ¿Por qué sucede esto y qué implica en términos de formular una política para combatir la inflación? Señala Carlson (1980), que la respuesta está dada en ecuación de expectativas adaptativas de Cagan (1956):

$$P_t = \beta_1 P_{t-1} + \beta_2 M_t + \beta_3 M_{t-1}$$

Lo que ocurrió en el periodo 1970-1979 es que el coeficiente de expectativas aumento en mayor proporción los coeficientes de rezago monetario para la explicación del nivel de precios, cuando el componente de expectativas adaptativas es el que prevalece sobre la elasticidad de los precios respecto a la oferta monetaria es mucho mayor.

Figura n°5

Efecto acumulativo sobre la tasa de aumento de precios de un aumento permanente en la tasa de crecimiento del dinero



Nota. Tomado de Carlson (1980, p.6)

Como se muestra en la Figura n°6, cuando el Banco Central inyecta dinero (M1) a la economía bien sea como prestamista de última instancia o compra títulos de deuda pública del gobierno para monetizar del déficit, la economía produce por fuera de las fronteras de posibilidades de producción pasando del punto A al punto B, debido a la violación de la restricción de presupuesto, expandiendo artificialmente el crédito ($S_2=S_0+M_1$) para estimular la demanda agregada (medida inflacionista), y la estructura productiva local no puede ajustarse a la misma velocidad, dicha demanda agregada es cubierta con importaciones, afectando de forma negativa la balanza comercial (Disminuye XN), elevando el tipo de cambio real TCR (TRC_1 a TRC_2), aumentando la demanda de divisas D (D_0 a D_1), cuya oferta es la misma O, por lo que los países acuden a medidas de endeudamiento externo (Aumento de la deuda externa de ED_0 a ED_1) para financiar sus importaciones o generar pérdidas de activos en reserva (Urdaneta et al., 2022).

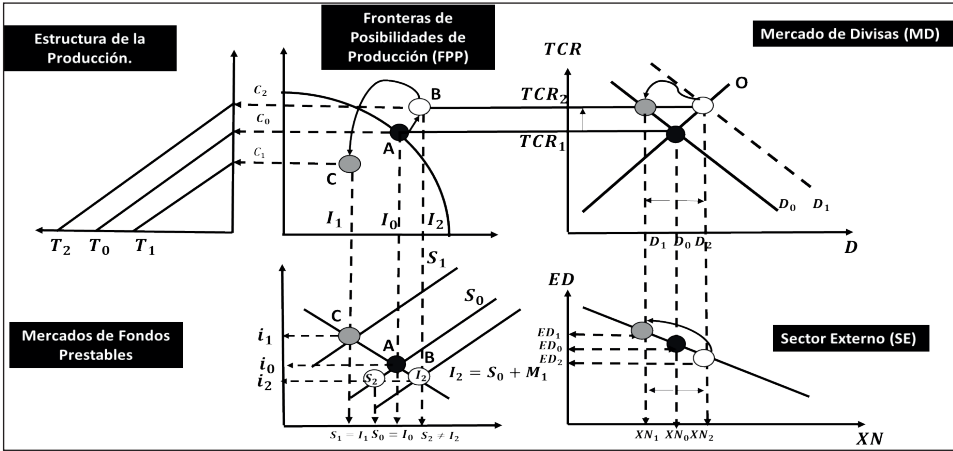
Al incrementarse el tipo cambio real, se encarece el componente importado de la producción nacional decantando en una caída de las exportaciones y contracción del PIB, lo cual acentúa los problemas de financiamiento del sector externo, con aumento del saldo y servicio causado por la deuda externa, ello conduce a la economía a unas condiciones de subconsumo y subinversión dentro de las FPP pasa del punto B al punto C. La inversión

(I2) se hace es más inefectiva en la medida que $M1 > S0$ porque la misma no es producto del ahorro voluntario sino de la creación de dinero fiduciario, el cual no es producto del crecimiento del nivel de actividad económica. Ello produce que la velocidad a la que crecen los precios sea superior a la que crece la renta (Urdaneta et al., 2022).

Se incrementa el nivel de las importaciones como consecuencia del incremento de la demanda agregada, porque la economía debe comenzar a producir por fuera de las FPP para satisfacer dicha demanda, esto produce un aumento en la demanda de divisas, y por ende un incremento del tipo de cambio real para evitar la pérdida de activos en reserva. Cuando $M1$ (Dinero Fiduciario) comienza a expandirse cada vez más produce la caída de la tasa de interés nominal que desestimula el ahorro y aumenta el nivel de precios, esto genera tasas interés reales negativas que produce la salida y fuga de capitales que eleva más aun los problemas en el sector externo, caída en el nivel de reservas aumento de la deuda externa (Urdaneta et al., 2022).

Figura n°6

Modelo de “La macroeconomía de la estructura del capital” con ampliación propia del sector externo de la economía



Nota. Basado de Urdaneta et al., (2022) y Garrison (2015)

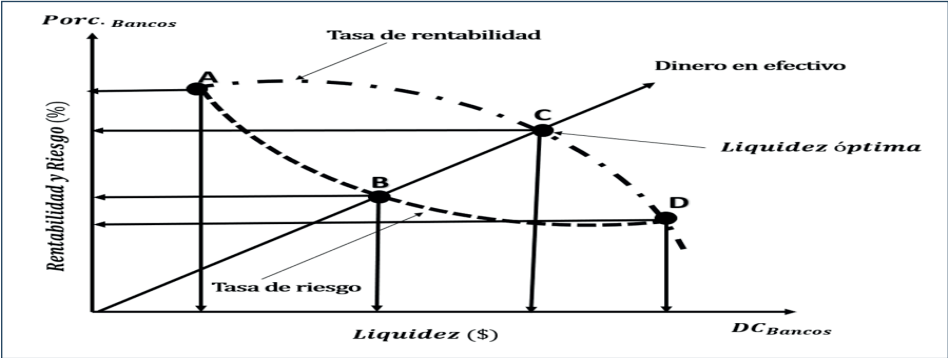
Una devaluación del tipo de cambio real debido a la disminución de las exportaciones netas encarece el componente importado de la producción nacional y provoca que la economía produzca por debajo de las FPP acortando las etapas Inter temporales de la producción, esto hace a la economía cada vez más dependiendo del sector externo, elevando su nivel de endeudamiento externo. Para corregir lo anterior el Banco Central eleva el tipo de interés lo que produce una caída de la inversión, lo que agudiza aún más a la economía la cual produce por debajo de sus FPP, acortando cada vez más las etapas Inter temporales de la producción (Urdaneta et al., 2022).

Los bancos privados, a diferencia de los Bancos Centrales, crean dinero en función de un balance ponderado riesgo, liquidez y rentabilidad teniendo en cuenta la relación inversa entre liquidez y la rentabilidad; liquidez y riesgo, precisamente la mayor diferencia entre riesgo y rentabilidad es un indicador fundamental para determinar el nivel de liquidez óptima, donde se obtiene la mayor tasa de rentabilidad posible de acuerdo al dinero creado por los bancos, a la menor tasa de riesgo posible, como se muestra en la Figura n°7.

Al respecto McLeay, Radia y Thomas (2015), señalan que los bancos privados otorgan créditos dependiendo del costo de oportunidad en la relación riesgo-rentabilidad, y la tasa de interés fijada por el Banco Central. En ese orden de ideas, las decisiones de otorgamiento créditos determinan cuantos depósitos crea el sistema bancario, así como el nivel de reservas del dinero del Banco Central que los bancos privados desean mantener para responder a los retiros del público, efectuar desembolsos a otros bancos o cumplir los requerimientos de liquidez regulatorios.

Figura n°7

Indicadores que intervienen para la creación de dinero por parte de los bancos privados



Cuando un banco privado otorga un crédito, no lo hace proporcionándole billetes al nuevo deudor, sino que acredita en su cuenta bancaria un depósito bancario por el monto de la deuda contraída, en ese momento el dinero nuevo se crea. Por esta razón, los economistas se refieren a los depósitos bancarios como “dinero secundario”, creado por los banqueros cuando aprueban créditos (McLeay, Radia y Thomas, 2015).

Dicha emisión por parte de los bancos privados está restringida por las fuerzas de oferta y demanda del mercado monetario; los riesgos asociados al otorgamiento de créditos adicionales de acuerdo con los perfiles crediticios y el PIE. La política regulatoria por parte de los entes control y auditoría actúa como una restricción a las actividades bancarias para atenuar la acumulación de riesgos que pueden amenazar la estabilidad del sistema financiero (Friedman, 1963).

Finalmente, la política de tasas de interés fijada por los Bancos Centrales para

mantener una tasa de interés real positiva para los depósitos a plazo, lo cual estimula el ahorro, y un spread financiero razonable que estimule la demanda créditos y la actividad de intermediación financiera, las cuales resultan determinantes en la creación de dinero por parte de los bancos privados. Por ello, el Banco Central debe manejar una política monetaria cuyo crecimiento del dinero es coherente con su objetivo de inflación baja y estable y la tasa de crecimiento de la renta real per cápita (Friedman, 1969).

Ciclos económicos y crisis financieras

Ahora bien, históricamente las políticas monetarias expansivas de los Bancos Centrales han sido la principal causa de los ciclos económicos, producto de las crisis financieras como las ocurridas en 2008 (Macleod, 2019; Murphy, 2020; Murray, 2021) y 2023 (O’Keeffe, 2023; La Calle, 2023). El falso atajo es el auge artificial y la mala inversión causados por los 7 billones de dólares creados de la nada e inyectados en los mercados de crédito, durante la aplicación de políticas monetarias expansivas, con tasas de interés reales negativas, terminó disparando la inflación en Estado Unidos a casi dos dígitos en 2022, a pesar de que a partir del segundo semestre de 2021 hubo cambio en la política monetaria mediante la subida de las tasas de interés para contener la inflación, que terminó por decantar en la crisis financiera de inicio de 2023, debido a la combinación de tasas más altas interés, la disminución del optimismo sobre la economía y la caída de las acciones, las inversiones privadas y las valoraciones de los bonos conducirá inevitablemente a una crisis masiva en el acceso al crédito y la financiación.

Pero los Bancos Centrales no son los únicos responsables de dichos escenarios, ya que los bancos privados también crean dinero en formas de depósitos a través del sistema de encaje fraccionario, pero mediante un conjunto de restricciones que ya fueron abordadas (Luddy, 2021). Producto de las políticas monetarias primeramente expansiva y posteriormente restrictiva por parte del Banco de la Reserva Federal de Estados Unidos, por ejemplo, por ser el dólar la moneda de reserva de valor a nivel global, cuyos objetivos de inflación (Bishop, 2021; Shostak, 2022) y crecimiento económico (Romero, 2014), están determinados por la tasa de interés fijada por dicho ente, cuya política en épocas de recesión económica, aumenta la oferta monetaria para monetizar el déficit público a través de la compra de los bonos del tesoro, o actuando como prestamista de última instancia ante sistema financiero a través de la tasa de redescuento, inyectado con ello dinero fiduciario a la economía, para paliar los efectos recesivos de la economía, por ejemplo a través de un mayor gasto público.

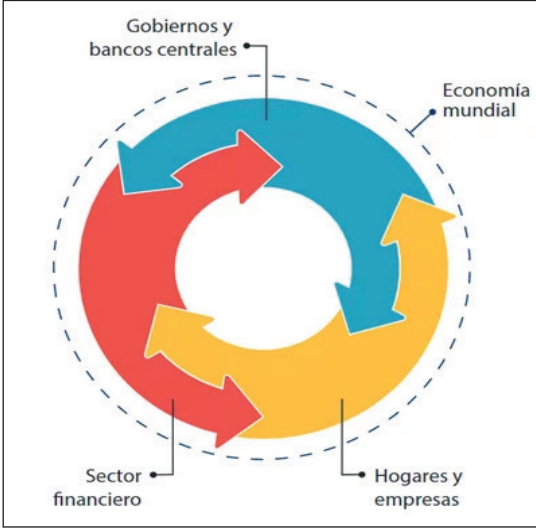
Finalmente, el resultado de todas estas crisis financieras termina generando pérdidas en el valor de los activos, en el espacial los vinculados a los mercados de títulos de renta variable y el sector inmobiliario, profundizando la recesión económica (Machinea, 2009). El crédito y la actividad productiva de los países industrializados se contrae

aceleradamente, mientras el sistema financiero se descapitaliza. Por otra parte, se produce una caída en el volumen de comercio mundial, y por tanto un marcado deterioro en los términos de intercambio, en especial para las economías exportadoras de commodities, el financiamiento externo privado se hace muy restringido (Ocampo, 2009).

La situación antes descrita genera en el corto plazo, problemas de sostenibilidad financiera, porque debido a la subida de la tasa de interés internacional, el servicio de la deuda se incrementa, por lo que los estados, sobre todo en las economías emergentes, se ven obligados a un necesario ajuste fiscal que agota los recursos que se podrían destinar a programas sociales (cuya finalidad es disminuir los niveles de exclusión, pobreza y marginalidad de carácter secular). Por lo cual, el efecto regresivo de su financiamiento termina provocando una distribución más desigual de la riqueza de los países, producto del fenómeno inflacionario (González, 2010).

Figura n°8

Riesgos de los balances interconectados



Nota. Equipo a cargo del *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2022*

En el caso de la crisis económica social producto de la pandemia del Covid-19, profundizó la desigualdad dentro de los países y entre ellos, el impacto económico ha sido particularmente severo en los mercados emergentes, donde la disminución de los ingresos ha resaltado y exacerbado las fuentes existentes de vulnerabilidad económica. Del mismo modo, las reservas de efectivo de una empresa promedio son suficientes para cubrir menos de 55 días de gastos. Muchos hogares y empresas en los mercados emergentes ya tenían una deuda insostenible antes de la crisis, lo que dificultó el pago a medida que los ingresos se desplomaban debido a las medidas de confinamiento y distanciamiento por razones de salud pública (Informe de Desarrollo Mundial, 2022).

Toda la crisis ha tenido un impacto dramático en la pobreza y la desigualdad en todo el mundo. La pobreza mundial ha aumentado por primera vez en una generación, y las pérdidas de ingresos desproporcionadas entre los grupos desfavorecidos han llevado a un aumento significativo de la desigualdad dentro de los países y entre ellos (Gundapaneni, 2022). El desempleo temporal aumentó, bajo un patrón similar en todas las empresas, desde las más pequeñas hasta las más grandes, producto también de un acceso limitado al crédito formal. Al inicio de la crisis, las empresas más grandes podían cubrir sus gastos hasta por 65 días, mientras que las empresas medianas podían cubrir 59 días y las empresas más pequeñas 53 y 50 días respectivamente. Las microempresas y las pymes, por otro lado, abundan en los sectores más afectados por la crisis, como el alojamiento y la hostelería, el comercio minorista y los servicios personales (Informe de Desarrollo Mundial, 2022).

De acuerdo a Urdaneta et al. (2022), fue necesario tomar cuantiosas medidas de apoyo directo a los ingresos, las moratorias de las deudas y los programas de adquisición de activos implementados, esto debido a que muchos países de ingresos bajos tenían un acceso limitado a los mercados de crédito y los elevados niveles de deuda pública que se registraban ya antes de la crisis. Como consecuencia, la magnitud de la respuesta fiscal en relación con el PIB fue uniformemente grande en casi todos los países de ingreso alto y uniformemente pequeña o inexistente en los de ingreso bajo (Informe de desarrollo mundial, 2022).

Si bien estas políticas económicas instrumentales de carácter expansivo de acuerdo a Fernández, Parejo y Rodríguez (2006), mitigan la falta de liquidez a corto plazo que experimentaban los hogares y las empresas, también tienen consecuencias imprevistas, porque ocultan la verdadera situación financiera de los países prestatarios, lo que creó un nuevo problema: la falta de transparencia sobre el alcance real del riesgo crediticio en la economía, lo que condujo a un aumento de la deuda pública en todo el mundo que despertó nuevas inquietudes sobre su sostenibilidad y contribuyó a la creciente disparidad entre las economías emergentes y las avanzadas (Informe de desarrollo mundial, 2022).

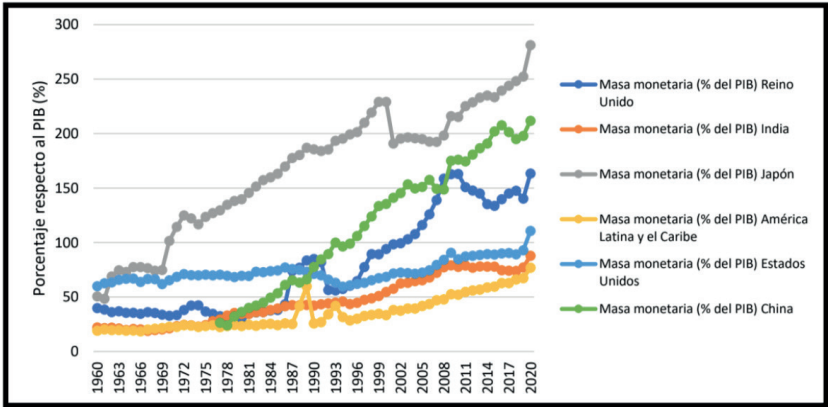
Siendo los hogares y las empresas los que se han visto más directamente afectados por la pérdida de ingresos derivada de la crisis, los riesgos financieros resultantes afectan a toda la economía a través de diversos canales de la política monetaria como el del crédito, la tasa de interés y el tipo de cambio, que resultan determinantes para la salud financiera de los hogares, las empresas, entidades bancarias, mercados financieros y los gobiernos (Levy, 2017). (Ver Figura n°8). Dando como resultado un aumento de la deuda pública y una merma de los ingresos fiscales, por lo que se contrae la inversión pública para la generación bienes de no mercado, y su capacidad para brindar apoyo al resto de la economía se debilita (Informe de Desarrollo Mundial, 2022).

Dentro de las cinco economías más grandes del mundo que se muestran en la Figura No. 9, en lo atinente a la masa monetaria cómo % del PIB para el año 2020 de Japón (281,30%), China(211,89%), Reino Unido (163,42%), Estados Unidos (110,64%) y la India

(87,91%), son las que históricamente apostaron por un mayor financiamiento monetario con dinero fiduciario de sus sistema financieros a través de operaciones en el mercado abierto por parte de sus Bancos Centrales, cuyos bancos privados financian a las empresas y los hogares; en segundo lugar está el mecanismo de financiamiento monetario del déficit público, que para el 2021 en japon fue del 6,16% del PIB, China 7,64%; Reino unidos 6,26%; India 9,65% y Estados Unidos 11,62% según Datosmacro.com (2021).

El elemento común en todas estas economías es que en el año 2020 como se muestra figura n°9 hubo crecimiento sustancial de la masa monetaria para precisamente financiar a través de la expansión artificial crediticia como lo señala (Huerta De soto, 2011) tanto al sector privado como público de la economía, sin considerar las dimensiones de la repercusión inflacionaria, cuyo mecanismos de contención han sido detener la emisión y la subida de las tasas de interés, lo que encarece el crédito que junto a las tasas inflación cercana a los dígitos han conducido a la economía global a la recesión.

Figura n°9
Masa monetaria (% del PIB)



Nota: Banco Mundial (2022)

El gasto público como % del PIB en el caso de Estados Unidos paso del 35,97% en 2019 al 44,82% en 2020 y 43,02% en 2021; mientras la Economía de la China pasó del 34,15% en 2019 al 35,40% en 2020 y 32,69% en 2021. Por su parte Reino Unido pasó del 37,29% en 2019 al 44,56% en 2020 y 42,76% en 2021; para la economía japonesa dichas cifras en los respectivos periodos pasó del 41,10% en 2019 al 49,87% en 2020 y 46,27% en 2021. En caso de la India el gasto público pasó del 26,85% al 31,06% en 2020 y 29,33% en 2021. Finalmente, América Latina de 27,4% en 2019 a 31,1% en 2020 y 29,7% en 2021 (Datosmacro.com, 2021; Informe de desarrollo mundial, 2022). Todas las economías analizadas muestran un crecimiento sustancial del gasto público en 2020 producto del efecto pandemia, y luego una leve reducción para el 2021.

MÉTODO

El estudio se contextualizó, dentro del enfoque epistemológico cualitativo, el paradigma interpretativo, el cual propone estudiar el significado de las acciones, comportamientos o actuaciones humanas en su entorno, así como la vida social, queriendo suplir los elementos científicos contenidos en el positivismo, como explicación, pronóstico y control, por las nociones de comprensión, interpretación y acción (Martínez, 2009).

Es importante y necesario apreciar, que, en un sentido más holístico, la investigación cualitativa da profundidad a los datos recolectados, además de poseer una riqueza interpretativa; contextualiza el ambiente o entorno donde se desarrolla, los detalles y las experiencias son únicas debido a su proveniencia, aportando naturalidad y flexibilidad a la explicación de los fenómenos. Con respecto a esto, Taylor (1994), establece que la metodología cualitativa se asume desde una perspectiva émica, pues su propósito es comprender la realidad desde adentro, de manera de captar el significado intrínseco del mismo atribuyendo a cada acontecimiento sus significados propios lo cual remite a su condición inductiva.

Esta investigación se desarrolla dentro del enfoque epistemológico cualitativo y el paradigma interpretativo, donde se considera el fenómeno de estudio, como el centro del conocimiento a través de la fijación de posturas e interpretaciones de la información suministrada por las fuentes de información (Hurtado, 2012).

De acuerdo a las aportaciones de Paz (2006), el diseño de una investigación cualitativa se refiere al abordaje general que se utiliza durante el proceso de investigación, dado que es más flexible y abierto; pero sin que estas características afecten su rigurosidad científica. En este sentido, debido a que el mismo está sujeto a validación y la trayectoria de las acciones se rige por su aplicación, pues el mismo se va ajustando a las condiciones del escenario o ambiente, dirigido a la interpretación y comprensión de los fenómenos que se estudian. Al respecto, el diseño de la investigación es de tipo documental, al representar en este caso la fuente de información, bibliografía especializada y artículos científicos relacionados con la materia en estudio.

Se apoya, además, de un diseño retrospectivo (Hurtado, 2012), el cual permitió desde una perspectiva histórica, centrada en la revisión de los clásicos mencionados y al aporte de investigaciones realizadas, contribuir con la reflexión filosófica que sustenta el desarrollo del artículo. Se utilizó para ello como instrumento, una matriz de registro, la cual permitió sistematizar los datos, en códigos y categorías, los cuales permitieron delinear esta importante reflexión filosófica acerca de la política monetaria de los Bancos Centrales, y la ruptura del origen contractual del Estado.

En relación al procesamiento y análisis de la data, Strauss (2002), se refiere al proceso de análisis como una mirada microscópica a los datos obtenidos mediante la técnica utilizada para la recolección de los mismos. Al respecto, en el estudio se utilizó

la técnica de análisis de contenido, la cual, desde la hermenéutica del discurso, permitió interpretar, sistematizar y organizar las categorías que contribuyeron con el análisis de las fuentes de información (Galeano, 2004). Los procedimientos para codificar las referencias documentales, se basan en el método de la comparación constante y el muestreo teórico. Por medio del análisis descriptivo, se reconstruyen inductivamente categorías generales a partir de elementos particulares, así como contenidos existentes en la materia de interés (Strauss, 2002).

POLÍTICA MONETARIA PARA LA SOSTENIBILIDAD

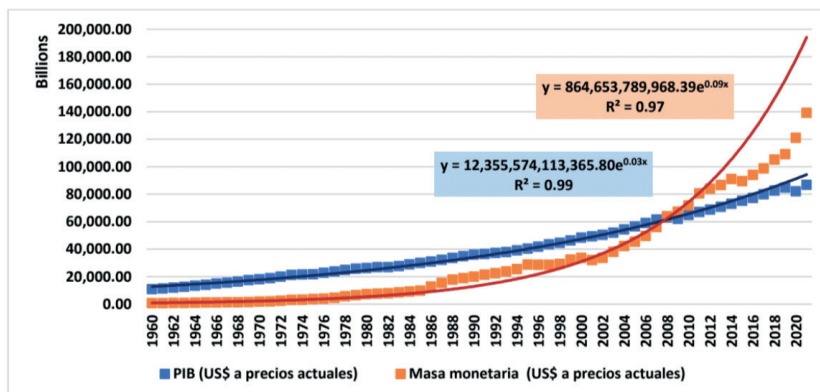
Debe existir un crecimiento proporcional entre aumento de la oferta monetaria y la renta real en una economía, sin embargo, en el periodo analizado 1960-2021; a partir del año 2008 como se muestra en la figura n°10, comienza a suscitarse el fenómeno, donde la masa monetaria a nivel global en términos nominales pasa a ser superior al PIB real (US\$ a precios constantes de 2010), precisamente cuando tienen lugar las crisis financieras de 2008, la cual dejo secuelas hasta la actualidad, que aceleraron la crisis financiera que apenas inicia en el año 2023. Dicho fenómeno precisamente se produce porque la tasa de crecimiento anual promedio de la oferta monetaria a nivel global en el periodo analizado es del 9%; mientras que del PIB (US\$ a precios constantes de 2010) es del 3% como se muestra en la Figura n°10; para un coeficiente de elasticidad del 2,67; es decir una variación 1% en la renta real a nivel global, se traduce una variación del 2,67% de la masa monetaria.

Sin lugar a dudas la economía global está creando más aceleradamente dinero fiduciario que bienes y servicios; esto precisamente explica la relación masa monetaria (% del PIB) que se puede observar en la Figura n°9, expone también porque en los años 2008 (8,9%) y 2022 (8,3%) se muestran como los periodos de mayor inflación, para una inflación promedio global del 3,46% en el lapso 2008-2022 pero con un crecimiento de la renta global promedio del 2,48%. Este tipo de política monetaria expansiva e inflacionista, se hace insostenible en el largo plazo, la cual siempre busca ser corregida con las subidas de los tipos de interés que decantan en recesión económica como la que vive el mundo en la actualidad.

De acuerdo con Urdaneta et al., (2019) y Huerta De Soto (2011), los Bancos Centrales, deben manejar un coeficiente de caja de 100% de los depósitos a la vista, para evitar la expansión artificial crediticia por parte del sector financiero, que estos realicen su función de intermediación únicamente con los depósitos a plazo. Para ello se hace necesario también prohibir la compra de títulos de deuda pública por parte de los bancos privados o el propio Banco Central, esto con la finalidad de forzar a los gobiernos a equilibrar las cuentas públicas.

Figura n°10

PIB (US\$ a precios constantes de 2010) y Masa monetaria Global (US\$ a precios actuales)



Nota: Banco Mundial (2022)

Los Bancos Centrales deben acumular reservas internacionales que le permitan corregir los desequilibrios que puedan surgir en el mercado de dinero, bien sea por un problema de exceso de oferta y/o caída de la demanda. Complementariamente debe fijar tasas de interés pasivas que superen la tasa de inflación para remunerar e incentivar el ahorro y la inversión, con un spread financiero que mantenga la diferencia a favor de la tasa activa con respecto a la tasa pasiva, el Banco Central bajo su figura de prestamista de última instancia debe fijar una tasa de redescuento similar a las tasas activas interbancarias, para evitar la expansión artificial del crédito.

El establecimiento de un encaje legal que limite la creación de dinero secundario por parte del sector financiero también es una herramienta para una política monetaria para la sostenibilidad cuya ecuación para el encaje legal $E_L = 1 - PmgC(1 - \tau - \frac{\Delta BM}{BM})$; donde en la medida que aumentan la base monetaria y los impuestos, se incrementa el encaje legal y se restringe la creación de dinero por parte de los Bancos Privados, y con ello la expansión artificial crediticia que impacta negativamente vía inflación el poder adquisitivo del dinero y sustrae derechos propiedad a los trabajadores, familias y empresas.

REFLEXIONES FINALES

La reflexión final de este análisis, parte para los fines del artículo de esta importante interrogante: ¿La política monetaria internacional de los principales Bancos Centrales del mundo es garante del origen contractual del estado o representa una ruptura?

La respuesta sería negativa si se tienen en cuenta los resultados del Informe de Desarrollo Mundial (2022), donde los hogares y las PYMES son los que se han visto más directamente afectados por la pérdida del poder adquisitivo de los diferentes signos monetarios, producto de la crisis y los riesgos financieros resultantes que afectan a toda

la economía a través de diversos canales de la política monetaria, que contraviene lo planteado por John Locke según Cortés Rodas (2010), simplemente porque aumenta las posibilidades de la expansión del conflicto que pueda originarse como consecuencia del incremento de las desigualdades, que dificulta para el estado la protección de la propiedad privada, es decir se estaría en una regresión de la sociedad civil al estado de naturaleza, no justificándose entonces la existencia del estado. Porque precisamente Locke se sirve del argumento contractualista para vincular la concepción del estado de naturaleza, la justificación de la propiedad privada y el modelo de contrato para instituir el dominio político y la doctrina de la resistencia (Cortés Rodas, 2010).

El estado de naturaleza resulta insostenible para el individuo por la inseguridad que genera la ausencia de un juez imparcial para dirimir los conflictos sobre los derechos civiles, políticos, económicos y sociales, de allí la necesidad de la creación de un estado civil que garantice el goce, disfrute y libre disposición, que en un estado natural sin juez común, es sumamente inseguro; por ello surge la necesidad de transferir los derechos y libertades naturales a un poder soberano con el fin de que éste realice el fin inalcanzable para los individuos en el estado de naturaleza: la protección de su vida, libertad y propiedades (Cortés Rodas, 2010). Por ello, para Locke de acuerdo a Jara Gómez (2015), la conformación del estado civil representa la constitución de una comunidad política en la que los derechos de propiedad quedaban investidos de legitimidad, bajo un sistema de gobierno con la suficiente autoridad para hacer respetar los derechos de los propietarios, pero sin interferir en los acuerdos voluntarios que permiten los intercambios de derecho de propiedad que se producen mediante el mecanismo de cooperación social de mercado entre oferentes y demandantes.

No obstante, cuando los bancos centrales a través de su política monetaria mediante los distintos canales de transmisión inciden en la tasa de interés, tipo de cambio, nivel de precios, volumen de créditos y el nivel de expectativas (la comunicación y los anuncios de las decisiones de política monetaria) (Clavellina, 2012), a través de la expansión artificial crediticia, con el objetivo de lograr sanear las finanzas públicas, reducir el endeudamiento interno y externo, aumentar las reservas internacionales, flexibilizar los tipos de cambio e instrumentar una rigurosa regulación y supervisión financiera; terminan irreductiblemente afectando el poder adquisitivo del dinero hacia la baja, no se logran los objetivos de política planteados, pero si se avanza sobre los derechos de propiedad de los individuos, haciéndolos menos prósperos, violando sus derechos económicos y generando una movilidad social descendente.

Todo lo cual se contradice con las limitaciones del poder político del gobierno que propone John Locke en el contrato social liberal, plantea mediante el equilibrio de poderes los frenos y contrapesos jurídicos que regulan el monopolio de la fuerza y el poder político por parte del estado frente al ciudadano común, que termina siendo víctima por ejemplo del impuesto inflacionario, producto de las políticas de carácter expansivo en el orden

fiscal, financiado con emisión de dinero fiduciario; sumando a ello por ser un gravamen no legislado, por lo tanto constituye un robo, y genera una distribución más desigual de la riqueza.

Riqueza que es producto de la legitimación del trabajo que se genera gracias a la existencia de propiedad privada y al proceso de acumulación de capital. En ese orden de ideas para John Locke concibe el derecho de propiedad como el derecho natural a los medios para la preservación de la vida; por lo que la existencia de la justicia que significar respetar los derechos de propiedad y la redistribución de la riqueza para el referido filósofo, no entran en conflicto al interior de su teoría. Sin embargo, el liberalismo clásico se centra en la idea del gobierno limitado, el estado de derecho, el rechazo del poder arbitrario y discrecional, la santidad de la propiedad privada y de los contratos voluntarios, así como en la responsabilidad de los individuos por sus propios destinos, por ello se muestran hostiles al Estado de bienestar, debido a la concepción praxeológica de que los individuos son los únicos responsables de su propio bienestar, de allí que cierta aprensión por parte del poder discrecional que la asistencia pública confiere a políticos y burócratas, sumado a la relación de dependencia que la asistencia social genera en los beneficiarios de los programas sociales, esto se termina traduciendo en una violación sistemática a los derechos de propiedad de los contribuyentes que cada vez deben financiar con mayores impuestos el asistencialismo estatal.

AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha sido elaborado dentro de las actividades organizadas dentro del proyecto de investigación “Mecanismos de Promoción y Acceso desarrollados por la Banca Ecuatoriana para el financiamiento de las pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro”, proyecto que está adscrito al programa de maestría en Administración y Dirección de Empresas de la UMET, Sede Machala y a las líneas de investigación de las redes REDIELUZ y FAEDPYME.

REFERENCIAS

Datosmacro.com. (2 de 5 de 2021). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global>

Bertelli, A. (2019). Public Goods, Private Partnerships and Political Institutions. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 67-83.

Bishop, T. (13 de Julio de 2021). Institute Mises. Obtenido de “As Inflation Rises, the Fed Is Losing the Narrative”: <https://mises.org/power-market/inflation-rises-fed-losing-narrative>

Brown, J. (2006). Reflexivity in the Research Process: Psychoanalytic observations. *International Journal of Social Research Methodology*, 9, 181-97. <https://doi.org/10.1080/13645570600652776>

Cagan, P. (1956). The monetary dynamics of hyperinflation. *Studies in the Quantity Theory of Money*. (U. o. Press, Ed.) *Cato Journal*, 29(2).

Carlson, K. M. (1980). "The Lag from Money to Prices". *Review*, Federal Reserve Bank of St. Louis, 3-10.

Clavellina, M. J. (2012). Canales tradicionales de transmisión de política monetaria y herramientas macroprudenciales en economías emergentes. *Economía Informa* (374), 3-25.

Cortés Rodas, F. (1997). La filosofía política del liberalismo. Hobbes, Locke y Rawls. *Estudios Políticos* (10), 59-87.

Cortés Rodas, F. (2010). El contrato social liberal: John Locke. *Revista Co-Herencia*, 7(13), 99-312.

De la Cuesta-Benjumea, C. (2011). La reflexividad: un asunto crítico en la investigación cualitativa. *Enfermería Clínica*. <https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2011.02.005>

Engel, E., Fischer, R. & Galetovic, A. (2014). *The economics of public-private partnerships: A basic guide*. New York: Cambridge University Press.

Fernández, a., Parejo, J., & Rodriguez, L. (2006). *Política Económica*. Madrid: MacGraw Hill.

Friedman, M. (1969). *The Optimum Quantity of Money and Other Essays*. Estados Unidos.: (Seven edition). Aldine Publishing Company.

Friedman, M., & Schwartz, A. (1963). *A Monetary History of the United States 1867-1970*. Estados Unidos: (First edition). Princeton University Press.

Galeano, M. (2018). *Estrategia de investigación social cualitativa. El giro de la mirada*. Fondo Editorial FCSH

Garrison, R. (2015). *Tiempo y Dinero la Macroeconomía de la estructura del capital*. Madrid: Unión Editorial.

González, L. A. (2010). Crisis financiera mundial: su impacto social y político en Centroamérica. *Revista Realidad* (123), 5-47. <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i123.3314>

Gujarati, D., & Porter, D. (2010). *Econometría*. México, D.F.: Mc Graw Hill. Gundapaneni, S. (3 de enero de 2022). *Mises Institute*. Obtenido de *Inflation or Recession? The Fed Faces a Choice.*: <https://mises.org/wire/inflation-or-recession-fed-faces-choice>

Hayek, F. (1978). *Denationalisation of Money Then Argument Refined: An Analysis of Theory*. Reino Unido: (Third edition) The Institute of Economic Affairs. Reino Unido.

Hobbes, T. (1980). *El Leviatan*. Traducción de A. Escotado. Madrid: Editorial Nacional.

Hodge Graeme, A. &. (2007). Public-private partnerships: An international performance review. *Public Administration Review*, 67, 545-558. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2007.00736.x>

Hoppe, H.-H. (1993). Banking, nation states and international politics: a sociological reconstruction of the current economic order. *The Review of Austrian Economics*, 55-87.

Huerta De Soto, J. (2011). Dinero, Crédito Bancario y Ciclo Económico. Madrid: Unión Editorial.

Hurtado, Y. (2012). Metodología de la investigación. Guía para la comprensión holística de la ciencia. Bogotá - Caracas: Ediciones Quirón.

Informe de desarrollo mundial. (2022). Banco Mundial. Obtenido de Capítulo 1. Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación.: <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>

Jara Gómez, A. M. (2015). La soberanía del estado en su contexto histórico. Notas sobre Hobbes, Locke y Rousseau. *Quaestio iuris*, 8(1), 271-298. <http://dx.doi.org/10.12957/rqi.2015.15359>

Kersting, W. (1994). Die politische Philosophie des Gesellschaftsvertrags. Darmstadt, Wissenschaftliche, 59-87.

La Calle, D. (6 de mayo de 2023). A Credit Crunch Is Inevitable. Obtenido de Centro Mises Escuela de Economía Austriaca e Ideas para la Libertad: <https://mises.org/wire/credit-crunch-inevitable>

Levy, O. N. (2017). Política monetaria: qué relación tiene con el crecimiento y la estabilidad. *Economía Informa* (404), 18-24.

Llewelyn, H., & Rockwell, J. (1985). The Gold Standard, An Austrian Perspective. ed. (Lexington, Mass.: DC Heath; 1985).

Luddy, R. L. (3 de Junio de 2021). Mises Institute. Obtenido de Biden and the FED are creating an inflation crisis: <https://mises.org/power-market/biden-and-fed-are-creating-inflation-crisis?page=2>

Machinea, J. L. (2009). La crisis financiera internacional: su naturaleza y los desafíos de política económica. *CEPAL* (97), 33-56.

Macleod, A. (12 de noviembre de 2019). La quiebra monetaria mundial se está volviendo inevitable. Obtenido de Centro Mises Escuela Austriaca de Economía e Ideas de la Libertad: <https://www.mises.org.es/2019/11/la-quiebra-monetaria-mundial-se-esta-volviendo-inevitable/>

Macpherson, C. (2005). La teoría política del individualismo posesivo De Hobbes a Locke. Estructura y Procesos. Ciencias Sociales. TROTTA EDITORIAL.

Macpherson, E. (1962). The Political Theory of Possessive Individualism. Hobbes to Locke. Oxford, University.

Martínez, M. (2009). Ciencia y arte en la metodología cualitativa. Caracas: Editorial Trillas.

McLeay, M., Radia, A., & Thomas, R. (2015). La Creación De Dinero En La Economía Moderna. *Revista de Economía Institucional*, 17(33), 355-383.

Menger, C. (1976). Principles of Economics. New York University Press, 257-285.

Mises, L. (1912). Theorie des Geldes und der Umlaufsmittel. Estados Unidos: (First edition). Ludwig von Mises Institute.

Mruck, K., & Breuer, F. (2003). Subjectivity and Reflexivity in Qualitative Research-The FQS Issues. Forum: Qualitative Social Research, Art. 23.

Murphy, R. P. (21 de marzo de 2020). La banca central desde la crisis financiera de 2008. Obtenido de Centro Mises Escuela Austriaca de Economía e Ideas de Libertad: <https://www.mises.org.es/2020/03/la-banca-central-desde-la-crisis-financiera-de-2008/>

Murray, S. (11 de septiembre de 2021). Mises Institute. Obtenido de The Federal Reserve's Assault on Savers Continues: <https://mises.org/library/federal-reserves-assault-savers-continues>

Nozick, R. (2018 [1973]). Anarquía, Estado y Utopía. México: Fondo de Cultura Económica.

Ocampo, J. A. (2009). Impactos de la crisis financiera mundial sobre América Latina. REVISTA CEPAL (97), 9-32.

O'Keeffe, C. (5 de marzo de 2023). The Fed's Difficult Position Is Its Own Fault. Obtenido de Centro Mises Escuela de Economía Austriaca: <https://mises.org/power-market/feds-difficult-position-its-own-fault>

Paz, E. (2006). Investigación cualitativa: Fundamentos y tradiciones. España: Mc Graw Hill.

Rand, A. (2021 [1964]). La virtud del egoísmo. España: Ediciones Deusto.

Rawls, J. (2006). Teoría de la Justicia (Sexta edición en español ed.). Cambridge, Mass: The Belknap Press of Harvard University Press.

Requeijo, J. (2012). Economía mundial. Madrid: Mc Graw Hill.

Reyes-Tagle, G. &. (2015). (2015). The fiscal implications of public-private partnerships in Honduras: Current developments and the road ahead. Honduras: Technical report InterAmerican Development Bank.

Romero, J. (2014). ¿Es posible utilizar la política monetaria como instrumento para estimular la inversión y el crecimiento? Economía Informa (384), 5-22.

Rothbard, M. N. (1983). The Mystery of Banking. (Nueva York: Richardson y Snyder, 1983).

Rothbard, M. N. (1984). Dollar, The Case for 100 Dollar Gold. (Meriden, Conn.: Cobden Press, 1984), 32-34.

Rothbard, M. N. (2009). Rothbard, Man, Economy, and State. 518 West Magnolia Avenue, Auburn, Alabama 36832-4501: Published by the Ludwig von Mises Institute.

Shostak, F. (15 de 01 de 2022). Instituto Mises. Obtenido de "Stop Pretending Price Inflation Is a Result of "Too Much" Profit: <https://mises.org/wire/stop-pretending-price-inflation-result-too-much-profit>

Strauss, A. y. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas para desarrollar la teoría fundamentada. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.

Taylor, S. y. (1994). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona - España: Editorial Paidós.

Urdaneta, A., Borgucci, E., & Mejia, O. (2022). Efectos en América Latina de la política monetaria del Banco de la Reserva Federal de EEUU a raíz del Covid-19. 593 Digital Publisher CEIT, 7(3), 198-211 <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1132>.

Urdaneta, A., Castellano, A., Prieto, R., Martínez, H., & Milena, Z. (2019). Lineamientos de política económica para La dolarización: una aproximación para la experiencia venezolana. Bogotá: Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Wolf, J. (1991). Property, Justice and Minimal State. Polity Press.

SECCIÓN II. PERSPECTIVAS Y DESAFÍOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO REFERENTE A LA SOSTENIBILIDAD

Data de aceite: 01/11/2023

Karen Serrano-Orellana

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0001-8477-5716>

RESUMEN: La globalización ha reconfigurado la economía, la cultura y la política contemporáneas, promoviendo homogenización en los patrones de consumo y generando ventanas comerciales, pero también exacerbando problemas como el daño ambiental y desigualdades sociales. En este contexto, la noción de “Producción y Consumo Responsable” surge como una evolución del desarrollo sostenible, apoyándose en principios económicos, ecológicos y sociales. Las empresas que se adhieren a este enfoque buscan adoptar prácticas sostenibles, enfrentando retos como altos costos iniciales y resistencias internas, pero también identificando oportunidades para diferenciarse y sintonizar con una conciencia socio-ambiental en crecimiento. Estas empresas pueden optar por la certificación “Empresas B”, que respalda su compromiso genuino hacia la sostenibilidad.

Paralelamente, el consumidor responsable, influenciado tanto por acciones individuales como colectivas, prioriza un enfoque sostenible en sus decisiones, evitando el consumismo excesivo y participando activamente en la economía colaborativa. Este panorama sugiere que la sostenibilidad es una responsabilidad colectiva, donde consumidores y empresas, reconociendo su capacidad de influencia, pueden coadyuvar en la transición hacia una sociedad más equilibrada y consciente.

PALABRAS-CLAVE: globalización, desarrollo sostenible, producción y consumo responsable

PRODUCTION AND CONSUMPTION RELATED TO SUSTAINABILITY

ABSTRACT: Globalization has reshaped the contemporary economy, culture and politics, promoting homogenization in consumption patterns and generating commercial windows, but also exacerbating problems such as environmental damage and social inequalities. In this context, the notion of “Responsible Consumption and Production” emerges as an evolution of sustainable development, based on economic, ecological and social principles. Companies

that adhere to this approach seek to adopt sustainable practices, facing challenges such as high initial costs and internal resistance, but also identifying opportunities to differentiate themselves and tune in to a growing socio-environmental awareness. These companies can opt for “B Corporations” certification, which endorses their genuine commitment to sustainability. In parallel, the responsible consumer, influenced by both individual and collective actions, prioritizes a sustainable approach in their decisions, avoiding excessive consumerism and actively participating in the collaborative economy. This panorama suggests that sustainability is a collective responsibility, where consumers and companies, recognizing their capacity to influence, can contribute to the transition towards a more balanced and conscious society.

KEYWORDS: globalization, sustainable development, responsible production and consumption

JEL: Q10-M14

INTRODUCCIÓN

La globalización del tejido económico mundial, impulsa cambios no solo a nivel económico, sino también a nivel sociocultural y político en las sociedades contemporáneas. De esta forma, estos cambios han ejercido una profunda influencia en los valores, estilos de vida y comportamientos de los consumidores (Gudynas, 2018). Por un lado, la disponibilidad generalizada de multiplicidad de productos en los mercados globales provoca una homogeneización de los patrones de consumo. Por otro lado, se han creado nuevas oportunidades que responden a las necesidades de los consumidores.

Sin embargo, la globalización también ha exacerbado las amenazas globales, como la degradación del medio ambiente, la pobreza y las disfunciones sociales. Además, ha fortalecido el papel y la importancia de las empresas en nuestra sociedad contemporánea, donde constantemente se crean nuevas tendencias y se acorta el ciclo de vida de los productos para dar paso a las nuevas necesidades.

En este nuevo contexto, un consumidor que aspire a ser un actor relevante en el mercado debe desarrollar competencias específicas, que incluyen conocimientos, habilidades y actitudes (White et al., 2019). Estas competencias le permiten tomar decisiones conscientes y asumir la responsabilidad de sus acciones.

Al adoptar un enfoque activo, el consumidor responsable puede contribuir a abordar los desafíos globales, rechazando la cultura predominante de lo “instantáneo” y lo “desechable” (Lim, 2021). En este capítulo se aborda la definición del concepto de consumidor responsable en el contexto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y los desafíos que enfrenta el mundo actual. Para ello, se realiza una revisión bibliográfica de las iniciativas y movimientos de los consumidores y tendencias a nivel de producción responsable, utilizando análisis de investigación documental y web. El objetivo del trabajo consiste en analizar cómo las empresas y los consumidores pueden

desempeñar un papel activo en la promoción de la sostenibilidad, alineando sus decisiones de producción y consumo con los principios y metas de los ODS.

¿Qué es la producción y consumo responsable?

La producción responsable busca implementar prácticas y procesos productivos socialmente justos, económicamente viables y ambientalmente sostenibles (Akenji et al., 2015). De esta manera se asume un enfoque y adopción de medidas para prevenir la contaminación, reducir la generación de residuos, fomento de la eficiencia en el uso de los recursos, promoción de la innovación tecnológica y vigilancia de las condiciones laborales de los trabajadores, lo que incluye políticas de justicia social y preocupación por la seguridad e integridad física y mental del personal.

También la producción responsable, busca impulsar la transición hacia modelos de negocios más sostenibles, donde se integren consideraciones éticas, sociales y ambientales en todos los eslabones de la cadena de suministro (Akenji et al.). Responsabilizándose por las decisiones de proveedores, diseño de productos, gestión de residuos y promoción de prácticas comerciales éticas, todo esto con la base de información real, confiable y consciente.

Por otra parte, el término de “consumidor responsable” se ha venido articulando de manera creciente en el diálogo acerca del desarrollo sostenible. No obstante, persiste la falta de consenso en cuanto a su definición, con un énfasis excesivo en el componente ecológico, a expensas del social y el económico. Dicha concepción ecológica del consumidor responsable parece ser una herencia de la interpretación inicial del desarrollo sostenible como desarrollo ecológicamente responsable, o “eco-desarrollo”. Sin embargo, una visión más integral debería considerar el consumo responsable no sólo desde una perspectiva ecológica, sino también social y económica. Esto se refleja en la definición del Objetivo de Desarrollo Sostenible 12 (ODS 12) de las Naciones Unidas, que aboga por un “consumo y producción responsables” (ONU, 2015), ver Figura 1.

Figura 1.

Objetivos de desarrollo sostenible



Fuente: www.un.org

Figura 2.

Factores y dimensiones de la sostenibilidad



Fuente: UNAM (2020). <https://uapa.cuaieed.unam.mx/sites/default/files/minisite/static/693ee8e8-f02c-43c2-8222-498e1e8b8814/ConceptoSostenibilidad/index.html>

El desarrollo sostenible, en su sentido más amplio, presupone un tipo de desarrollo socioeconómico que armoniza las exigencias de la protección del medio ambiente con la satisfacción de las necesidades de la generación presente, sin comprometer las posibilidades de las generaciones venideras (Emina, 2021). Si extrapolamos este principio al ámbito del consumo, podemos argumentar que el consumo responsable debería guiarse por un enfoque similar, es decir, un enfoque holístico y a largo plazo que equilibre las dimensiones económica, social y medioambiental (Ver Figura 2), tal y como sugieren Han y Stoel (2017).

Desde esta perspectiva, se propone que la producción y consumo responsables deben fundamentarse en tres pilares: la racionalidad económica (optimización de recursos en la elección de bienes), la racionalidad ecológica (preferencia por bienes menos dañinos para el medio ambiente) y la racionalidad social (preferencia por bienes que contribuyen a la solución de problemas sociales o que, al menos, no los exacerban) (Saniuk et al., 2023). En esencia, el concepto de producción y consumo responsable se convierte así en una extensión del concepto de desarrollo sostenible, cuando se aplica a la producción y consumo.

Caracterización de la empresa responsable

La empresa con producción responsable, se caracteriza por un fuerte compromiso en la integración de prácticas sostenibles en todas las etapas de su cadena de valor. Estas empresas reconocen que el éxito no solo depende de la rentabilidad económica, sino también de la capacidad para generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente (Hermundsdottir y Aspelund, 2021). Una de las principales características de estas empresas es su enfoque hacia la reducción del impacto ambiental. Esto implica implementar estrategias para minimizar la generación de residuos, reducir el consumo de recursos naturales, adoptar energías renovables y gestionar eficientemente el uso del agua. Además, se esfuerzan por utilizar materiales y procesos de producción más sostenibles, favoreciendo la economía circular y el reciclaje de productos al final de su vida útil.

Otro elemento clave que caracteriza a una empresa responsable, es el bienestar de los empleados y la promoción de prácticas laborales justas. Estas empresas se preocupan por crear un entorno de trabajo seguro y saludable, fomento de la diversidad y la igualdad de oportunidades, y garantizar condiciones laborales justas tanto en su propia organización como en cada eslabón de la cadena de suministro (Gurzawska, 2020).

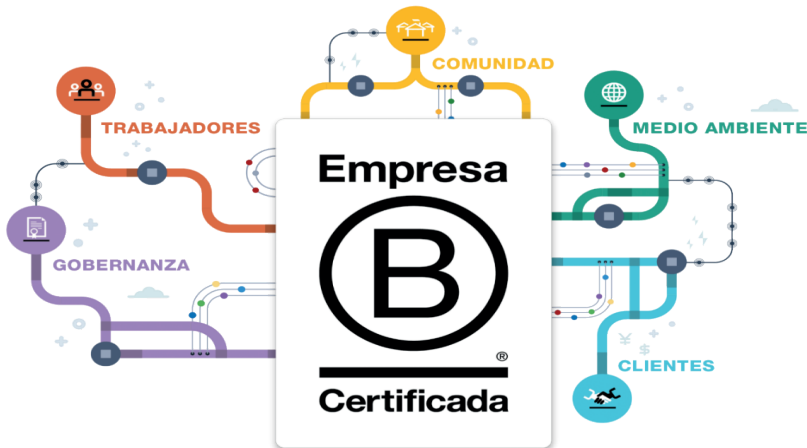
Sin embargo, este enfoque no es sencillo, y hay que enfrentar varios desafíos. Uno de ellos es el costo inicial de implementar prácticas sostenibles, ya que a menudo requiere inversiones significativas en tecnología, capacitación y cambios en los procesos de producción (Cesín, 2020). Además, se puede encontrar resistencia o falta de comprensión por parte del personal, los consumidores y la sociedad en general, lo que puede dificultar

la adopción de sus productos o servicios, o definitivamente desmotivar al empresariado.

Aunque, también existen oportunidades para las empresas que se enrumban y arriesgan con una producción más responsable. Es latente que existe una creciente conciencia ambiental y social en la sociedad, de esta manera la producción responsable, puede ser el sello distintivo y diferenciador de la empresa en el mercado al ofrecer productos o servicios que cumplen con estándares más exigentes de sostenibilidad (Millon, 2015). Además, cada vez más consumidores y empresas están dispuestos a respaldar y colaborar con compañías que tienen un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. No obstante, también existen amenazas para estas empresas. La competencia desleal de empresas que no adoptan prácticas sostenibles puede dificultar su crecimiento y rentabilidad, o las que se autocalifican como sostenibles pero su involucramiento con la sostenibilidad es parcial. Además, los cambios en las regulaciones gubernamentales y las políticas comerciales pueden generar incertidumbre y afectar la viabilidad de sus operaciones.

Figura 3.

Certificación Empresa B, y sus estándares



Fuente. <https://www.sistemab.org/page/5/?wpcfs=preset-preset-4>

De alguna forma esto se atenúa con el sello de “Empresas B”, las empresas con este sello tienen una certificación de reconocimiento internacional que mide su impacto social y ambiental y se compromete de forma personal, institucional y legal a tomar decisiones considerando las consecuencias de sus acciones a largo plazo en la comunidad y ambiente (Tudor et al., 2023). Sin embargo, requiere un nivel mínimo de inversión y mucho compromiso para su obtención.

Caracterización del consumidor responsable

Un consumidor responsable, por ende, es aquel que incorpora el paradigma del desarrollo sostenible en su toma de decisiones de consumo. Este consumidor es consciente de que la acumulación de bienes materiales no es el indicador definitivo de la calidad de vida, y desafía el materialismo y el consumismo desenfrenados, es decir, la acumulación excesiva de bienes materiales sin tener en cuenta sus consecuencias a nivel ecológico, social e individual, alineándose más con una postura de anticonsumismo (Salimath y Chandna, 2018).

El consumidor responsable entiende que sus decisiones de consumo generan no solo consecuencias a corto plazo a nivel individual (la satisfacción derivada del consumo), sino también impactos a largo plazo tanto a nivel individual como social. Así, este consumidor realiza sus compras de forma consciente, teniendo en cuenta las repercusiones de sus decisiones de consumo tanto en el medio ambiente como en la sociedad.

Este enfoque del consumo, que enfatiza la toma de decisiones conscientes y la asunción de responsabilidad moral por las consecuencias de dichas decisiones, requiere un conocimiento adecuado, habilidades y compromiso individual, que con el tiempo pueden evolucionar hacia actitudes responsables y activas, en contraposición a la repetición pasiva y automática de patrones de consumo importados de otros países. El consumidor responsable rechaza el despilfarro, evita satisfacer necesidades artificiales y adopta formas de consumo verde, ético y político, a la vez que se involucra en iniciativas innovadoras dentro de la economía colaborativa, como la economía de la compartición (Toni et al., 2018).

Por lo tanto, una comprensión más integral del consumidor responsable, y por extensión del consumo sostenible, debería incorporar tanto la dimensión ecológica como la social y la económica. De esta manera, el consumidor responsable se convierte en el actor clave para alcanzar el ODS 12 “Consumo y producción responsables”. A través de sus decisiones de consumo consciente, este consumidor puede contribuir a un desarrollo más sostenible que tenga en cuenta tanto el bienestar de las generaciones presentes como el de las futuras.

Factores y actitudes del consumo responsable

El consumo responsable, es uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y tiene un impacto relevante en los otros objetivos. Este tipo de consumo no está definido únicamente por las actitudes individuales, sino que es modelado por una serie de factores que caracterizan un comportamiento responsable. Estos factores incluyen iniciativas personales y colectivas, la participación en movimientos de consumidores y un conjunto de comportamientos que evidencian un compromiso con el desarrollo sostenible.

Estos comportamientos pueden abarcar desde la elección de productos eco-

amigables, la reducción del consumo de recursos naturales, hasta la promoción activa de prácticas de comercio justo. El consumidor responsable comprende que cada decisión de compra tiene consecuencias. Incluso las decisiones más triviales tienen importancia, ya que cada elección hecha por un consumidor influye en la realidad que nos rodea (ver tabla 1).

Tabla 1.
Factor que definen el concepto de consumidor responsable

Factor	Descripción	Autores de referencia
Conciencia ambiental	Implica una consideración activa de las implicaciones ambientales de las decisiones de consumo. Por ejemplo, optar por productos eco-amigables, reducir el consumo de recursos naturales, o apoyar a empresas que implementan prácticas de producción sostenible.	Alwitt & Pitts (1996) Pickett, Kangun & Grove (1993) Straghan & Roberts (1999)
Conciencia ética y social	Involucra el reconocimiento de las implicaciones sociales de las decisiones de consumo. Esto podría implicar apoyar a empresas que ofrecen condiciones de trabajo justas, promueven la igualdad de género, o contribuyen positivamente a la comunidad local.	Antil (1984) Intel Research (1994) Shaw & Shiu (2002)
Conciencia económica	Implica la consideración de los impactos económicos de las decisiones de consumo. Los consumidores responsables podrían optar por apoyar a las empresas locales para impulsar la economía local, o preferir productos de comercio justo para garantizar una compensación justa para los productores.	Webster (1975) Tucker, Dolich & Wilson (1981) Kinnear & Taylor (1973) Moher et al. (2001) (Alvarado & Schelesinger (2008)
Pensamiento comunitario	No sólo se trata de tomar decisiones de consumo conscientes, sino también de participar activamente en movimientos de consumidores y de apoyar políticas y legislaciones que promuevan el consumo responsable.	Francois-Lecompte & Roberts (2006) Yan & She (2011)
Información	Los consumidores responsables buscan activamente información sobre los productos y las empresas para tomar decisiones de consumo bien informadas. Esto implica leer etiquetas, investigar sobre las prácticas empresariales, y estar al tanto de las cuestiones relacionadas con el consumo responsable.	Valor (2008) Klein & Dawar (2004) Lee & Shin (2010)

Nota. Basado en Dueñas, Perdomo-Ortiz & Villa (2014).

Las actitudes, cuando se manifiestan a través de las decisiones y prácticas de consumo, pueden desempeñar un papel transformador en nuestra sociedad y economía. Al cultivar actitudes de consumo responsable, los consumidores pueden tomar un papel proactivo en la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y ser parte activa de la construcción de un futuro más justo y sostenible. En la Tabla 2, se presentan algunas de las actitudes clave que caracterizan a un consumidor responsable.

Tabla 2.
Actitudes que caracterizan al consumidor responsable

Actitud	Contexto del consumidor
Consumo Verde	Esta actitud implica preferir productos y servicios que son ecológicamente amigables. Los consumidores verdes buscan reducir su huella ambiental a través de sus decisiones de consumo.
Consumo Ético	Se refiere a la preferencia por productos y servicios que se producen de manera ética, es decir, que respetan los derechos humanos, promueven la justicia social y se obtienen de manera justa y sostenible.
Consumo Político	Esta actitud se trata de utilizar el poder del consumo para influir en el cambio social y político. Los consumidores políticos pueden boicotear productos de empresas que consideran irresponsables, o apoyar a aquellas empresas que alinean sus prácticas con sus valores.
Consumo Local	Esta actitud implica priorizar la compra de productos y servicios producidos localmente para apoyar la economía local y reducir la huella de carbono asociada al transporte de larga distancia.
Consumo Consciente	Los consumidores conscientes se toman el tiempo para investigar y reflexionar sobre sus decisiones de compra, considerando factores como la sostenibilidad, la ética y el impacto social de los productos y servicios que adquieren.
Responsabilidad Social	Se trata de una actitud que valora la responsabilidad social corporativa y prefiere productos y servicios de empresas que contribuyen positivamente a
No Desperdicio	Implica una actitud de consideración hacia los recursos, evitando el derroche y buscando formas de reutilizar, reciclar y reducir el consumo.
Evitar la Satisfacción de Necesidades Artificiales	Se refiere a la capacidad de distinguir entre necesidades reales y deseos creados artificialmente por la publicidad y el marketing. Los consumidores responsables buscan satisfacer necesidades legítimas en lugar de caer en la trampa de la compra impulsiva.

Nota. Basado en Jastrzębska (2017)

CONCLUSIÓN

La producción y el consumo responsables son propuestas valiosas para mejorar los sistemas productivos y las decisiones de compra, con el objetivo de garantizar un futuro mejor para nuestro planeta. El consumo excesivo ha demostrado tener múltiples impactos negativos en el medio ambiente y en la salud psicológica de las personas. Por lo tanto, es alentador observar cómo cada vez más empresas y consumidores están adoptando criterios adicionales al aspecto económico al tomar decisiones de compra.

Las empresas están asumiendo el desafío de incorporar propuestas disruptivas en sus modelos de negocio, reconociendo que la sostenibilidad no es solo una responsabilidad,

sino también una oportunidad de generar valor. Están tomando conciencia de que la adopción de prácticas responsables puede diferenciarlas y convertirlas en referentes para sus consumidores. Por otro lado, los consumidores responsables son conscientes de la importancia de sus elecciones diarias y reconocen el poder que tienen como agentes de cambio social a través de sus acciones de consumo. Al optar por prácticas de consumo sostenibles y tomar decisiones de mercado responsables, no solo mejoran su propia calidad de vida, sino que también contribuyen al bienestar de la sociedad en su conjunto. Se convierten en actores activos en la construcción de una realidad más equilibrada y sostenible.

Es interesante destacar cómo los consumidores responsables logran integrar dos roles en apariencia opuestos: el de consumidor, que busca satisfacer sus necesidades individuales y obtener beneficios personales, y el de ciudadano, que considera las necesidades de la comunidad. Al evaluar las consecuencias de sus elecciones y reconocer su influencia en los demás, estos consumidores encuentran un equilibrio entre sus intereses individuales y el bienestar colectivo. En definitiva, la producción y el consumo responsables nos invitan a replantear nuestros sistemas productivos y nuestras decisiones de compra. Al adoptar prácticas sostenibles y tomar decisiones conscientes, estamos construyendo un futuro más equitativo, saludable y próspero para las generaciones presentes y futuras.

AGRADECIMIENTOS

Este capítulo se desarrolló dentro del proyecto de investigación “Gestión de empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial”. Proyecto adscrito a la carrera de Administración de Empresas de la UMET, Sede Machala; y la colaboración de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad de Organizaciones (RILCO).

REFERENCIAS

Akenji, L., Bengtsson, M., Briggs, E., Chiu, A., Daconto, G., Fadeeva, Z., Fotiou, S., Gandhi, R., Mathews, C., Metternicht, G., Mohanty, B., Salem, J., Sang-Arun, J., Srisakulchairak, T., Schandl, H., & Tabucanon, M. (2015). *Sustainable consumption and production. A handbook for policymakers*. United Nations Programme. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1951Sustainable%20Consumption.pdf>

Alvarado, A. & Schlesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24 (108), 37-59. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232008000300002&lng=en&tlng=

Alwitt, L. & Pitts, R. (1996). Predicting purchase intentions for an environmentally sensitive product. *Journal of consumer psychology*, 5(1), 49-64. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0501_03

Antil, J. (1984). Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Public Policy. *Journal of Macromarketing*, 4(2), 18–39. <https://doi.org/10.1177/027614678400400203>

Cesín, M. (2020). *Mexican manufacturing SMEs, sustainability practices and the 2030 Agenda for sustainable development*. [Doctoral dissertation, EGADE Business School]. <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/636976>

Dueñas, S., Perdomo-Ortiz, J., & Villa, L. (2014). El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura. *Estudios gerenciales*, 30(132), 287-300. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.01.022>

Emina, K. (2021). Sustainable development and the future generations. *Social Sciences, Humanities and Education Journal (SHE Journal)*, 2(1), 57-71. <http://doi.org/10.25273/she.v2i1.8611>

Francois-Lecompte, A., & Roberts, J. A. (2006). Developing a Measure of Socially Responsible Consumption in France. *Marketing Management Journal*, 16(2), 50–66.

Gudynas, E. (2018). Disputas entre variedades de desarrollo y el cuadrilema de la globalización. En H. Cuevas, D. Julián y J. Rojas (Ed.), *América Latina: expansión capitalista, conflictos sociales y ecológicos* (173-192). RIL Editores. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20190510042111/Expansion_Capitalista.pdf

Gurzawska, A. (2020). Towards responsible and sustainable supply chains—innovation, multi-stakeholder approach and governance. *Philosophy of Management*, 19(3), 267-295. <https://doi.org/10.1007/s40926-019-00114-z>

Han, T. & Stoel, L. (2017). Explaining socially responsible consumer behavior: A meta-analytic review of theory of planned behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 29(2), 91-103. <https://doi.org/10.1080/08961530.2016.1251870>

Hermundsdottir, F. & Aspelund, A. (2021). Sustainability innovations and firm competitiveness: A review. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124715. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124715>

Jastrzębska, E. (2017). The responsible consumer as an answer to new sustainable development challenges. *Economics and Environment*, 60 (1), 198-206. <https://ekonomiaisrodowisko.pl/journal/article/view/249>

Klein, J., & Dawar, N. (2004). Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in a product–harm crisis. *International Journal of research in Marketing*, 21(3), 203-217. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2003.12.003>

Lee, K. & Shin, D. (2010). Consumers' responses to CSR activities: The linkage between increased awareness and purchase intention. *Public Relations Review*, 36(2), 193-195. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.10.014>

Lim, W. (2021). Empowering marketing organizations to create and reach socially responsible consumers for greater sustainability. In Bhattacharyya, J., Kumar, M., Rathnasiri, C., Balaji, M., & Lim, W. (Eds.), *Social and sustainability marketing: A casebook for reaching your socially responsible consumers through marketing science* (3-12). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003188186>

Millon, D. (2015). Corporate social responsibility and environmental sustainability. In Sjaafjell, B. & Richardson, B. (Eds.), *Company law and sustainability. Legal barriers and opportunities* (35-78). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107337978.004>

Pickett, G., Kangun, N., & Grove, S. (1993). Is there a general conserving consumer? A public policy concern. *Journal of Public Policy & Marketing*, 12(2), 234-243. <https://doi.org/10.1177/074391569101200208>

Salimath, M. & Chandna, V. (2018). Sustainable consumption and growth: Examining complementary perspectives. *Management Decision*, 59(6), 1228-1248. <https://doi.org/10.1108/MD-12-2016-0934>

Saniuk, S., Grabowska, S., & Fahlevi, M. (2023). Personalization of Products and Sustainable Production and Consumption in the Context of Industry 5.0. In Machado, C. & Davim, J. (Eds.), *Industry 5.0: Creative and Innovative Organizations* (55-70). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-26232-6_3

Shaw, D., & Shiu, E. (2002). The role of ethical obligation and self-identity in ethical consumer choice. *International Journal of Consumer Studies*, 26(2), 109-116. <https://doi.org/10.1046/j.1470-6431.2002.00214.x>

Straughan, R. & Roberts, J. (1999). Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 16 No. 6, pp. 558-575. <https://doi.org/10.1108/07363769910297506>

Toni, M., Renzi, M., & Mattia, G. (2018). Understanding the link between collaborative economy and sustainable behaviour: An empirical investigation. *Journal of Cleaner Production*, 172, 4467-4477. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.110>

Tucker, L., Dolich, I. & Wilson, D. (1981). Profiling environmentally responsible consumer-citizens. *JAMS* 9, 454-478. <https://doi.org/10.1007/BF02729884>

Tudor, M., Bernardic, U., Sooter, N., & Ugazio, G. (2023). Behavioral perspectives on B Corps. *The International Handbook of Social Enterprise Law*, In Peter, H., Vargas, C. & Alcalde, J. (Eds.), *The international handbook of social enterprise law. Benefit corporations and other purpose-driven companies* (233-279). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-14216-1_13

UNAM (2020). *Introducción al concepto de sostenibilidad*. Unidad de apoyo para el aprendizaje. <https://uapa.cuaieed.unam.mx/sites/default/files/minisite/static/693ee8e8-f02c-43c2-8222-498e1e8b8814/ConceptoSostenibilidad/index.html>

Valor, C. (2008). Can Consumers Buy Responsibly? Analysis and Solutions for Market Failures. *Journal Consum Policy* 31, 315-326. <https://doi.org/10.1007/s10603-008-9070-9>

Webster Jr, F. (1975). Determining the characteristics of the socially conscious consumer. *Journal of consumer research*, 2(3), 188-196. <https://doi.org/10.1086/208631>

White, K., Habib, R., & Hardisty, D. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22-49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>

Yan, J., & She, Q. (2011). Developing a trichotomy model to measure socially responsible behaviour in China. *International Journal of Market Research*, 53(2), 253-274. <https://doi.org/10.2501/IJMR-53-2-253-274>

BRANDING SOSTENIBLE EN LA CREACIÓN DE MARCAS CON PROPÓSITO

Data de aceite: 01/11/2023

Lenin Novillo-Díaz

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-4220-1826>

Delia Esperanza García Vences

Universidad Autónoma del Estado de
México
Toluca, México
<https://orcid.org/0000-0002-9909-040X>

RESUMEN: Este artículo tiene como objetivo, plasmar el papel elemental que cumplen los aliados del *branding* sostenible para la creación y sustentabilidad de marcas con propósito (considerando componentes medioambientales, sociales y económicos). Con el fin de determinar los beneficios, requerimientos y comportamientos para su alcance. Asimismo, los aliados esenciales del *branding* sostenible son: estrategia de marca, estrategia de sostenibilidad, creatividad, *web* sostenible y comunicación consciente. Por lo tanto, el *branding* sostenible tendrá como factor determinante a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) específicamente los numerales 8, 12, 13 y 17 (trabajo decente y el crecimiento

económico, producción y consumo responsables, la acción por el clima y las alianzas para lograr los objetivos). Estos ODS sirven como dirección y objetivos para las marcas, por esto se consideran diferentes casos de éxito, en donde se evidencia la aplicación del tema en varias empresas y marcas alrededor del mundo. La metodología de investigación es cualitativa, empleando información secundaria focalizada para sustentar y especificar la aplicabilidad y viabilidad de los ODS en la creación de marcas en la actualidad.

PALABRAS-CLAVE: Branding sostenible, ODS, Marcas, Sostenibilidad, Responsabilidad Social Corporativa

SUSTAINABLE BRANDING IN THE CREATION OF PURPOSE-DRIVEN BRANDS

ABSTRACT: The objective of this paper is to capture the elementary role that the allies of sustainable branding fulfill for the creation and sustainability of brands with purpose (considering environmental, social and economic components); in order to determine the benefits, requirements and behaviors for its scope. Likewise, the essential allies of sustainable branding are: brand strategy,

sustainability strategy, creativity, sustainable web and conscious communication. Therefore, sustainable branding will have as a determining factor the Sustainable Development Goals (hereinafter SDGs) specifically numbers 8, 12, 13 and 17 (decent work and economic growth, responsible production and consumption, climate action and alliances to achieve the objectives); which serve as direction and objectives for the brands, for this reason different success stories are considered, where the application of the theme in various companies and brands around the world is evident. The research methodology is qualitative, using focused secondary information to support and specify the applicability and viability of the SDGs in branding today

KEYWORDS: Sustainable Branding, Sustainable Development Goals, Brands, Sustainability, Corporate Social Responsibility.

JEL: M31

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la marca es considerada como uno de los activos intangibles más inestimable en las organizaciones. Por otra parte, el *branding* o gestión de marca, se basa en las gestiones para posicionar, otorgar propósito y valor a una determinada marca; sin embargo, aunque el *branding* ha sido una práctica universal por siglos, el aumento de las fusiones empresariales (sinergia) a partir del año 1980, ha logrado mayor trascendencia en las empresas, desplegando sus esfuerzos en la creación de valor de las marcas y su gestión (Limonta et al., 2020).

Asimismo, el desarrollo y creación de marcas en el transcurso del tiempo ha presentado múltiples enfoques y transformaciones, con el propósito de conseguir el acoplamiento a la época y a las distintas circunstancias de esos momentos. Todo esto con la finalidad de mantener la continuidad a corto, mediano y largo plazo de las organizaciones, las cuales están representadas a través de sus marcas. Posteriormente, aparecieron nuevos términos sobre protección del medio ambiente, que están generando un cambio tanto en la gestión empresarial, como en la visualización de una marca ante la sociedad.

Por lo mencionado precedentemente, se denota la importancia del desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa y el desarrollo sostenible dentro de las organizaciones para lograr la protección del medio ambiente y el progreso social en base a la igualdad y equidad; puesto que, no se puede pensar en crecimiento empresarial, si no implementan o promueven un cambio positivo en la sociedad. Además, es necesario comercializar sus productos o servicios con un menor impacto ecológico y social, y al mismo tiempo coadyuve a la mejora notable del entorno.

Por ello, en el presente la creación de marcas con propósito se ha convertido en una tendencia muy popular. La mayoría de empresas han empezado a enfocarse en la creación de bienes y/o servicios no solo para producir ganancias, sino para que también tengan una

huella positiva en la sociedad y el medio ambiente. No obstante, conseguir este objetivo posee cierto grado de complejidad. En efecto, es indispensable un compromiso real y sostenible por parte de las entidades para lograr los resultados esperados, basándose en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por lo tanto, una manera efectiva de lograr este cometido es gestionar alianzas en el camino hacia la creación de marcas con propósito.

Acorde a lo expuesto anteriormente, se denota la importancia del avance y aplicación del *branding* sostenible, siendo una perspectiva creativa la cual integra componentes medioambientales, sociales y económicos para conseguir el desarrollo y la comunicación de una marca. Es necesario acotar que no constituye únicamente un *Ecobranding*, *Green Branding* y/o *Social Branding* (García, 2022), sino se trata realmente de un gestor global que incluye los aspectos mencionados. Ahora bien, existen cinco pasos considerados como aliados, los cuales permiten la construcción de una marca sostenible.

Este capítulo, explora cómo los aliados del *branding* sostenible (estrategia de marca, estrategia de sostenibilidad, creatividad, *web* sostenible y comunicación consciente) contribuyen a la creación de marcas con propósito, y para la ejecución óptima del *branding* sostenible. Es menester dirigirse en base a los lineamientos de los ODS (8, 12, 13 y 17) relacionados con el trabajo decente y el crecimiento económico, la producción y el consumo responsables, la acción por el clima y las alianzas para lograr los objetivos.

En el presente documento se encuentra información secundaria relevante la cual estará desglosada de manera descriptiva y deductiva-inductiva, partiendo de una caracterización desde conocimientos generales a particulares sobre el *Branding* sostenible, los aliados del *Branding*, los ODS especificados con antelación y la relación de estos. Adicionalmente, se exponen empresas reconocidas por su *branding* sostenible, para posteriormente presentar las respectivas conclusiones y discusión de los resultados obtenidos de este análisis de información.

Breve contexto referente al *branding* sostenible

El *branding* o también conocido en español como gestión de marca, de acuerdo con Hernández (2012) expone que el nivel de marca se encuentra definido por la opinión social y la percepción del mercado al lograr despertar sensaciones y conexiones tanto a nivel consciente como inconsciente con determinada marca. Asimismo, está vinculado con el patrocinio económico y la efectividad de la comunicación de la marca, para determinar su capacidad de resistir, manteniéndose a mediano y largo plazo en el mercado global. Además, la marca debe tener su propio espíritu que le convierta en única e inolvidable para las personas (Corredor, 2020).

Mientras que, en lo concerniente a la sostenibilidad, esta terminología se ha convertido en uno de los elementos más trascendentales, destacándose por ser el primer punto para la construcción y desarrollo de un proyecto, sin importar su ámbito. Ahora bien,

el autor Peña (2018) enuncia que la sostenibilidad empresarial consiste en la facultad de las organizaciones para gestar transformaciones en el desarrollo sostenible, al emplear la gestión estratégica como instrumento esencial, considerando algunos aspectos importantes como los: sociales, económicos y ambientales.

Posterior a la presentación de las definiciones tanto de *branding* como de sostenibilidad de forma independiente, es imperante hablar específicamente sobre el *branding* sostenible, el cual según Teixeira y Brandão (2019) es una estrategia de *marketing* que, se especializa en la construcción y posicionamiento de la identidad de una marca, a través de diversos hábitos responsables y amables con el medio ambiente y la población. Este contexto, propone generar impactos positivos con todos los *stakeholders* (grupos de interés) tanto internos como externos, incluyendo a los consumidores, empleados, proveedores, comunidades locales y no menos importante el medio ambiente.

Por otra parte, es necesario considerar la importancia de los aliados del *branding* para el desarrollo de marcas con propósito, lo cual radica en la fortaleza y en las distintas probabilidades de realizar acciones referentes a la sostenibilidad. Es decir, que a través de estos aliados, se logre fomentar y aplicar múltiples estrategias beneficiosas, permitiendo una transformación positiva de forma permanente y progresiva, no solamente en las marcas sino también a nivel global, tanto en la empresa como en la colectividad.

Generalmente, al referirse a los aliados, en algunos casos pueden ser: entidades sin fines de lucro, instituciones nacionales o internacionales, clientes, proveedores y demás *stakeholders* que se encuentren en la cadena de suministro, ya sean directos o indirectos (Ayala del Pino, 2021). En definitiva, estos aliados pueden otorgar soporte a las empresas para la identificación de áreas de oportunidad, los cuales permitan la implementación de acciones de mejora en sus prácticas comerciales, garantizando que estén alineadas con los ODS, los mismos que tienen efecto en todo el mundo.

Además, los aliados pueden proporcionar recursos valiosos para implementar estrategias sostenibles a largo plazo (Volpentesta, 2017). Por ejemplo, una organización sin fines de lucro puede otorgar capacitaciones sobre prácticas comerciales sostenibles o facilidades de acceso a tecnologías verdes. Un gobierno local o internacional podría ofrecer incentivos fiscales para las empresas que adopten prácticas sostenibles dentro de su gestión empresarial de manera progresiva. Estas alianzas estratégicas pueden ser entre empresas que tienen similares actividades y/o su vez logren complementarse dentro del mercado global.

Por lo mencionado anteriormente, es imperante tener claro el contexto de los aliados y de la propia organización sobre la incidencia de este proceso de cambio. Es así que según lo expresado por Padilla y Piñerúa (2018) se define que el área empresarial posee un papel preponderante en la consecución de los ODS. Por lo cual, mediante la utilización de ambos como aliados, se lograría direccionar una por una de las estrategias, ejecutando las actividades trazadas con el propósito de cumplir lo planteado inicialmente por la entidad.

Otro de los puntos positivos de formar alianzas, es generar beneficios notables para las empresas; es decir, al asociarse con organizaciones sin fines de lucro u otras empresas importantes del desarrollo sostenible, las empresas pueden incrementar la visibilidad y credibilidad como empresas líderes de responsabilidad social y ambiental. Colaborar con aliados puede coadyuvar a las empresas a identificar nuevas oportunidades comerciales las cuales sean rentables (Zárate-Rueda, et. Al 2020). Cuando las organizaciones tienen prácticas comerciales sostenibles, podrán incrementar paulatinamente su cartera de clientes, quienes valoran en gran medida la responsabilidad social y ambiental.

Ahora bien, es menester conocer que el *branding* sostenible debe estar alineado con la estrategia de sostenibilidad, pues es la única forma de crear marcas comprometidas, no solo con las personas sino con todo el planeta. Existen cinco pasos para lograr un branding sostenible en las entidades, las cuales se enumeran y detallan seguidamente de acuerdo con García (2022):

- **Estrategia de marca:** se determinan los distintivos no visibles más importantes de la marca (valores, propósito, entorno, cliente ideal, competencia, entre otros), los cuales van a mantener y sostener los distintivos que sí pueden visualizarse de la marca. En este paso se recomienda obtener la ayuda de un profesional del área respectiva.
- **Estrategia de sostenibilidad:** posee cierta interrelación con la estrategia de marca debido a los puntos de valores y propósito; sin embargo, se profundiza en un esquema de triple balance (economía, personas y planeta) en donde se revisa los procesos y se debe pensar a largo plazo.
- **Creatividad:** es el paso visual de este proceso, en donde se trazan los territorios de marca y las rutas creativas, se deberá reflejar el corazón verde y ético de la marca; es decir, aquí se define el logo, gama cromática, tipografías corporativas, identidad verbal, *packaging*, entre otros.
- **Web sostenible:** el desarrollo de la página *web* y su mantenimiento debe generar un impacto mínimo de contaminación CO2 (que la información no sea tan pesada para no ocupar tanto espacio en los servidores que sí son físicos). Adicionalmente, se recomienda que la página sea lo más amigable y accesible posible para los internautas.
- **Comunicación consciente:** se trata de una comunicación óptima de los mensajes, lenguaje, identidad verbal, elementos corporativos, contenido original, ética del *marketing* empleado, y transparencia en lo concerniente al tema de sostenibilidad.

Los ODS y su relación con el *branding*

En lo referente a la aplicación práctica de los ODS como instrumento de sostenibilidad en las organizaciones, ostenta innumerables beneficios e impactos positivos, los cuales se

verán reflejados paulatinamente en el negocio y sociedad en general. En primer lugar, admite a las entidades la alineación correcta de su estrategia de negocio con los objetivos globales de desarrollo sostenible, y esto traería consigo incrementar el nivel de su reputación y a la vez mejorar la interrelación con los consumidores, demás actores clave o *stakeholders*, así como también la protección del medio ambiente (Rodríguez, 2021).

En cuanto a los ODS, estos se constituyen en un conjunto de 17 objetivos adoptados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 2015 como una convocatoria internacional con la finalidad de gestionar acciones que contribuyan a la eliminación de la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el año 2030, la población mundial logre disfrutar de paz y prosperidad. Generalmente, los ODS buscan enfrentar de manera efectiva los diversos desafíos globales a los cuales el mundo se enfrenta en la cotidianidad, situaciones particulares como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia, los cuales fueron presentados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2016).

También, dentro de este apartado, se reconoce el papel crucial de los trabajadores en una empresa, quienes están directamente vinculados en el proceso de producción y por ende del crecimiento y desarrollo económico organizacional. Por lo tanto, los ODS definidos por la ONU establecieron como uno de sus principales objetivos la creación de empleo decente para todos, en donde se garantice condiciones laborales justas y respetuosas con los derechos humanos y que, a través del empleo, el trabajador pueda desarrollarse no solo a nivel personal sino laboral, logrando a su vez llevar el sustento para sus hogares y vivir dignamente.

El ODS 8 y el *branding*

Respecto al ODS 8, este busca procurar el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos. De ahí que las marcas con propósito deben coadyuvar a este objetivo, y para ello la empresa debe ir alineando sus estrategias de negocio a la par de la promoción de empleos de calidad, la igualdad de oportunidades y especialmente garantizar la protección de los derechos laborales. Además, sería imperante el apoyo a pequeñas y medianas empresas, a los trabajadores del sector informal, mediante la implementación de programas de respuesta y recuperación económica (CEPAL, 2016).

Cabe recalcar que las marcas deben estar comprometidas a otorgar adecuadas condiciones laborales a sus trabajadores. Y no solo efectuarlo como una obligación ética, sino por considerarlo como una inversión estratégica para alcanzar el éxito empresarial a largo plazo. Los trabajadores se estiman como el elemento clave en el engranaje del sistema productivo; por ende, su bienestar incide directamente en el nivel de calidad del trabajo que ejecutan y al mismo tiempo influye notablemente en la calidad del producto final. Por ello, las organizaciones deben fijar sueldos coherentes en base al nivel del esfuerzo

del colaborador, ofrecer horarios flexibles, facilidades a la obtención de servicios básicos como la asistencia y seguridad médica; fomentar y mantener un ambiente de trabajo seguro y saludable. Adicionalmente, es menester considerar los derechos sindicales, creando apertura al diálogo entre el nivel directivo y los trabajadores, con el propósito de mantener un ambiente laboral sano, permitiendo el desarrollo personal y profesional.

No obstante, ofrecer buenas condiciones laborales no es insuficiente; siendo pertinente implicar a los asalariados en el desarrollo creativo de la marca, por sus conocimientos sobre lo que funcionaría de manera correcta en su área específica. Por otra parte, son conscientes sobre las necesidades del mercado y poseen ideas con alternativas para mejorar ciertos procesos internos. En definitiva, el talento humano tiene potencial para otorgar ideas innovadoras, las cuales permitan conseguir el tan anhelado éxito empresarial. De ahí, nace la consideración de los trabajadores como responsables de alcanzar los objetivos organizacionales, mediante la competitividad y productividad desde sus puestos de trabajo (Mendoza Mieles, et. al, 2021).

Al hacer partícipes proactivos a los trabajadores en este proceso, se fomenta un sentido de pertenencia e identificación con la marca, convirtiéndose en fuente de motivación y compromiso. Al mismo tiempo, en la actualidad, se vislumbra mayor conciencia sobre la necesidad de producir y consumir de forma responsable, porque nuestras acciones demarcan una huella significativa en el medio ambiente y en la sociedad. Por ello, se ha desarrollado el *internal branding* como un elemento importante para el éxito de una marca, en donde se alinea la cultura, infraestructura, liderazgo, sistemas de control, y sobre todo los trabajadores vivan esa experiencia de la marca y la transmitan a los demás, siendo los embajadores primordiales tanto de la marca como de la propia empresa (Marín-Pérez, 2019).

El ODS 12 y el *branding*

El ODS 12 trata sobre garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Las marcas con propósito pueden coadyuvar a este objetivo al aplicar prácticas de producción y consumo responsables dentro de sus operaciones y especialmente en la cadena de suministro. De tal forma, se promueva el uso óptimo de los recursos y la energía; asimismo se busca crear conciencia sobre la construcción de infraestructuras, las cuales no ocasionen impacto negativo ambiental, e inspirar estilos de vida sostenibles a largo plazo (CEPAL, 2016).

La producción responsable consiste en acoger prácticas sostenibles en las organizaciones. En donde, las marcas pueden hacer uso de materiales reciclados o biodegradables; disminuir su nivel de contaminación o a su vez aplicar sistemas circulares. A través de esta gestión sostenible, se pretende minimizar la huella ecológica, y también otorgar mayor reputación corporativa, lo cual se traduce en incrementar la cantidad de

clientes y sobre todo fidelizarlos. Sin embargo, lo más prudente en las nuevas empresas y en las ya existentes, es crear y aplicar una gestión ambiental preventiva, para disminuir el nivel de contaminación, sin descuidar el cómo incrementar la productividad y calidad de los productos y servicios ofertados por la entidad (González Ordóñez, 2022).

En lo referente al consumo responsable, este consiste en decidir de manera inteligente al adquirir productos y/o servicios. Dicha decisión debe basarse en analizar que productos son más duraderos y de alta calidad; también es relevante evitar el desperdicio, tomando en cuenta la procedencia ética de lo que se desea comprar. Si se realizan los pasos antes enunciados, se colabora directamente a la creación de una economía sostenible y equitativa. Además, es fundamental que las empresas analicen el fenómeno grupal en las decisiones de compra de los consumidores. Inicialmente, los consumidores solían tomar estas decisiones de manera independiente, pero diversos estudios han demostrado que estas elecciones se fundamentan en patrones sociales (Bonilla Sanabria, 2022).

Por lo mencionado precedentemente, se destaca que la producción y el consumo responsable deben ir a la par, consiguiendo un cambio significativo en el impacto ambiental. Si las empresas adoptan prácticas sostenibles, entonces los consumidores deberán elegir productos con menor impacto ambiental, apoyando a las organizaciones involucradas con la sostenibilidad. A pesar de la creciente preocupación por los graves problemas ambientales, muchas pequeñas empresas se cuestionan si sus acciones realmente contribuyen a una mejora a nivel global. La respuesta a esta pregunta es afirmativa. Al optar por no adquirir productos contaminantes, las empresas envían un mensaje claro a otras compañías sobre la importancia de adoptar prácticas sostenibles. Esto, a su vez, incentiva a estas empresas a ofrecer productos respetuosos con el medio ambiente.

El ODS 13 y el branding

El *branding* sostenible contribuye a la acción por el clima, pues a través de adoptar prácticas empresariales sostenibles, se minimiza los gases de efecto invernadero, lo cual influye notablemente en la resiliencia al cambio climático. De ahí, la trascendencia de que las marcas con propósito informen su compromiso en luchar conjuntamente contra el cambio climático, enfrentando los problemas ambientales de forma proactiva. Al presente, innumerables organizaciones están creando bienes sostenibles; sin embargo, no es suficiente.

Por ende, es menester que las marcas asuman el rol sobre educación ambiental y hábitos de consumo saludables dirigido al público en general, solo así los consumidores pueden crear consciencia sobre los efectos positivos y negativos en el entorno de las acciones que realicen y su nivel de responsabilidad en la sociedad. Por otra parte, otra preocupación es el crecimiento poblacional, ya que esto significa que debe incrementarse la demanda de recursos naturales y esto genera directamente una mayor problemática

ambiental. Siendo esto un punto emergente a considerarse ya que, si no se efectúa una transformación de la producción actual, se corre el riesgo de múltiples consecuencias en lo concerniente a: salud, economía y de la propia vida de los seres vivos (Blacio Guañuna & Bonisoli, 2023).

Las empresas pueden realizar constantemente campañas publicitarias ya sean informativas y educativas. Dentro de esta actividad podrían presentar su proceso productivo, la efectividad en el manejo de los recursos, el control para disminuir la contaminación y demás información pertinente sobre sustentabilidad ambiental. Otra idea para las organizaciones es ofrecer estímulos a los consumidores para influir en la adopción hábitos de consumo saludables, como, por ejemplo, la mayoría de cadenas comerciales poseen políticas para la eliminación del plástico desechable, promoviendo el reciclaje y de esta manera los consumidores se unan a esta lucha.

Adicionalmente, es importante hablar sobre la transparencia de la información emitida por las empresas; siendo necesario que los bienes presenten etiquetas sobre su contenido y origen, otorgando mayor detalle y contribuya en la selección de compra. Se busca crear y mantener una cultura responsable y consciente sobre el medio ambiente. En efecto, la educación ambiental beneficia a todos los actores y al medio ambiente. Por lo tanto, el conocimiento y compromiso de la sociedad global es imperante para proteger la salud y salvaguardar la vida de los seres vivos. Lamentablemente, las estadísticas presentadas por la ONU en el año 2015, exponen que solo un 53% de las entidades realizan actividades para coadyuvar a la acción por el clima (Torres-Roma & García-Mirón, 2021).

El ODS 17 y el branding

El ODS 17 expone sobre las alianzas para lograr su propósito; es por ello, que las marcas con propósito deben unirse a trabajar en conjunto con otras entidades, gobiernos y la sociedad civil para promover el cambio y lograr enfrentar adecuadamente los desafíos mundiales. En lo concerniente al tipo de alianzas estas pueden ser: la asistencia en investigación y desarrollo, el intercambio de información, así como también fomentar políticas y prácticas sostenibles.

Las alianzas estratégicas, se constituyen en convenios de cooperación entre instituciones de carácter independiente, con un propósito común, el cual es obtener la sostenibilidad del planeta tierra. Por lo mencionado anteriormente, las marcas pueden realizar alianzas con otras organizaciones como medio de aprendizaje y así mejorar sus prácticas empresariales, logrando reducir su impacto ambiental. Generalmente, dicha cooperación puede ser similar o complementaria a la actividad de la marca, y crear un valor significativo que beneficie a todos los actores directos e indirectos (Talavera & Sanchis Palacio, 2021).

Por ejemplo, una entidad ofrece financiamiento a una empresa sin fines de lucro

para impulsar un programa de reciclaje en un área comunitaria que se encuentre en riesgo social. Las alianzas son un instrumento transformacional de gran magnitud; en donde si se agrupan algunas marcas podrían solicitar la creación de políticas rigurosas sobre emisiones contaminantes o plásticos de un solo uso; es decir, cuando las empresas trabajan en conjunto (coaliciones) pueden tener mayor visualización y atención que si lo efectúan de manera independiente, logrando influencias a los consumidores y público en general.

De lo anterior, se expone que estos acuerdos de colaboración permitirían ejecutar cambios y ajustes a nivel organizacional, realizar uniones de manera formal, vínculos para lograr determinado objetivo, incluso acuerdos a largo plazo considerando la confianza entre los involucrados, cooperaciones para alcanzar metas comunes, y aun así mantendrían su independencia (Lazo-Fernández & Cala Peguero, 2022).

La sostenibilidad como ventaja competitiva para las marcas

En lo referente a las marcas con propósito sostenible y que poseen compromiso con los ODS, han ganado mayor relevancia ante los consumidores, lo cual contribuye al éxito empresarial. Esto se debe a que los ODS proporcionan un marco que permite a las organizaciones demostrar su compromiso con las partes interesadas al desarrollar estrategias sostenibles. El objetivo principal de estas estrategias es reducir los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza. Además, crear ventajas competitivas vinculadas al nivel de rendimiento. Por ello, según Toledo (2022) las marcas con propósito sostenible tienden a desarrollarse rápidamente en comparación con las demás empresas, representando el 70% del crecimiento de unas entidades. Asimismo, el 83% de los jóvenes españoles aseguran que eligen marcas con propósito frente al 39% de personas mayores a 65 años de edad.

Se denota por el precedente, que las temáticas como sostenibilidad y los ODS son de gran trascendencia para las organizaciones actualmente. Ahora bien, según Calderón (2021) es necesario considerar otro elemento como es la ventaja competitiva sostenible en la cual se identifican los activos, destrezas o atributos de la entidad que le hacen diferenciarse de la competencia y que es difícil de asemejarse o exceder, permitiéndole a la organización mantener una mejor posición en el mercado y esta sea a largo plazo. A su vez, es menester mencionar que la sostenibilidad puede convertirse en una ventaja competitiva sostenible, y por eso las entidades adoptan a la sostenibilidad como estrategia transversal, la misma que tiene que basarse en la misión, visión y valores empresariales.

Por lo tanto, los ODS son un modelo para que las organizaciones determinen el nivel de impacto social, económico y ambiental y como aporta valor a la población, esto es con el propósito de mejorar tanto la reputación como sus relaciones con los *stakeholders*. Al integrar los ODS junto con la estrategia organizacional esto eleva la competitividad en una economía global, para fortalecer la relación empresa-empleado. Al apoyar los ODS e

incluirlos en la actividad empresarial es una fortaleza para generar un impacto positivo como organización y esto llamaría la atención de inversores conscientes del clima (Secretaría General Iberoamericana, 2018).

Por su parte, San Román (2021) enuncia que las marcas con propósito realmente priorizan su propuesta en su comunicación y no solo es por *marketing*, sino porque es parte de su cultura organizacional, lo cual es como su ADN. En efecto, los consumidores actuales dan preferencia a las marcas que se distingan por un motivo de relevancia y por esto se espera una propuesta valórica que vaya más allá de un simple intercambio monetario. Se sostiene que las marcas con propósito crean modelos de negocios sostenibles a largo plazo y esto motiva a los miembros de la organización a trabajar en base a ese propósito.

Ahora bien, para crear marcas con propósito es necesario que las empresas se apoyen en el *branding* sostenible, y por ello se ha convertido en elemento clave para las nacientes marcas, con la finalidad de otorgarles un valor estratégico frente a la competencia. El *branding* se conceptualiza como la gestión ingeniosa, estratégica e innovadora de los elementos distintivos de una marca con el objetivo de construir una promesa, ofreciendo una experiencia de marca diferente, trascendente, íntegra y sostenible en el tiempo.

Acotando a lo anterior, Contreras (2022) complementa que el propósito del *branding* es asegurar que los grupos de interés conozcan el nivel de posicionamiento de la entidad, mejore su presencia en el mercado, mediante mayor visibilidad y la empresa posea buena reputación con la audiencia. La sostenibilidad en el *branding* permite que las empresas sostenibles tengan un impacto financiero positivo y los inversores las valoren. La aplicación correcta de la sostenibilidad como estrategia es primordial para el éxito de la marca.

Adicionalmente, Moya et al., (2021) expresan que la sostenibilidad en las empresas al presente, poseen gran relevancia y los líderes están implementando tácticas innovadoras para garantizar la sostenibilidad en las entidades y así satisfacer las necesidades tanto de los consumidores como de los accionistas, gestionando de manera óptima los recursos y maximizando los beneficios. Por tanto, las empresas con sostenibilidad tienen más posibilidades de progresar en el futuro.

No se puede desconocer la importancia de la sostenibilidad y su aplicabilidad, puesto que los consumidores sin importar su rango de edad tienen claramente definido el tema sobre protección del medio ambiente y cómo la sociedad debe ser participe proactiva para vivir dignamente y en armonía. De ahí que buscan información relevante para determinar a las marcas a las cuales deben apoyar y cuáles boicotear y esto a su vez se ve determinado en el volumen de ventas de las marcas.

En resumen, la sostenibilidad y los ODS son un elemento primordial para crear la ventaja competitiva sostenible para las empresas y marcas con propósito, ya que tienen un impacto positivo y significativo en la sociedad y en el medio ambiente. También, es importante mencionar que al integrar los ODS en la estrategia empresarial se fortalece la competitividad y productividad en la economía global, siendo muy atractivo para los

inversores conscientes del clima, quienes buscarían adquirir compromisos con las marcas que tengan propósito y otorgarles el apoyo necesario para su crecimiento y progreso.

Empresas reconocidas por su branding sostenible

A continuación, se destacan casos exitosos de marcas a nivel internacional que han colaborado con socios en el ámbito del branding sostenible. Estos casos están alineados con los ODS 8, 12, 13 y 17, que se refieren respectivamente al trabajo decente y crecimiento económico, producción y consumo responsables, acción por el clima y alianzas para lograr los objetivos:

- a. **Patagonia:** esta marca de ropa al aire libre ha trabajado con sus proveedores y empleados para promover prácticas sostenibles en su cadena de suministro. Han adoptado prácticas empresariales responsables para reducir su impacto ambiental y han promovido el trabajo decente y el crecimiento económico a través de su compromiso con la fabricación ética. Además, otorgan el 1% de sus ganancias para el cuidado ambiental; tienen un apartado en su página *web* para aceptar donaciones, realizan activismo social. Se expone a esta empresa en primer lugar debido a su alto compromiso con la sostenibilidad y porque aborda exactamente a los cuatro ODS que enmarca como ser una marca y empresa sostenible (Almanatura, 2014).
- b. **Amazon:** esta empresa ha desarrollado algunas iniciativas con el propósito de minimizar el impacto negativo por contaminación al realizar sus operaciones, entre las propuestas están reducir su huella de carbono, emplear energías renovables y el usar vehículos de reparto los cuales serán eléctricos, fomentar proyectos de reforestación, propuesta de reducir las emisiones de carbono tanto en el transporte como en el tipo de embalaje empleado y finalmente crear alianzas con otras empresas de expertos en cuidado ambiental. Con esto la compañía ha mejorado las operaciones y se encuentra buscando el desarrollo integral de la empresa, lo cual le ha permitido ser una de las empresas más importante del mercado a nivel internacional porque ha fijado sus acciones y su propuesta en base a los ODS 8, 12, 13 Y 17 (Kamal, 2023).

Figura 7.

Empresas reconocidas por su branding sostenible

Patagonia



Danone



Amazon



Rainforest Alliance



Levi's



Grupo Restaurantero Gigante (GRG)



Nestlé



Unilever



Tatoo Adventure Gear



- c. **Grupo Danone:** esta empresa fundada en España que actualmente posee su sede en París se ha fijado ambiciosas metas de sostenibilidad acorde a los ODS 12, 13 Y 17. Entre los cuales están convertirse en carbono neutral para el año 2050 y emplear envases que sean 100% reciclables para el 2025. Por otra parte, ha mostrado innumerables iniciativas para reducir su impacto ambiental, como el uso de energías renovables, la promoción de prácticas de agricultura regenerativa en su cadena de suministro, evitar el desperdicio de alimentos, co-creación de campañas para crear consciencia social, lideran *Food Revolution*, construir una economía circular, combatir el cambio climático. Adicionalmente, busca aliarse con otras empresas para mantener estas acciones a largo plazo (Umapatía, 2020).
- d. **Rainforest Alliance:** Esta organización internacional sin fines de lucro ha efectuado sus acciones aprovechando el espacio digital para crear alianzas tanto entre las empresas como los consumidores, para promover el desarrollo de la agricultura sostenible y proteger los bosques. También, promueven capacitaciones especializadas acorde al tipo de negocio, dan soporte en *marketing* sostenible, se fomenta alianzas forestales. Su campaña *FollowTheFrog* alienta a los consumidores a elegir productos certificados por *Rainforest Alliance* y que tengan su sello de la rana arborea de ojos rojos. Debido a lo mencionado anteriormente, se constata que sus acciones han sido encaminadas en los ODS 12, 13 Y 17 (Askew, 2018).
- e. **Levi's:** La empresa se ha propuesto varias metas en temas tanto ambientales como de mejora continua en su gestión empresarial, las mismas que tienen planificado ser completadas para el 2025 y de esta manera minimizar su impacto ambiental. Entre las acciones consideradas están emplear materiales sostenibles en la fabricación de sus productos garantizando la calidad y durabilidad de los mismos, usar como materia prima el cáñamo algodónizado con lo cual se emplea menos recursos y por ende menor desperdicio, la promoción de la conservación del agua en su cadena de suministro, y minimizar la contaminación en sus procesos. También se ha asociado con otras organizaciones para promover prácticas sostenibles en la industria de la moda. Todo lo indicado anteriormente, demuestra que esta empresa está dirigiendo sus esfuerzos conforme a los ODS 8, 12, 13, y 17 (Equipo Superside, 2019).
- f. **Grupo Restaurantero Gigante (GRG):** es un claro ejemplo sobre la implementación de los ODS en sus actividades. Esta empresa maneja las operaciones de Restaurantes como *Toks*, *Shake Shack*, *Beer Factory*, *El Farolito* y *Panda Express*, dichos locales alimenticios poseen más de 230 sucursales en México los mismos que tienen diferentes opciones como cafetería, *fast food* y *casual dining*. Ahora bien, GRG ha gestionado la aplicación de prácticas sostenibles en sus filiales, estas han adoptado iniciativas como minimizar los residuos, uti-

lizar energías renovables. Han determinado objetivos particulares para reducir el impacto ambiental, entre las cuales esta controlar las emisiones de gases de efecto invernadero y el uso óptimo del agua. Finalmente, ha sido reconocido por impulsar los ODS y por su fiel compromiso con la Agenda 2030 (López, 2021).

- g. **Nestlé:** Otro ejemplo de aplicación práctica de los ODS en sus operaciones es Nestlé, el cual ha implementado prácticas sostenibles en su cadena de suministro, como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la promoción de prácticas agrícolas sostenibles, la creación de valor compartido, fomentar alianzas para educación sobre hábitos saludables desde la niñez, creación de una producción animada denominada “El equipo invencible” y están preparando la segunda temporada, mejorar las relaciones y la calidad de las materias primas otorgadas por los proveedores, operar con cero residuos destinados al relleno sanitario. Por lo presentado se verifica que esta empresa ha implementado los ODS como guía de sus acciones empresariales (Nestlé, 2021).
- h. **Unilever:** esta organización ha delimitado múltiples propósitos sobre sustentabilidad los mismos que esperan ser cumplidos en el 2030, entre lo fijado esta convertirse en carbono positivo y lograr cero desechos en las fábricas. También ha implementado iniciativas para reducir su impacto ambiental, incluido el uso de energías renovables y la promoción de prácticas agrícolas sostenibles en la cadena de suministro. Desean mejorar la salud del planeta en general, efectuar acciones para minimizar los cambios climáticos, proteger y regenerar la naturaleza, mejorar el bienestar de la población, mantener negocios responsables y emitir informes de sustentabilidad como control y evidencia de sus operaciones. De esta forma demuestran su gran compromiso con los ODS (Whelan & Fink, 2016).
- i. **Tatoo Adventure Gear:** es una empresa que posee presencia en algunos países de Latinoamérica, y lógicamente está en Ecuador, se dedica a la venta de equipos y ropa para deportes de aventura. Ofrecen también información sobre este tipo de actividades y eventos para que las personas que se sumen a esta marca como clientes, puedan acceder a la comunidad *Tatoo* denominada *ACTIVE*, en donde podrán disfrutar de diversos beneficios, descuentos, promociones especiales, garantía de satisfacción. Asimismo, ofertan servicio de mantenimiento de los equipos que venden con dos talleres en Quito. Un aspecto destacado de esta empresa es otorgar un espacio para la venta de productos y equipos de segunda mano en buenas condiciones con el lema “dale un respiro al planeta”.

En definitiva, no hay nada que detenga a los aventureros, si no poseen el poder adquisitivo suficiente para comprar productos nuevos o usados para sus actividades, esta compañía ofrece otra rama de servicio denominada *Tatoo expeditions*, la cual consiste

en el alquiler de los equipos que se necesiten para cualquier actividad de aventura, en su proceso productivo lo ejecutan cuidando el medio ambiente, desempeño responsable y generación de oportunidades para accionistas y clientes. Por lo enunciado sobre esta empresa, se verifica que posee un compromiso con la sostenibilidad y con los ODS, lo cual se verifica al otorgar diversos productos y servicios acorde a las necesidades y disponibilidad económica de sus consumidores, considerando aspectos relevantes como cuidado ambiental. También, realizan alianzas para el desarrollo de eventos de aventura (Tatoo Adventure Gear, 2022).

Posterior a la exposición de las diversas marcas como ejemplos, estas demuestran que la sustentabilidad es un componente clave para el éxito empresarial y por ello es necesario considerar a los ODS dentro de sus actividades y a su vez coadyuva a la creación de valor para los diversos grupos de interés. Por lo tanto, se vislumbra la importancia de establecer acciones estratégicas clave; así como también el uso y creación de aliados para la formación y mejora continua, lo cual se traduzca en la obtención de un beneficio mutuo. Al crear una marca sostenible, esta se convierte en una forma práctica efectiva para que las empresas adopten la sostenibilidad y la incluyan en la imagen de su marca, siempre y cuando permitan alcanzar los ODS.

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Los aliados del *branding* sostenible constituyen un papel crucial en la formación de marcas con propósito al abordar los ODS (8, 12, 13 y 17) relacionados con el trabajo decente y el crecimiento económico, la producción y el consumo responsables, la acción por el clima y las alianzas para lograr los objetivos. Al implementar prácticas empresariales sostenibles e informar su compromiso en base a los objetivos antes mencionados, las marcas con propósito van a generar un impacto positivo y significativo en el mundo, consiguiendo atraer a consumidores conscientes quienes apoyan a las empresas responsables.

En cuanto al desarrollo e implementación de estrategias direccionadas a la sostenibilidad, dependen en gran medida de los altos niveles directivos de las organizaciones. Sin embargo, es responsabilidad de todos los miembros de la empresa el realizar su trabajo en base las metas y objetivos organizacionales con compromiso y mantener la motivación. La importancia de la implementación de estas estrategias radica en la mejora continua, tanto en el entorno externo e interno.

La sostenibilidad empresarial le permite a la empresa el aprovechamiento de sus recursos para minimizar el impacto ambiental y social, mejorando el desempeño económico y productividad. Asimismo, las empresas adoptan diversas tácticas para alcanzar los ODS como, por ejemplo: prácticas sostenibles, la digitalización de la estrategia empresarial, políticas que promuevan el espíritu empresarial, creación de empleo y fomentar el crecimiento económico de forma sostenida e inclusiva. El *branding* sostenible es una

alternativa para que las empresas se distingan de los rivales, consiguiendo consumidores más conscientes y comprometidos con la sostenibilidad. Además, las marcas con propósito sustentable atraen y retienen al talento, ya que estas organizaciones lideran hacia el consumo más reflexivo, ofertando un valor significativo que va más allá de sus productos, demostrando un propósito alineado a las demandas de la actualidad.

AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Gestión de empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial”, proyecto que está adscrito a la carrera de Administración de Empresas de la UMET, Sede Machala; y a la Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia (RIIM).

REFERENCIAS

Almanatura. (23 de Octubre de 2014). *Almanatura*. <https://almanatura.com/2014/10/patagonia-una-empresa-socialmente-responsable/>

Askew, K. (05 de Diciembre de 2018). *FoodNavigator EUROPE*. <https://www.foodnavigator.com/Article/2018/12/05/Case-study-Rainforest-Alliance-leverages-digital-for-consumer-engagement>

Ayala del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, (54), 173–198. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>

Blacio Guañuna, R. A., & Bonisoli, L. (2023). Análisis de la influencia ambiental en el branding: aplicación en el contexto ecuatoriano. *Revista ERUDITUS*, 4(2), 9–26. <https://doi.org/10.35290/re.v4n2.2023.824>

Bonilla Sanabria, F. (2022). La responsabilidad social del consumidor: el consumidor responsable y la sostenibilidad del modelo económico. Universidad Externado de Colombia.

Calderón, R. (13 de Enero de 2021). *IPMARK*. <https://ipmark.com/sostenibilidad-proposito-necesario-en-el-adn-de-la-marca-dia-e/>

CEPAL. (2016). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. *CEPAL*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40159-horizontes-2030-la-igualdad-centro-desarrollo-sostenible>

Contrera, D. (2022). El propósito de las marcas: ¿Publicidad homogeneizada en la educación superior peruana? *Zincografía*, 21-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8535246>

Corredor, A. M. (2020). Branding en 5 pasos: guía fácil para que tu marca sea reconocida y deje una huella indeleble. Merakiu: on line <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=OwsIEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=+aliados+del+branding&ots=jHAV8F2ZZ6&sig=EMZCia9PSG3nzx3GsGWK6iBeQp8#v=onepage&q=aliados%20del%20branding&f=false>

Equipo Superside. (23 de Julio de 2019). *Superside*. <https://www.superside.com/blog/sustainable-branding>

González Ordóñez, A. I. (2022). Gestión ambiental desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial en las PYMES. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S6), 616-624.

Hernández, R. (2012). Branding sustentable. *Revista del Centro de Investigación.*, 10(37), 95-99. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34223328007>

Kamal, J. (15 de Mayo de 2023). *GWI*. <https://blog.gwi.com/marketing/sustainable-brands/>

Lazo Fernández, Y., & Cala Peguero, T. Y. (2022). El CEPES: una mirada de su liderazgo en las alianzas estratégicas en la educación superior cubana. *Revista Cubana de Educación Superior*, 41(Supl. 1), 1. Epub 20 de junio de 2022. Recuperado en 16 de julio de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142022000400001&lng=es&tlng=es.

Limonta, R., Andraus, C., & Lazo, O. (2020). Análisis de modelos de Branding Corporativo. *ECA Sinergia*, 11(3), 84-100. https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i3.2523

López, M. (3 de Febrero de 2021). *Expok*. <https://www.expoknews.com/grupo-restaurantero-gigante-reconocido-por-impulsar-los-ods/>

Marín-Pérez, Benjamín (2019). “Convertir a los colaboradores en embajadores de la marca: plan de comunicación interna para la televisión autonómica valenciana À punt”. *El profesional de la información*, 28 (5), e280515. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.15>

Mendoza Miele, J. J., Macías Macías, G. M., & Parrales Poveda, M. L. (2021). Desarrollo empresarial de las mipymes ecuatorianas: su evolución 2015-2020. *Revista Publicando*, 8(31), 320-337. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2253>

Moya, A., Herranz, J., & García, S. (2021). La comunicación de los objetivos de desarrollo sostenible en las principales empresas españolas. *Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8458224>

Nestlé. (05 de Junio de 2021). *nestle-centroamerica*. <https://www.nestle-centroamerica.com/media/pressreleases/cero-emisiones-netas-de-gases-de-efecto-invernadero-la-meta-de-nestl%C3%A9>

Padilla, K., & Piñerúa, S. (2018). Cultura y construcción de paz aliados por el desarrollo sostenible. *Pensamiento palabra y obra*(19), 40-61. <https://www.redalyc.org/journal/6141/6141614649004/>

Peña, M. (2018). La sostenibilidad como herramienta de internacionalización. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 3-13. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6712632>

Rodríguez, M. (2021). La implementación de los ODS como herramienta de sostenibilidad en las empresas del IBEX35. *RA & DEM: Revista de Administración y Dirección de empresas*,(5), 246-265. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8260693>

San Román, J. (2021). Propósito de marca. *Ctrl: control & estrategias*(692), 10-13. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8114187>

Secretaría General Iberoamericana. (2018). La empresa ante los Objetivos del Desarrollo Sostenible. *Pensamiento iberoamericano*(6), 90-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8445902>

Talavera Avelino, C.; Sanchis Palacio, J.R. (2021) Ética y Responsabilidad Social en las alianzas estratégicas. El caso de las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 137, e73863, 1-19. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.73863>.

Tatoo Adventure Gear. (2022). Información sobre la empresa de ropa y equipo deportivo de aventura. <https://tatoo.ws/ec/home>

Teixeira, M., & Brandão, E. (2019). Engajamento Ambiental Como Artificio de Branding de Moda. *ModaPalavra e-periódico*, 12(24), 148-164. <https://doi.org/https://doi.org/10.5965/982615x12242019148>

Toledo, E. (8 de Febrero de 2022). *El Ágora el diario del agua*. <https://www.elagoradiario.com/la-mirada-del-agua/marca-proposito-sostenibilidad/>

Torres-Roma, E.; García-Mirón, S. (2021) La comunicación estratégica y la responsabilidad social corporativa. Los mensajes publicitarios vinculados al cambio climático. *Pensar la publicidad* 15(1), 57-73.

Umapatía, A. (12 de Febrero de 2020). *rePurpose*. <https://repurpose.global/blog/post/3-sustainability-initiatives-and-why-they-worked>

Volpentesta, J. R. (2017). Creación de un método de integración de grupos de interés al gobierno de las empresas. *Estudios Gerenciales*, 33(143), 195-207. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.05.002>

Whelan, T., & Fink, C. (21 de Octubre de 2016). *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2016/10/the-comprehensive-business-case-for-sustainability>

Zárate-Rueda, R., Beltrán-Villamizar, Y. I., & González-García, C. A. (2020). Relacionamiento con stakeholders en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Revista Espacios*. ISSN, 798, 1015.

HÁBITOS DE CONSUMO DURANTE Y DESPUÉS DE LA PANDEMIA: UN ANÁLISIS DEL USO DE SERVICIOS DE DELIVERY

Data de aceite: 01/11/2023

María del Carmen Franco

Universidad Metropolitana, Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-2651-0992>

Delia Esperanza García Vences

Universidad Autónoma del Estado de México
Toluca, México
<https://orcid.org/0000-0002-9909-040X>

Félix Gómez-Gutiérrez

Universidad Técnica Estatal de Quevedo
Quevedo, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-3060-5452>

RESUMEN: Este estudio analiza la influencia de eventos externos en la adopción de hábitos de entrega a domicilio durante la pandemia de COVID-19. Se encontró que las restricciones impuestas generaron la necesidad de adaptar el comportamiento, lo que llevó a un aumento significativo en el uso de servicios de delivery. La investigación se realizó en la provincia de El Oro, encuestando a 397 consumidores. Los resultados revelaron que los servicios de entrega a domicilio se han convertido en una tendencia duradera, incluso después del levantamiento de algunas restricciones.

El uso de plataformas digitales y redes sociales, especialmente Instagram, ha sido fundamental en la promoción de estos servicios. Las empresas han utilizado estas herramientas para alcanzar a más clientes y gestionar eficientemente los pedidos. Además, los hábitos adquiridos durante la pandemia han influido en las expectativas futuras de los consumidores, quienes planean seguir utilizando los servicios de entrega a domicilio en el futuro. En conclusión, los servicios de delivery se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana en la provincia de El Oro, generando cambios en los patrones de consumo y demostrando su perdurabilidad en el tiempo.

PALABRAS-CLAVE: servicio de delivery, pandemia, hábitos de consumo, eventos externos

CONSUMPTION HABITS DURING AND AFTER THE PANDEMIC: AN ANALYSIS OF DELIVERY SERVICE USE

ABSTRACT: This paper examines the influence of external events on the adoption of home delivery habits during the COVID-19 pandemic. It was found that the

imposed restrictions created the need to adapt behavior, leading to a significant increase in the use of delivery services. The research was conducted in the province of El Oro, surveying 397 consumers. The results revealed that home delivery services have become a lasting trend, even after the lifting of some restrictions. The use of digital platforms and social media, especially Instagram, has been crucial in promoting these services. Companies have utilized these tools to reach more customers and efficiently manage orders. Additionally, the habits acquired during the pandemic have influenced future consumer expectations, with individuals planning to continue using home delivery services in the future. In conclusion, delivery services have become an integral part of everyday life in the province of El Oro, bringing about changes in consumption patterns and demonstrating their long-term sustainability.

KEYWORDS: delivery service, pandemic, consumption habits, external events

JEL: D12 (consumer economics)

INTRODUCCIÓN

En este estudio se analiza la influencia de eventos externos en la adopción de nuevos hábitos, centrándose específicamente en los servicios de entrega a domicilio o “delivery”. Se argumenta que los hábitos, para perdurar a largo plazo, requieren no solo de la repetición de una conducta, sino también de un respaldo motivacional. Los eventos conmovedores, amenazas externas o desafíos que destacan valores significativos pueden generar hábitos motivados, como los surgidos durante la pandemia COVID-19.

En este contexto, los hábitos pueden convertirse en algo intrínsecamente motivado, trascendiendo la acción en sí y convirtiéndose en parte integral de los objetivos y valores personales del individuo. Esto implica que los hábitos pueden influir en la autopercepción de las personas, generando inferencias sobre sus actitudes y creencias.

Como resultado de la pandemia y las diversas restricciones impuestas a la ciudadanía, entre las cuales se encontraban las limitaciones de movilidad, negocios, familias e individuos se vieron en la necesidad de incrementar el uso del servicio de delivery. Esta modalidad emergió como una solución a las necesidades cambiantes del mercado, adaptándose a los horarios de toque de queda, confinamientos y otras restricciones. Sin embargo, con la progresiva vuelta a la “normalidad” y la reapertura de negocios, el servicio de delivery se enfrentó a nuevos desafíos en este contexto renovado.

Una de las ventajas que proporciona el servicio de delivery mediante aplicaciones para los negocios es la capacidad de controlar ventas y pedidos. Estas aplicaciones facilitan el seguimiento en tiempo real de ingresos y costos operativos generados por las diversas actividades. Además, este servicio permite programar el número de pedidos atendidos y hacer ajustes en función de la cantidad de entregas. El servicio de delivery continúa expandiéndose. La posibilidad de recibir compras en menos tiempo y dedicar ese tiempo ahorrado a otras actividades ha dado lugar a un nuevo hábito de consumo entre

los habitantes de El Oro. Aplicaciones como Tipti, Pedidos ya, Rappi e Indriver fueron las aplicaciones más usadas en la provincia, sin embargo, también es muy frecuente el uso del delivery más tradicional como moto pronto, express, entre otros (Figura 1).

Figura No. 1
Servicios de Delivery



Fuente: <https://www.pexels.com/es-es/foto/foto-de-motocicletas-estacionadas-cerca-de-restaurantes-de-comida-rapida-3028127/>

En este estudio, se realizó una encuesta a una muestra de 397 consumidores en la provincia de El Oro. La metodología incluyó el análisis estadístico de los datos recopilados, así como una revisión de la literatura relevante. Los resultados muestran que los servicios de entrega a domicilio se han convertido en una tendencia significativa desde el inicio de la pandemia del COVID-19. Las restricciones impuestas durante el confinamiento incentivaron a los individuos a utilizar estos servicios, especialmente en el caso de restaurantes que se vieron obligados a cerrar sus puertas al público. Aunque algunas medidas de confinamiento han sido levantadas, el servicio de delivery ha demostrado ser un modelo de negocio perdurable.

La demanda de servicios de entrega a domicilio en la provincia de El Oro se ve respaldada por la afluencia diaria de clientes que utilizan estos servicios, siendo las horas de la mañana las más activas. El éxito de estos servicios se atribuye en gran medida al uso

de plataformas digitales y redes sociales, con Instagram como la red social más utilizada para promoción. Los hábitos de consumo adquiridos durante el confinamiento están asociados con las expectativas futuras de los consumidores en cuanto a la utilización de los servicios de entrega a domicilio. Tanto las empresas como los individuos y las familias han aumentado su dependencia de estos servicios.

El servicio de entrega a domicilio se ha convertido en una parte integral de la vida cotidiana en la provincia de El Oro. Aunque algunos encuestados indican que dejarían de utilizar el servicio después del levantamiento de las medidas de confinamiento, la mayoría indica que continuaría utilizándolo. Esto sugiere que las empresas de entrega a domicilio deben adaptarse y mejorar constantemente sus servicios para retener a los clientes y atraer a nuevos usuarios en el futuro.

Influencia de eventos externos en la adopción de nuevos hábitos

Normalmente los hábitos se constituyen de la sólida asociación señal-respuesta que se genera en la memoria, y de la constancia y repetición en el contexto que se actúe. Sin embargo, es razonable argumentar que ciertos hábitos, para perdurar a largo plazo, necesitan del respaldo motivacional (White et al., 2019). Es decir, en algunas circunstancias, la simple repetición de una conducta no es suficiente para la consolidación de un hábito; también se requiere un componente motivacional que ayude a consolidar la conducta a lo largo del tiempo.

Los hábitos surgidos por la motivación pueden derivarse de eventos conmovedores, amenazas externas o desafíos que destacan valores significativos para el individuo. Por ejemplo, los hábitos de afrontamiento pueden ser desencadenados por una enfermedad grave, como el diagnóstico de una afección crónica, donde las personas deben cambiar su estilo de vida para gestionar su salud (Orbell & Phillips 2019). Del mismo modo, los hábitos prosociales, aquellos que promueven el bienestar de los demás, pueden ser provocados por eventos comunitarios o globales significativos, como la pandemia COVID-19 (Wolf et al. 2020), que ha requerido de cambios en el comportamiento individual y colectivo para reducir la propagación del virus.

En este contexto, un hábito puede convertirse en algo intrínsecamente motivado, llegando a ser considerado un fin en sí mismo (Kruglanski et al. 2018). Esto sugiere que el valor del hábito trasciende la acción en sí y pasa a ser una parte integral de los objetivos y valores personales del individuo. Este proceso de adopción puede desatar un proceso de autopercepción: las personas pueden notar sus propios hábitos, reflexionar sobre su propósito y deducir que estos cumplen una función importante en sus vidas.

Esta perspectiva es coherente con la teoría de la autopercepción, que sostiene que las personas inferimos nuestras actitudes y creencias a partir de nuestras propias conductas observadas. En otras palabras, una persona puede ver que está realizando una

conducta de manera consistente (por ejemplo, reciclar), reflexionar sobre el significado de esa conducta, y luego inferir que valora la sostenibilidad y se preocupa por el medio ambiente. Aunque, es importante tener en cuenta que estas atribuciones pueden ser erróneas, y podrían considerarse confabulaciones o justificaciones posteriores (Adriaanse et al. 2018, Mazar & Wood 2021, Wood & R nger 2016).

Al final, un hábito a largo plazo puede convertirse en parte de la propia identidad de una persona, algo que se siente “propio”, y que por lo tanto involucra al yo (Udall et al. 2021). Esto refuerza la idea de que la formación de hábitos puede ser un proceso dinámico y multifacético que implica tanto la repetición de comportamientos como la interacción de estos comportamientos con las actitudes, las creencias y la identidad personal.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para este estudio, incluyó la aplicación de una encuesta a una muestra de 397 consumidores de la provincia de El Oro. La muestra fue seleccionada con base en criterios de inclusión que incluían ser un consumidor domiciliado en la provincia, mayor de edad y trabajando actualmente. La encuesta incluyó tres dimensiones, como el uso de medios de pagos digitales para servicios básicos, el uso de medios de pagos digitales para pagar otros servicios y el uso de medios digitales para productos. El cuestionario de encuesta se aplicó dos mediciones, a través de una combinación de técnicas, incluyendo aplicaciones en línea y llamadas telefónicas, durante el período de septiembre 2021 a marzo 2022.

Los datos recopilados a través de la encuesta se analizaron utilizando una combinación de técnicas estadísticas, incluyendo análisis descriptivo y análisis inferencial, con el fin de determinar patrones y tendencias en el comportamiento del consumidor y los cambios de hábitos de consumo. Además, se llevó a cabo una revisión de la literatura relevante para complementar y contextualizar los hallazgos obtenidos a través de la encuesta.

RESULTADOS

Con el propósito de determinar la evolución del comportamiento del consumidor con respecto a los servicios de delivery, es decir identificar si habrá cambios o no posterior a la restitución de movilidad, se elaboraron una serie de preguntas relacionadas, que toman en cuenta simultáneamente los hábitos adquiridos durante la pandemia, la cual se denominó “situación durante el confinamiento por la pandemia” (So), y la situación futura “después del levantamiento del confinamiento” (Sf). En correspondencia con este enfoque los resultados fueron los siguientes:

Servicio de empresas de entrega de delivery (So)

Según los resultados disponibles el 72.98% de los entrevistados expresaron que necesitaron el servicio de empresas de delivery, que entregaban encomiendas/paquetería/productos desde que comenzó el confinamiento por la pandemia de Covid-19, mientras que el 27.02% restantes manifestaron que no necesitaron este tipo de servicio. Estas proporciones resultaron estadísticamente significativas al 95% de confianza según la prueba de proporción de una muestra.

Desde el enfoque de género, es importante señalar, que no se rechaza la hipótesis nula al 95% de confianza de que la proporción de los entrevistados que reportaron que “Si” necesitaron, efectivamente, este tipo de servicio de entrega de encomiendas durante la pandemia no son, estadísticamente, diferentes entre hombres (70.55%) y mujeres (75.00%), según el test de proporciones de dos muestras. Es decir, estas proporciones entre hombres y mujeres no son estadísticamente diferentes, por lo que se pueden tomar como iguales, de forma estadística.

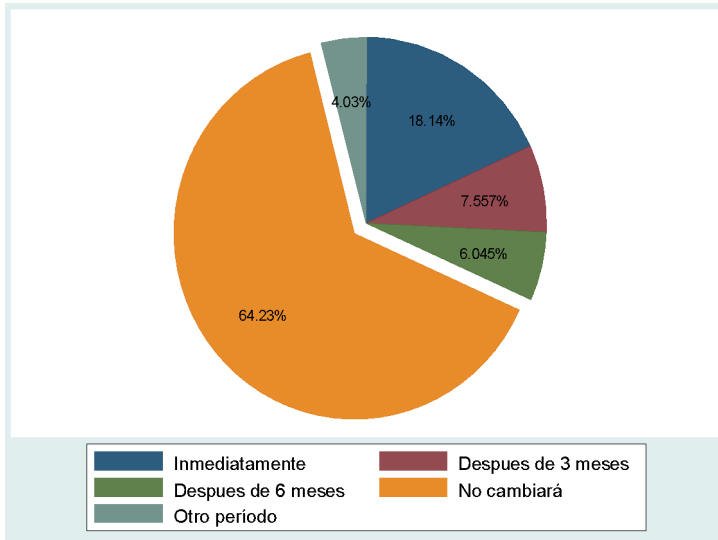
Uso del servicio tras el levantamiento del confinamiento (Sf)

Cuando se les consultó a los mismos informantes, tras el levantamiento de las medidas de confinamiento por la pandemia de Covid-19, si dejarían de usar el servicio de delivery (entrega de encomiendas/paquetería/productos), éstos manifestaron, tal como se puede apreciar en la Figura 2, lo siguiente:

- El 64.23% indicaron que no cambiarán sus hábitos de usar el servicio;
- un 18.14% de los entrevistados señalaron que inmediatamente dejaran de usar estos servicios;
- un 7.56% manifestaron que lo dejaran de usar al pasar 3 meses; y
- mientras que un 6.05% y un 4.03% reportaron que dejaran de utilizar después de 6 meses y que no están seguro de en qué período de tiempo lo cambiarían (otro período), de forma respectiva.

Figura 2.

Cambios en los hábitos en la utilización de servicios de empresas de delivery (que entregan encomiendas/paquetería/productos), tras levantamiento de confinamiento debido a la pandemia de Covid-19. (En porcentaje (%)).

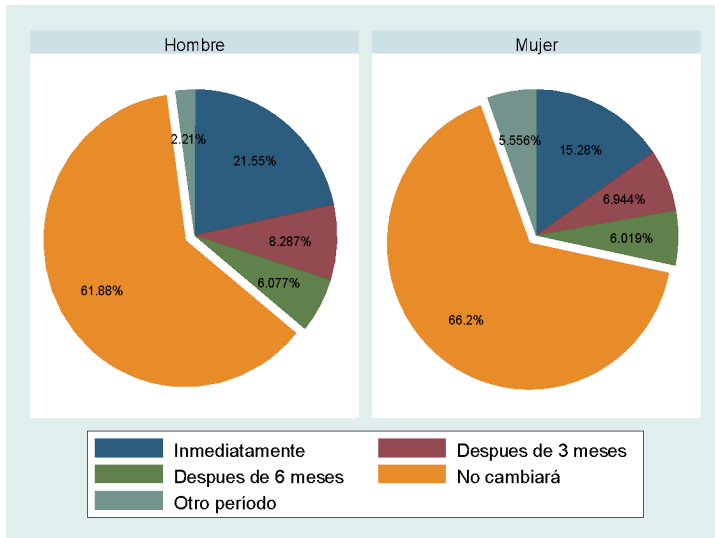


Cuando consideramos esta misma pregunta según el enfoque de género del informante, los resultados muestran una diferencia significativa entre dos opciones tal como se puede apreciar en la Figura 3. En efecto, para los hombres, el 61.88% señalaron que no cambiarán el hábito de usar los servicios de estas empresas inmediatamente después del levantamiento del confinamiento, mientras que para las mujeres esta proporción fue de 66.20%, también se puede apreciar que para los hombres el 21.55% de los entrevistados reportaron que dejarán de usar estos tipos de servicios inmediatamente, mientras que para las mujeres la proporción para esta opción es del 15.28%.

Al relacionar las dos preguntas anteriores y sus respectivas respuestas en una tabla cruzada (Tabla 1) por un lado, podemos apreciar que de las personas que respondieron que “Si” necesitaron los servicios de entrega de encomiendas/paquetería/productos (72.98%) durante la pandemia de Covid-19, un 70.59% de ellos indicaron que no tienen previsto cambiar los hábitos (opción 4 de las columnas de la tabla) de demandar estos servicios (So) que han utilizado durante la pandemia, una vez que las medidas de confinamiento sean levantadas (Sf).

Figura 3.

Cambios en el hábito de la utilización de servicios de empresas de delivery (que entregan encomiendas/paquetería/productos), tras levantamiento el confinamiento debido a la pandemia de Covid-19. (En porcentaje (%). Según género (Hombre y Mujer).



Asimismo, un 13.15% de los informantes señalaron que dejaran de usar estos servicios inmediatamente después del levantamiento del confinamiento (opción 1 de las columnas de la tabla), un 7.96% expresaron que lo dejaran de usar después de 3 meses (opción 2 de las columnas de la tabla), un 6.57% respondieron que dejaran sus hábitos de pagos electrónicos para estos productos después de 6 meses (opción 3), mientras que apenas 1.73% expresaron que lo dejaran de usar en otro período (opción 5).

Por otro lado, aquellos informantes que respondieron que “No” necesitaron de servicios de empresas que entregan encomiendas/paquetería/productos (27.02%) durante la pandemia, un 46.73% coincidió, además, que no cambiarán los hábitos en este ámbito de consumo (opción 4), un 31.78% de los mismos señalaron que cambiaran sus hábitos con relación a este servicio inmediatamente después del levantamiento de las medidas de confinamiento (opción 1), un 10.28% no están seguro en qué período cambiaran sus hábitos sobre este tipo de servicio (otro período), un 6.54% indicaron que dejaran este hábitos después de 3 meses (opción2), mientras que un 4.67% reportaron que lo dejaran después de 6 meses (opción 3).

Según la prueba de Chi2, a un nivel de confianza del 95%, se rechaza la hipótesis nula de independencia entre las variables, por lo que se puede decir que las variables están relacionadas. En este sentido, según la muestra disponible durante el periodo de estudio, existen indicios que señalan que los hábitos adquiridos con relación a la necesidad (o no) de utilizar los servicios de empresas que entregan encomiendas/paquetería/productos durante

el confinamiento por la pandemia de Covid-19 están relacionados con las percepciones a futuro de los consumidores con respecto a sus hábitos de utilizar este tipo de servicios una vez que se levanten las medidas de confinamiento debido a la pandemia, validando así, estadísticamente, los resultados reportados anteriormente.

Tabla 1.

Informantes necesitaron de servicios de empresas que entregan encomiendas/paquetería/productos (So) e Informantes que una vez levantado el confinamiento dejaran de usar este tipo de servicios de encomienda (Sf). En porcentaje (%)

So	Sf*					Total
	1	2	3	4	5	
Si	13.15	7.96	6.57	70.59	1.73	100.00
No	31.78	6.54	4.67	46.73	10.28	100.00
Total	18.18	7.58	6.06	64.14	4.04	100.00

Nota. * Pearson $\chi^2(4) = 36.634$ Pr = 0.000; So: se refiere a la situación durante el confinamiento por la pandemia, Sf: se refiere a la situación futura después del levantamiento del confinamiento. Leyenda de las columnas del cuadro: 1: Inmediatamente, 2: Después de 3 meses, 3: Después de 6 meses, 4: No cambiará, 5: Otro período

Necesidad del servicio de empresas de entrega de alimentos preparados (So)

Según los resultados disponibles el 65.99% de los entrevistados expresaron que necesitaron el servicio de empresas que entregan alimentos preparados desde que comenzó el confinamiento por la pandemia de Covid-19, mientras que el 34.01% de los entrevistados restantes manifestaron que no necesitaron este tipo de servicio. Estas proporciones resultaron estadísticamente significativas al 95% de confianza según la prueba de proporción de una muestra.

Desde el enfoque de género, es importante señalar, que no se rechaza la hipótesis nula al 95% de confianza de que la proporción de los entrevistados que reportaron que “Si” necesitaron, efectivamente, este tipo de servicio de entrega de encomiendas durante la pandemia no son, estadísticamente, diferentes entre hombres (70.16%) y mujeres (62.50%), según el test de proporciones de dos muestras. Es decir, estas proporciones entre hombres y mujeres no son estadísticamente diferentes, por lo que se pueden tomar como iguales, de forma estadística.

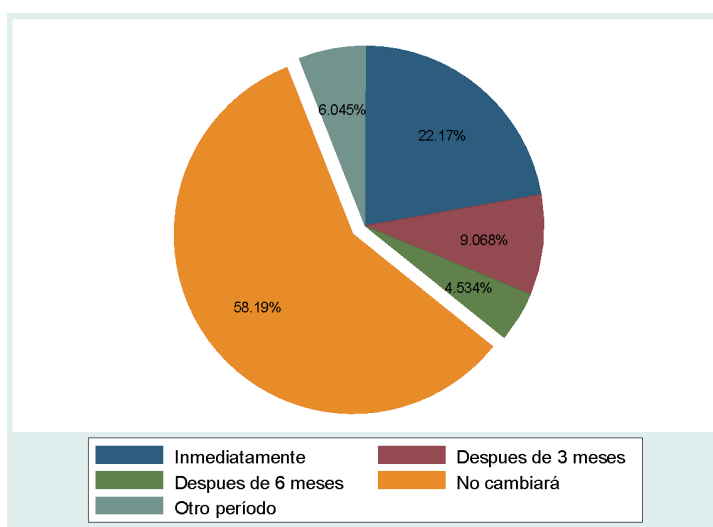
Servicio de entrega de alimentos preparados tras el levantamiento del confinamiento

Cuando se les consultó a los mismos informantes si ha futuro una vez que se hayan levantado las medidas de confinamiento debido a la pandemia de Covid-19 dejarían de usar el servicio de entrega de entrega de alimentos preparados en casa, éstos manifestaron, tal como se puede apreciar en la Figura 4 lo siguiente:

- El 58.19% indicaron que no cambiarán sus hábitos de usar el servicio de entrega de alimentos preparados a domicilio;
- un 22.17% de los entrevistados señalaron que inmediatamente dejarán de usar estos servicios;
- un 9.07% manifestaron que lo dejarán de usar al pasar 3 meses; y
- un 6.05% y un 4.53% reportaron que no están seguros de en qué período de tiempo lo cambiarían (otro período) y que dejarán de utilizar este tipo de servicio después de 6 meses, respectivamente.

Figura 4.

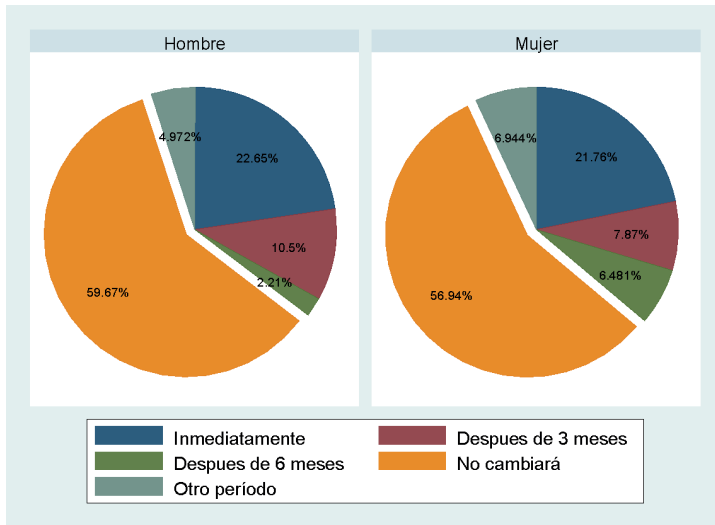
Cambios en los hábitos en la utilización de servicios de empresas que entregan alimentos preparados a domicilio, una vez levantado el confinamiento debido a la pandemia de Covid-19. (En porcentaje (%)).



Cuando consideramos esta misma pregunta según el enfoque de género del informante, los resultados muestran una diferencia significativa entre dos opciones tal como se puede apreciar en la Figura 5. En efecto, para los hombres, el 59.67% señalaron que no cambiarán el hábito de usar los servicios de empresas de entrega de alimentos preparados en casa inmediatamente después del levantamiento del confinamiento, mientras que para las mujeres esta proporción fue de 56.94%, también se puede apreciar que para los hombres el 2.21% de los entrevistados reportaron que dejarán de usar estos tipos de servicios después de 6 meses, mientras que para las mujeres la proporción para esta opción es del 6.48%.

Figura 5.

Cambios en los hábitos en la utilización de servicios de empresas que entregan alimentos preparados a domicilio, una vez levantado el confinamiento debido a la pandemia de Covid-19. (En porcentaje (%)). Según género (Hombre y Mujer).



Al realizar una comparación cruzada de las dos preguntas anteriores (quinto par de preguntas relacionadas) y sus respectivas respuestas en una tabla cruzada (tabla 2) por un lado, podemos apreciar que, de las personas que respondieron que “Si” necesitaron los servicios de entrega de alimentos preparados a domicilio (65.99%) durante la pandemia de Covid-19, un 66.03% de ellos indicaron que no tienen previsto cambiar los hábitos (opción 4 de las columnas de la tabla) de demandar estos servicios (So) que han utilizado durante la pandemia, una vez que las medidas de confinamiento sean levantadas (Sf).

Asimismo, un 14.89% de los informantes señalaron que dejaran de usar estos servicios inmediatamente después del levantamiento del confinamiento (opción 1 de las columnas de la tabla), un 10.31% expresaron que lo dejaran de usar después de 3 meses (opción 2 de las columnas de la tabla), un 6.11% respondieron que dejaran sus hábitos de pagos electrónicos para estos productos después de 6 meses (opción 3), mientras que apenas 2.67% expresaron que lo dejaran de usar en otro período (opción 5).

Por otro lado, aquellos informantes que respondieron que “No” necesitaron de servicios de empresas que entregan encomiendas/paquetería/productos (34.01%) durante la pandemia, un 42.96% coincidió, además, que no cambiarán los hábitos en este ámbito de consumo (opción 4), un 36.30% de los mismos señalaron que cambiaran sus hábitos con relación a este servicio inmediatamente después del levantamiento de las medidas de confinamiento (opción 1), un 12.59% no están seguro en qué período cambiaran sus hábitos sobre este tipo de servicio (otro período), un 6.67% indicaron que dejaran este hábitos después de 3 meses (opción2), mientras que un 1.48% reportaron que lo dejaran después de 6 meses (opción 3).

Según la prueba de Chi2, a un nivel de confianza del 95%, se rechaza la hipótesis nula de independencia entre las variables, por lo que se puede decir que las variables están relacionadas. En este sentido, según la muestra disponible durante el periodo de estudio, existen indicios que señalan que los hábitos adquiridos con relación a la necesidad (o no) de utilizar los servicios de empresas que entregan alimentos preparados a domicilio durante el confinamiento por la pandemia de Covid-19 están relacionados con las percepciones a futuro de los consumidores con respecto a sus hábitos de utilizar este tipo de servicios una vez que se levanten las medidas de confinamiento debido a la pandemia, validando así, estadísticamente, los resultados reportados anteriormente.

Tabla 2.

Informantes necesitaron de servicios de empresas que entregan alimentos preparados a domicilio (So) e Informantes que una vez levantado el confinamiento dejaran de usar este tipo de servicios (Sf). En porcentaje (%)

So	Sf					Total
	1	2	3	4	5	
Si	14.89	10.31	6.11	66.03	2.67	100.00
No	36.30	6.67	1.48	42.96	12.59	100.00
Total	22.17	9.07	4.53	58.19	6.05	100.00

Nota. * Pearson chi2(4) = 36.634 Pr = 0.000; So: se refiere a la situación durante el confinamiento por la pandemia, Sf: se refiere a la situación futura después del levantamiento del confinamiento. Leyenda de las columnas del cuadro: 1: Inmediatamente, 2: Después de 3 meses, 3: Después de 6 meses, 4: No cambiará, 5: Otro período

DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

El presente trabajo llevado a cabo en la provincia de El Oro ilustra que los servicios de entrega a domicilio o “delivery” se han convertido en una tendencia significativa desde el inicio de la pandemia del Covid-19, aproximadamente dos años atrás. Este fenómeno se prevé que continuará con un fuerte impulso de crecimiento, proyectándose un crecimiento del 53,12% para 2025 según Statista. Antes de las condiciones de confinamiento impuestas, los servicios de entrega a domicilio representaban un modelo de servicio poco atractivo para el mercado (Weller, 2020). Sin embargo, las restricciones impuestas, como toques de queda, limitaciones de salida basadas en la identificación personal y el miedo a contraer el virus, incentivaron a los individuos a convertirse en los principales usuarios de la entrega a domicilio (Becerra et al., 2022).

Las empresas, particularmente los restaurantes, se vieron forzadas a cerrar sus puertas al público debido a ser potenciales focos de contagio. Para poder mantenerse a flote y evitar el cierre definitivo, estas empresas recurrieron a los servicios de delivery para proporcionar sus productos a los clientes a través de diversas plataformas (Becker et al., 2020). Tanto las personas individuales como las empresas se han convertido en los

principales consumidores de estos servicios. Negocios como supermercados y farmacias, considerados de primera necesidad, tuvieron la ventaja de no cerrar al público, por lo tanto, no recurrieron tanto a los servicios de entrega a domicilio como lo hicieron los restaurantes (Campines, 2023). A pesar del levantamiento de la mayoría de las medidas de confinamiento, el servicio de delivery ha demostrado ser un modelo de negocio perdurable (Weller, 2020).

El incremento en la demanda de servicios de entrega a domicilio en la provincia de El Oro se ve respaldado por la afluencia de clientes que utilizan estos servicios diariamente. Según la información obtenida de los encuestados, aproximadamente el 80% de ellos atienden entre 10 a 20 clientes al día, lo que se traduce en una estimación de 180 a 290 clientes reales diarios en todo el sector, siendo las horas de la mañana las más activas. Es importante destacar que el alcance y éxito de los servicios de entrega a domicilio se debe, en gran medida, al apoyo de las plataformas digitales y redes sociales para promocionar sus servicios, darse a conocer y fortalecer su marca (Becerra et al., 2022).

En una era digital donde la mayoría de la información se difunde a través de internet, Instagram se ha revelado como la red social con mayor alcance entre la población. Por eso, el 90% de los servicios de delivery han optado por esta plataforma para promocionarse. Además de utilizar las redes sociales y plataformas digitales para promoción, los servicios de delivery también las han empleado como medio de comunicación con los clientes. Aunque Instagram es la red social más utilizada para promoción, el medio de contacto preferido por los clientes es la aplicación de mensajería WhatsApp, como lo indica el 85% de los encuestados. Esto puede atribuirse a la practicidad de esta aplicación, en comparación con la mensajería directa de Instagram.

La evidencia sugiere que los hábitos de consumo adquiridos durante el confinamiento en relación con los servicios de entrega a domicilio están asociados con las expectativas futuras de los consumidores en cuanto a la utilización de estos (González et al., 2020; Tejero, 2021; Caldart et al., 2021; CEPAL y Konrad Adenauer Stiftung, 2021). Como resultado del escenario emergente propiciado por la pandemia, tanto las empresas como los individuos y las familias han aumentado su dependencia de los servicios de entrega a domicilio.

Por último, los resultados indican que el servicio de entrega a domicilio se ha convertido en una parte integral de la vida cotidiana para muchos residentes de El Oro. Aunque hay indicaciones de que algunos encuestados dejarían de utilizar el servicio de entrega después del levantamiento de las medidas de confinamiento, la mayoría indica que continuaría utilizando el servicio. Estos resultados sugieren que las empresas de entrega a domicilio deberán continuar adaptándose y mejorando sus servicios para retener a los clientes y atraer a nuevos usuarios en el futuro.

AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Propuestas de mejora de la competitividad empresarial de la pyme de la provincia de El Oro”, proyecto que está adscrito a la carrera de Administración de Empresas de la UMET, Sede Machala; y a la Red FAEDPYME.

REFERENCIAS

Adriaanse, M., Verhoeven, A. (2018). Breaking Habits Using Implementation Intentions. In: Verplanken, B. (Eds) *The Psychology of Habit*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97529-0_10

Becerra, E., Calle, O., Astudillo, P., & Ojeda, R. (2022). El servicio delivery, como tendencia microempresarial, ante la emergencia sanitaria por el COVID-19, en la ciudad de Cuenca. *Visionario Digital*, 6(1), 89-112. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v6i1.2076>

Becker, S., Haas, S., Kuehl, E., Marcos, I., y Venkataraman, K. (2020). *Las perspectivas del sector de restauración en tiempos de coronavirus*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/delivering-when-it-matters-quick-service-restaurants-in-coronavirus-times/es-ES>

Caldart, A., Gifra, J., & Akhmedova, A. (2021). *La crisis de la COVID-19 en el sector de alimentación y bebidas. Impacto y futuro*. IESE Business School, University of Navarra. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0608>

Campines, F. (2023). Servicio delivery como vínculo del canal de distribución de productos durante la pandemia del covid-19. *Revista Colegiada de Ciencia*, 4(2), 38-48. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/334/3343935004/>

CEPAL & Konrad Adenauer Stiftung (2021). *Recuperación económica tras la pandemia COVID-19: empoderar a América Latina y el Caribe para un mejor aprovechamiento del comercio electrónico y digital*. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47308/1/S2100678_es.pdf

González, M., Maldonado, J., Guerrero, P., Armijos, A., Ulloa, P., & Guzmán, D. (2021). *El consumidor frente a la coyuntura de la COVID-19: enfoque en los cambios en los hábitos de consumo*. Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11377>

Kruglanski, A. & Szumowska, E. (2020). Habitual behavior is goal-driven. *Perspectives on Psychological Science*, 15(5), 1256-1271. <https://doi.org/10.1177/1745691620917676>

Mazar, A. y Wood, W. (2021). Illusory Feelings, Elusive Habits: Explanations of Behavior Overlook Habits. *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/ug86s>

Orbell, S., & Alison Phillips, L. (2019). Automatic processes and self-regulation of illness. *Health Psychology Review*, 13(4), 378-405. <https://doi.org/10.1080/17437199.2018.1503559>

Tejero, E. (2021). *El consumidor en la nueva realidad. Hábitos de compra en el sector de la alimentación tras el impacto de la COVID-19*. [Tesis de Pregrado, Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/52258>

Udall, A. M., De Groot, J. I., De Jong, S. B., & Shankar, A. (2021). How I see me—A meta-analysis investigating the association between identities and pro-environmental behaviour. *Frontiers in psychology*, 12, 582421. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.582421>

Weller, J. (2020). *La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales, Documentos de Proyectos*. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387_es.pdf

White, K., Habib, R., & Hardisty, D. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22–49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>

Wolf, L. J., Haddock, G., Manstead, A. S., & Maio, G. R. (2020). The importance of (shared) human values for containing the COVID-19 pandemic. *British Journal of Social Psychology*, 59(3), 618-627. <https://doi.org/10.1111/bjso.12401>

Wood, W., & Rünger, D. (2016). Psychology of habit. *Annual review of psychology*, 67, 289-314. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033417>

MARCO DE EVALUACIÓN PARA MEDIR EL IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL PARA EL EMPRENDEDOR

Data de aceite: 01/11/2023

Mario Chica-Silva

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0001-7314-6375>

Yelena Vega-Jaramillo

Universidad Técnica de Machala
Machala, Ecuador
<http://orcid.org/0000-0003-3827-4317>

Osvaldo García- Salgado

Universidad Autónoma del Estado de
México
Toluca, México
<https://orcid.org/0000-0002-8584-1006>

RESUMEN: El presente artículo revisa la literatura sobre la evaluación del impacto social y ambiental y presenta una base teórica para entender los modelos más representativos utilizados en la actualidad. El estudio resalta la importancia de considerar aspectos relevantes como el análisis de stakeholders, la identificación de impactos y la evaluación de la sostenibilidad del modelo de negocio para medir el impacto social y ambiental. Se describen los modelos de evaluación más utilizados, incluyendo el modelo de evaluación de impacto ambiental,

el modelo de triple resultado y el marco de evaluación de sostenibilidad. El modelo propuesto en el artículo se divide en tres etapas, que implican describir el impacto social y ambiental del emprendimiento, evaluar la sostenibilidad del modelo de negocio y enfocarse en identificar los beneficios sociales y ambientales. Se presentan ejemplos de la aplicación del modelo en varios casos, resaltando la importancia de considerar los impactos sociales y ambientales en la toma de decisiones empresariales. Se concluye que la evaluación del impacto social y ambiental es crucial para implementar modelos de negocio sostenibles y responsables, y que el modelo propuesto puede ser una herramienta útil para empresas y emprendimientos que buscan integrar estos aspectos en su estrategia empresarial.

PALABRAS-CLAVE: impacto social y ambiental, evaluación de impacto, modelos de evaluación, sostenibilidad empresarial

FRAMEWORK FOR EVALUATING SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACT FOR ENTREPRENEURS

ABSTRACT: This paper reviews the literature on the evaluation of social

and environmental impact and presents a theoretical basis for understanding the most representative models currently used. The study highlights the importance of considering relevant aspects such as stakeholder analysis, impact identification, and evaluation of the sustainability of the business model to measure social and environmental impact. The most commonly used evaluation models are described, including the environmental impact assessment model, the triple bottom line model, and the sustainability assessment framework. The proposed model in the article is divided into three stages, which involve describing the social and environmental impact of the enterprise, evaluating the sustainability of the business model, and focusing on identifying the social and environmental benefits. Examples of the model's application in various cases are presented, highlighting the importance of considering social and environmental impacts in business decision-making. It is concluded that the evaluation of social and environmental impact is crucial for implementing sustainable and responsible business models, and that the proposed model can be a useful tool for companies and enterprises seeking to integrate these aspects into their business strategy.

KEYWORDS: social and environment impact, impact evaluation, evaluation models, business sustainability

JEL: O12-O15-O16

INTRODUCCIÓN

El impacto social y ambiental de un emprendimiento se refiere a los efectos que su actividad económica tiene en la sociedad y en el medio ambiente. En términos generales, se busca que el impacto social sea positivo, es decir, que contribuya al desarrollo social y económico de la comunidad en la que se desenvuelve. En cuanto al impacto ambiental, se busca que sea mínimo y que la actividad económica no produzca daños significativos al medio ambiente.

Para evaluar el impacto social de un emprendimiento, se pueden considerar diversos indicadores. Por ejemplo, el número de empleos creados, el nivel de ingresos y el impacto en la economía local (Kritikos, 2014). Un emprendimiento puede tener un impacto social positivo si logra generar empleo y contribuir al desarrollo económico de la comunidad. En cuanto al impacto ambiental, se pueden considerar aspectos como el consumo de energía, el uso de recursos naturales, la emisión de gases de efecto invernadero y la generación de residuos (Söderholm, 2014). Por ejemplo, un emprendimiento que utilice energías renovables o que cuente con prácticas de eficiencia energética puede tener un impacto ambiental positivo al reducir su huella de carbono y contribuir a la transición a una economía baja en carbono.

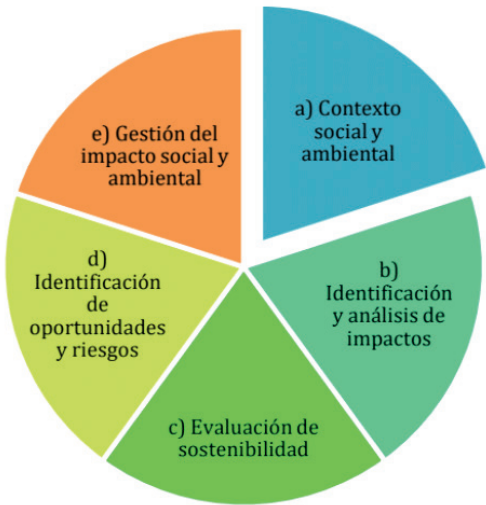
Un caso concreto de impacto social y ambiental es el caso de una empresa de producción de alimentos orgánicos en una zona rural. Esta empresa puede tener un impacto social positivo al generar empleo en la comunidad y mejorar los ingresos de los agricultores locales que le proveen de materias primas. Asimismo, puede contribuir al

desarrollo económico de la región al aumentar el comercio local. En cuanto al impacto ambiental, la empresa puede reducir el uso de pesticidas y fertilizantes químicos al utilizar prácticas de agricultura orgánica, lo que contribuye a la conservación de los recursos naturales. Además, al reducir el uso de químicos, se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a la producción de los mismos.

Base teórica y conceptual

La evaluación de impacto social y ambiental (EISA), se refiere al proceso de identificación, medición, análisis y gestión de los impactos sociales y ambientales de una actividad económica, un proyecto o un emprendimiento en una determinada comunidad o entorno (POYRY, 2021; Valdivia, 2021). Esta evaluación se realiza con el objetivo de prevenir, mitigar o compensar los efectos negativos, y potenciar los beneficios para la sociedad y el medio ambiente (Perevochtchikova, 2013).

Figura 1.
Elementos dentro del marco conceptual de la EISA



La EISA se apoya en un conjunto de principios, métodos y herramientas que posibilitan la evaluación integral de los impactos que un proyecto o actividad puede tener en el entorno social y ambiental (Moreno, et al., 2019). Algunos de los principales elementos del marco conceptual de la EISA, se presentan en Figura 1.

- a. **Contexto social y ambiental:** se debe considerar el contexto social y ambiental en el que se desarrolla el proyecto o actividad, incluyendo la identificación de los grupos sociales afectados, sus necesidades y expectativas, así como

las características ambientales y culturales de la zona de influencia (Romo y González, 2018).

- b. Identificación y análisis de impactos:** se debe identificar los impactos sociales y ambientales potenciales del proyecto o actividad, así como su magnitud, probabilidad, duración y reversibilidad. Para ello se pueden utilizar diversas herramientas y métodos, como el análisis de ciclo de vida, la matriz de impacto ambiental, entre otros (Sapag, et al., 2014).
- c. Evaluación de sostenibilidad:** también debe evaluar la sostenibilidad del modelo de negocio o actividad, considerando aspectos económicos, sociales y ambientales. La evaluación de sostenibilidad puede incluir la evaluación de la huella de carbono, la evaluación de la eficiencia de uso de recursos, entre otros indicadores (Fraga, 2017).
- d. Identificación de oportunidades y riesgos:** hay que identificar oportunidades y riesgos relacionados con la sostenibilidad para maximizar los beneficios y minimizar los impactos negativos (Pérez, et al., 2016).
- e. Gestión del impacto social y ambiental:** requiere incluir la definición de medidas y acciones de gestión del impacto social y ambiental, que permitan prevenir, mitigar o compensar los impactos negativos, y maximizar los beneficios sociales y ambientales (Abramovay et al., 2013).

Por lo tanto, la EISA, es un proceso clave para garantizar la sostenibilidad de las actividades económicas y proyectos, ya que permite identificar los impactos sociales y ambientales y definir medidas de gestión para prevenir y mitigar los impactos negativos, así como potenciar los beneficios para la sociedad y el medio ambiente (Del Valle, 2017).

La EISA, es relevante para los emprendedores por varias razones. Mthembu y Barnard (2019), indican que en primer lugar, permite a los emprendedores comprender el impacto que su negocio tiene en la sociedad y el medio ambiente, lo que les ayuda a tomar decisiones responsables en relación con su modelo de negocio.

En segundo lugar, la EISA puede ayudar a los emprendedores a identificar oportunidades para mejorar la sostenibilidad de sus negocios y maximizar el impacto positivo que éstos pueden tener en su comunidad. Además, la EISA puede ayudar a los emprendedores a demostrar a los inversores, a los clientes y a otras partes interesadas que su negocio es responsable y sostenible, lo que puede ser un factor importante para el éxito a largo plazo de la empresa.

Tabla 1.
Modelos de EISA

Modelo	Descripción	Autor	Título
SROI (Social Return on Investment)	Modelo que cuantifica los impactos sociales y ambientales en términos monetarios para evaluar la efectividad de un proyecto o programa.	Nicholls, et al. (2017)	A guide to social return on investment
LCA (Life Cycle Assessment)	Modelo que evalúa el impacto ambiental de un producto o servicio a lo largo de todo su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta el final de su vida útil.	Lee & Inaba (2004)	Life cycle assessment, best practices of ISO 14040 series
GRI (Global Reporting Initiative)	Modelo que establece un marco para la presentación de informes sobre el desempeño social, ambiental y económico de una organización.	Global Reporting Initiative (2016)	Sustainability Reporting Guidelines
EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)	Modelo de gestión ambiental voluntario que establece un sistema de auditoría y verificación del desempeño ambiental de una organización.	Camilleri (2015)	Eco-Management and Audit Scheme EMAS
SEEA (Sistema de Contabilidad Ambiental y Económica Integrada)	Modelo que integra información ambiental y económica para evaluar el impacto de la actividad económica en el medio ambiente y la sociedad.	Organización de las Naciones Unidas (2014)	System of Environmental-Economic Accounting 2012: Central Framework
The Natural Step Framework	Un marco para ayudar a las organizaciones a comprender cómo se relacionan sus actividades con los sistemas naturales y sociales, y cómo pueden trabajar para reducir su impacto ambiental y mejorar su desempeño social.	Cook (2004)	The Natural Step towards a sustainable society
Environmental and Social Impact Assessment (ESIA)	Un marco para evaluar los impactos ambientales y sociales de un proyecto o iniciativa, con el objetivo de identificar y mitigar los impactos negativos y mejorar los impactos positivos.	Giang (2019)	Environmental and Social Impact Assessment (ESIA)
Impact Management Project (IMP)	Un marco para ayudar a las organizaciones a diseñar, medir y gestionar el impacto social y ambiental de sus actividades.	Bass et al., (2020)	The state of impact measurement & magement

En términos teóricos, la EISA se basa en la idea de que las empresas tienen una responsabilidad social y ambiental en relación con las comunidades en las que operan y el medio ambiente en el que se desarrollan. Esto se conoce como responsabilidad social empresarial (RSE), y sostenibilidad. La EISA se utiliza para evaluar la capacidad de una empresa para cumplir con estas responsabilidades y determinar cómo puede mejorar su desempeño social y ambiental, los principales modelos para este propósito se muestra en la Tabla 1. Esto se logra mediante la identificación y evaluación de los impactos sociales y ambientales de las actividades de la empresa, así como mediante la identificación de oportunidades para mejorar su desempeño social y ambiental.

Por lo anterior, la EISA es una herramienta importante para los emprendedores que buscan crear y mantener un negocio sostenible y responsable. Al entender los impactos sociales y ambientales de su negocio, los emprendedores pueden tomar decisiones responsables para mejorar su desempeño empresarial y maximizar su impacto positivo en la sociedad y el ambiente.

Modelo propuesto para la EISA

El modelo propuesto para la EISA considera diferentes aspectos como: a) la descripción del impacto social y ambiental del emprendimiento, b) la evaluación de la sostenibilidad del negocio, y c) la identificación de los beneficios sociales y ambientales del modelo de negocio. El detalle de los elementos analizados se los muestra en la Tabla 2.

Tabla 2.
Elementos de estudio de impacto social y ambiental

Elemento	Autor	Título	Idea principal
Descripción del impacto social y ambiental del emprendimiento	Elkington, J. (1996)	Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business	Los negocios deben considerar no solo su impacto económico, sino también su impacto social y ambiental.
	Elkington, J. (2013)	Enter the triple bottom line." <i>The triple bottom line: Does it all add up?</i>	el TBL es una forma de equilibrar la búsqueda de beneficios económicos con la responsabilidad social y ambiental, y que su adopción puede ser beneficiosa tanto para las empresas como para la sociedad en general.
Evaluación de la sostenibilidad del modelo de negocio	Porter, M.E. y Kramer, M.R. (2011)	Creating Shared Value	La sostenibilidad no es solo una responsabilidad social, sino que también puede mejorar la competitividad de una empresa.
	Wieland, J. (2017)	Shared value-theoretical implications, practical challenges	las empresas deben dejar de ver la responsabilidad social y ambiental como un costo y un deber moral, y en su lugar deben adoptar un enfoque de "valor compartido" que les permita crear una ventaja competitiva a través de la innovación en productos, procesos y modelos de negocio.
Identificación de los beneficios sociales y ambientales del modelo de negocio	Hart, S. y Milstein, M. (2003)	Creating Sustainable Value	Las empresas pueden crear valor económico al mismo tiempo que mejoran la calidad de vida de las personas y protegen el medio ambiente.

A continuación, se describe cada aspecto que se propone debe incluir este estudio:

- a. **La descripción del impacto social y ambiental del emprendimiento:** En este apartado se debe describir detalladamente cómo el emprendimiento está gene-

rando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Se pueden incluir cifras, datos y ejemplos concretos para respaldar la descripción. Además, es importante destacar cuál es la misión social o ambiental de la empresa y cómo ésta se está cumpliendo en la práctica.

- b. **Evaluación de la sostenibilidad del modelo de negocio:** En este apartado se debe evaluar la sostenibilidad del modelo de negocio del emprendimiento, es decir, su capacidad para mantenerse a largo plazo y ser rentable al mismo tiempo que genera un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Se pueden incluir diferentes aspectos en la evaluación, como la gestión de recursos, la eficiencia energética, la huella de carbono, entre otros. Es importante destacar cómo el modelo de negocio es innovador y cómo contribuye a la sostenibilidad de la empresa.
- c. **Identificación de los beneficios sociales y ambientales del modelo de negocio:** En este apartado se deben identificar los beneficios sociales y ambientales del modelo de negocio del emprendimiento, y cómo estos beneficios se traducen en mejoras concretas para la sociedad y el medio ambiente. Se pueden incluir ejemplos concretos de cómo el modelo de negocio está generando impacto positivo, como la creación de empleo para comunidades desfavorecidas, la mejora de la calidad de vida de los consumidores, la reducción de residuos o la conservación de recursos naturales. Además, es importante destacar cómo los beneficios sociales y ambientales están integrados en el modelo de negocio de forma sostenible.

Figura 2.

Elementos de un informe sobre EISA



Aplicación del EISA en diferentes emprendimientos

a) Caso EcoBikes, descripción del impacto social y ambiental

El emprendimiento “EcoBikes” tiene como objetivo promover el uso de bicicletas como medio de transporte sostenible en la ciudad y el uso de materiales amigables con el ambiente. El impacto social y ambiental de este emprendimiento es significativo, ya que contribuye a la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero y la contaminación del aire, además de fomentar la actividad física y la adopción de hábitos de vida saludables en la comunidad.

En términos ambientales, el uso de bicicletas como medio de transporte disminuye la emisión de gases de efecto invernadero, lo que ayuda a combatir el cambio climático y reduce la contaminación del aire. También disminuye la huella de carbono y ayuda a conservar los recursos naturales, ya que no requiere combustible fósil para su funcionamiento.

En cuanto al impacto social, “EcoBikes” promueve un estilo de vida saludable, ya que la actividad física que implica el uso de la bicicleta es una forma efectiva de combatir el sedentarismo y la obesidad. Además, el uso de bicicletas como medio de transporte contribuye a la reducción de la congestión vehicular, lo que mejora la movilidad en la ciudad y reduce los tiempos de traslado.

Figura 3.

Bicicleta ecológica modelo EcoBikes



Nota. Tomado de <https://bicihome.com/bicicletas-de-bambu-una-opcion-diferente/>

Adicionalmente, el emprendimiento tiene un impacto positivo en la economía local, ya que promueve el empleo en el sector del transporte sostenible y fomenta la producción y venta de bicicletas y accesorios relacionados con su uso.

b) Evaluación de la sostenibilidad del modelo de negocio

Se presentan diferentes aspectos de evaluación, como identificación de los recursos utilizados, eficiencia en el uso de esos recursos, análisis de la huella de carbono, identificación de riesgos y oportunidades del emprendimiento.

1. Identificar los recursos utilizados en proceso productivo

Descripción: para emprendimiento dedicado al sector textil, se podría hacer un análisis detallado de los insumos necesarios para producir los artículos, tales como tela, hilos, botones, etc. Además, se deberían considerar los recursos utilizados en el proceso de transporte y distribución de los productos.

Caso: La empresa XYZ produce ropa a partir de diferentes tipos de telas, como algodón, poliéster, seda y lana. Para la producción de estas telas, se requieren diferentes recursos naturales, como agua, tierra, energía y productos químicos. Para la producción de algodón, se necesita una gran cantidad de agua para el riego y se utilizan pesticidas y fertilizantes químicos para proteger las plantas. Además, la producción de algodón a menudo implica la deforestación de bosques para crear espacio para los cultivos.

Para la producción de poliéster, se requiere energía para la fabricación del material, y se utilizan productos químicos tóxicos en el proceso de producción. Además, la producción de poliéster a menudo implica la emisión de gases de efecto invernadero y otros contaminantes atmosféricos. La seda y la lana, por otro lado, son fibras naturales que no requieren el uso de productos químicos tóxicos para su producción. Sin embargo, la producción de seda a menudo implica el sacrificio de gusanos de seda, lo que plantea cuestiones éticas para algunas personas.

Figura 4.

Aplicación en sector textil



Nota. Tomado de <https://concepto.de/industria-textil/>

En general, la producción de ropa de la empresa XYZ tiene un impacto en el medio ambiente, especialmente en términos de uso de recursos naturales y emisiones de contaminantes. Para abordar estos problemas, la empresa está buscando maneras de reducir su huella ambiental, como el uso de materiales más sostenibles y la adopción de prácticas de fabricación más ecológicas.

2. Analizar la eficiencia del uso de recursos

Descripción: para emprendimientos ligados al sector de fabricación de muebles, se podría medir la eficiencia en el uso de recursos en la producción, por ejemplo, mediante la medición de la cantidad de residuos generados por unidad de producto producido, o la cantidad de agua utilizada por unidad de producto producido.

Caso: La empresa XYZ se dedica a la fabricación de muebles de madera utilizando principalmente madera de pino proveniente de bosques certificados. La empresa ha implementado medidas para mejorar la eficiencia en el uso de la madera, como la implementación de un sistema de corte más preciso para minimizar los desperdicios y el reciclaje de los restos de madera para la fabricación de otros productos como leña.

Para analizar la eficiencia del uso de recursos, se llevó a cabo un estudio que consistió en la evaluación de los siguientes aspectos:

- **Consumo de madera:** Se analizó la cantidad de madera utilizada en la producción de los muebles y se comparó con la cantidad de madera que se podría haber utilizado en caso de no haberse implementado medidas de eficiencia en el corte. Se determinó que la empresa ha logrado reducir el consumo de madera en un 15% gracias a la implementación de medidas de eficiencia.
- **Generación de residuos:** Se evaluó la cantidad de residuos generados en el proceso de producción y se comparó con la cantidad de residuos que se hubieran generado en caso de no haberse implementado medidas de reciclaje. Se determinó que la empresa ha logrado reducir la generación de residuos en un 20% gracias a la implementación de medidas de reciclaje.

Figura 5.

Aplicación en sector fabricación de muebles



Nota. Tomado de <https://deco.expob2b.es/es/n-/5689/el-mueble-de-castellon-se-reinventa-y-coge-aire-gracias-a-la-exportacion>

- **Consumo de energía:** Se analizó el consumo de energía en el proceso de producción y se comparó con el consumo de energía que se hubiera generado en caso de no haberse implementado medidas de eficiencia energética. Se determinó que la empresa ha logrado reducir el consumo de energía en un 10% gracias a la implementación de medidas de eficiencia energética.
- **Emisiones de CO2:** Se evaluó la cantidad de emisiones de CO2 generadas en el proceso de producción y se comparó con la cantidad de emisiones que se hubieran generado en caso de no haberse implementado medidas de eficiencia energética. Se determinó que la empresa ha logrado reducir las emisiones de CO2 en un 12% gracias a la implementación de medidas de eficiencia energética.

En conclusión, en este caso hipotético, se puede afirmar que la empresa XYZ ha logrado mejorar la eficiencia en el uso de los recursos naturales y energéticos en su proceso de producción, lo que ha permitido reducir el impacto ambiental y mejorar su sostenibilidad en el largo plazo.

3. Evaluar la huella de carbono de la empresa

Descripción: para emprendimiento ligados al sector textil e implementos deportivos, se podría medir la cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero generadas por la producción y transporte de los artículos de moda. Esto podría hacerse mediante la realización de un análisis de ciclo de vida, que permitiría identificar los puntos críticos del proceso de producción en términos de emisiones.

Caso: La compañía XYZ, es una empresa de ropa y equipamiento para actividades

al aire libre. La empresa realizó una evaluación completa de su huella de carbono en el año 2021 y ha estado trabajando activamente para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero desde entonces.

Figura 5.

Aplicación en el sector textil e implementos deportivos



Nota. Tomado de <https://www.forbes.com.mx/la-moda-post-covid/>

En su informe de impacto ambiental, XYZ reveló que sus emisiones de dióxido de carbono equivalente (CO₂e) para el año 2021 fueron de aproximadamente 10.000 toneladas métricas. La mayoría de las emisiones de la empresa provienen de la producción y transporte de sus productos, incluyendo la energía utilizada en las fábricas y en la producción de materiales como el poliéster. También se identificaron las emisiones generadas por el transporte de productos a minoristas y clientes.

A partir de esa evaluación, XYZ se comprometió a reducir sus emisiones de CO₂e en un 15% para 2023 y en un 30% para 2025. La empresa ha tomado varias medidas para lograr estos objetivos, incluyendo la transición a fuentes de energía renovable en sus instalaciones y el uso de materiales más sostenibles y de menor impacto ambiental en la producción de sus productos. Además, la compañía ha implementado iniciativas para reducir la huella de carbono de sus envíos y ha trabajado para fomentar el transporte en bicicleta y el uso del transporte público entre sus empleados.

La evaluación de la huella de carbono de XYZ no solo ha ayudado a la empresa a identificar áreas para mejorar en términos de sostenibilidad, sino que también ha permitido a la empresa comunicar de manera más efectiva su compromiso con la responsabilidad social y ambiental.

Aplicación de Análisis del ciclo de vida para botella plástica

Con respecto al análisis del ciclo de vida de un producto, hay que precisar que es una herramienta útil para evaluar el impacto ambiental de un producto a lo largo de su vida útil, desde la extracción de materias primas hasta el fin de su vida útil.

Supongamos que queremos realizar un análisis del ciclo de vida de una botella de plástico. El primer paso sería identificar todas las etapas del ciclo de vida del producto. En este caso, podríamos identificar las siguientes etapas, según la Tabla 3.

Figura 6.
Ciclo de vida de botellas plásticas



Nota. Tomado de <https://www.forbes.com.ec/tags/verde-t2821>

Tabla 3.
Análisis del ciclo de vida para botella plástica

Etapas	Descripción
Extracción y procesamiento de materias primas	en este caso, se utilizaría petróleo como materia prima para la producción de plástico
Producción de la botella	durante esta etapa, se moldearía el plástico para formar la botella.
Distribución y venta	durante esta etapa, la botella se envía a los minoristas y luego a los consumidores.
Uso del producto	en este caso, la botella se utilizaría para contener líquidos, como agua o refrescos.
Disposición final	en esta etapa, la botella se desecha, ya sea a través de la eliminación en vertederos, la incineración o el reciclaje.

Una vez identificadas todas las etapas, se puede recopilar información sobre los impactos ambientales asociados con cada una de ellas. Por ejemplo, la extracción de petróleo y la producción de plástico emiten gases de efecto invernadero y pueden causar

contaminación del agua y del aire. El transporte de las botellas también puede contribuir a la huella de carbono del producto. El uso de la botella por parte del consumidor puede generar residuos y contribuir a la contaminación.

Una vez que se han identificado todos los impactos ambientales, se puede utilizar esa información para identificar áreas en las que se pueden hacer mejoras para reducir el impacto ambiental del producto. Por ejemplo, se pueden utilizar materiales más sostenibles en la producción de la botella o se puede reducir el uso de envases en general. Por lo cual, el análisis del ciclo de vida de un producto es una herramienta útil para evaluar el impacto ambiental de un producto a lo largo de su vida útil y para identificar áreas en las que se pueden hacer mejoras para reducir ese impacto.

4. Identificar los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad

Descripción: para un emprendimiento relacionado con la producción de alimentos orgánicos, se podría hacer una evaluación de los riesgos ambientales y sociales asociados al modelo de negocio de la empresa, como, por ejemplo, la exposición a cambios en los precios de los recursos naturales o la posibilidad de que se produzcan desastres naturales que afecten la producción. Por otro lado, se podrían identificar oportunidades de mejora, como, por ejemplo, la posibilidad de utilizar materiales más sostenibles o de reducir el consumo de energía.

Caso: Una empresa de alimentos orgánicos realizó un análisis de riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad en su cadena de suministro. Identificó que uno de los mayores riesgos era la disponibilidad de materia prima orgánica, ya que la producción de alimentos orgánicos es más limitada que la producción convencional y los proveedores confiables eran escasos.

Para abordar este riesgo, la empresa decidió invertir en la capacitación y apoyo a pequeños agricultores locales para que pudieran convertirse en proveedores de materia prima orgánica. También establecieron acuerdos a largo plazo con proveedores confiables para garantizar un suministro constante de materia prima de alta calidad.

Además, la empresa identificó una oportunidad para mejorar su impacto ambiental al reducir el desperdicio de alimentos en su proceso de producción. Para abordar esto, implementaron un programa de gestión de residuos que incluyó la donación de alimentos no vendidos a organizaciones benéficas locales.

Figura 7.

Aplicación en el sector de comercialización de alimentos orgánicos



Nota. Tomado de <https://www.acreditacion.gob.ec/produccion-organica-certificada/>

Como resultado, al realizar un análisis de riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad, la empresa pudo identificar y abordar los riesgos más importantes en su cadena de suministro, mientras que también encontró oportunidades para mejorar su impacto ambiental y social. Esto permitió a la empresa mejorar su sostenibilidad general y generar un impacto más positivo en la sociedad y el medio ambiente.

c) Identificación de los beneficios sociales y ambientales del modelo de negocios

La empresa Unilever, es una compañía que ha adoptado una estrategia de “vida sostenible” que se enfoca en mejorar la calidad de vida de las personas a través de su modelo de negocio y sus productos. Unilever se ha comprometido a mejorar la vida de mil millones de personas para el año 2025 a través de sus productos y su modelo de negocio. La compañía ha creado una serie de iniciativas que tienen como objetivo mejorar la salud, el bienestar y la calidad de vida de las personas.

De esta manera, Unilever ha lanzado el programa “Clean Drinking Water”, que tiene como objetivo proporcionar acceso a agua potable a comunidades que carecen de ella. Además, la compañía ha lanzado el programa “Shakti”, que busca empoderar a mujeres de bajos ingresos en zonas rurales, brindándoles la oportunidad de convertirse en microempresarias y vendedoras de productos Unilever.

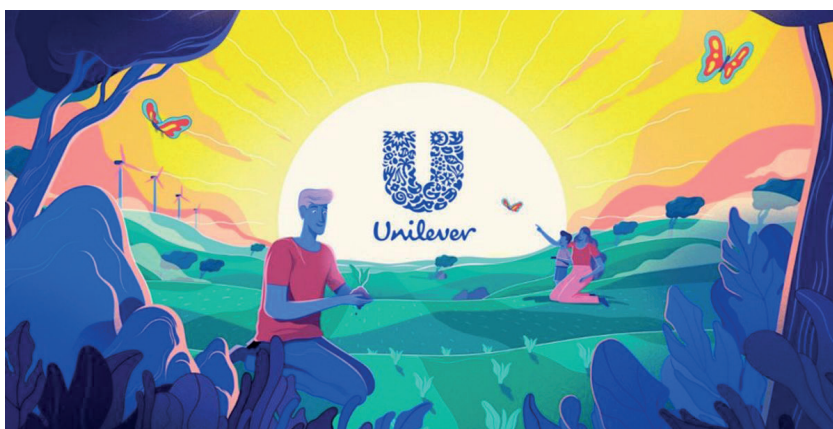
Unilever también se ha comprometido a reducir el impacto ambiental de sus productos y operaciones. La compañía ha establecido objetivos para reducir el consumo de agua y energía, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y reducir la cantidad de residuos que genera.

Este caso, Unilever, es un ejemplo como un actor privado, ha adoptado una estrategia de negocio sostenible que se enfoca en mejorar la calidad de vida de las personas y reducir su impacto ambiental. A través de programas como “Clean Drinking Water” y “Shakti”, la compañía está contribuyendo al bienestar social de las comunidades en las que opera. Además, sus esfuerzos por reducir su huella ambiental demuestran su compromiso con la sostenibilidad a largo plazo.

En general, la evaluación de la sostenibilidad del modelo de negocio debería permitir identificar los impactos ambientales y sociales de la empresa, así como las oportunidades para mejorar la eficiencia en el uso de recursos y la contribución al bienestar social.

Figura 8.

Caso Unilever, estrategia vida sostenible



Nota. Tomado de <https://www.unilever-northlatam.com/news/press-releases/2020/unilever-celebrates-10-years-of-the-sustainable-living-plan/>

Elementos que se podrían incluir en el modelo EISA

Dependiendo de la naturaleza del proyecto, resulta conveniente establecer que el modelo debe adaptarse e incluir elementos que reflejen su identidad particular. A modo de referencia, presentamos algunos aspectos que podrían incorporarse en el EISA según Perevochtchikova (2013):

Tabla 4.

Elementos adicionales a considerar en la EISA

Environmental Impact Assessment and the Importance of Environmental Indicators	
Elemento	Descripción
Participación pública	Involucrar a las partes interesadas, como comunidades locales y grupos de interés, en el proceso de evaluación para incorporar sus perspectivas y preocupaciones.
Evaluación acumulativa	Evaluar cómo los impactos del proyecto se suman a los de otros proyectos existentes o planeados en la misma área geográfica.
Interdisciplinariedad	Considerar diversas disciplinas, como la ecología, la economía, la sociología y la antropología, para una comprensión integral de los efectos.
Monitoreo y seguimiento	Establecer un sistema de seguimiento a largo plazo para evaluar la efectividad de las medidas de mitigación y para identificar impactos no anticipados.
Enfoque preventivo	Identificar riesgos y efectos potenciales antes de que ocurran y diseñar medidas para prevenir problemas futuros.
Transparencia y comunicación	Comunicar clara y transparentemente los hallazgos y resultados de la EISA a todas las partes interesadas.
Consideraciones éticas y de derechos humanos	Evaluar cómo el proyecto puede afectar los derechos y la dignidad de las personas y las comunidades involucradas.
Revisión y actualización	Establecer un proceso para revisar y actualizar la evaluación a medida que se obtenga nueva información o cambien las circunstancias.

CONCLUSIONES

El modelo propuesto para el análisis de impacto social y ambiental de un emprendimiento se logra una evaluación integral que considera tanto los aspectos ambientales como los sociales del negocio. Además, este modelo propone una metodología en tres etapas que permite abordar de manera sistemática la evaluación del impacto social y ambiental, desde la descripción de los impactos hasta la identificación de los beneficios sociales y ambientales del modelo de negocio.

La primera etapa se enfoca en describir los impactos sociales y ambientales que se generan a partir de las actividades del emprendimiento, lo que permite identificar los principales impactos negativos y positivos. En la segunda etapa, se evalúa la sostenibilidad del modelo de negocio, lo que permite identificar si el emprendimiento es viable y sostenible en el largo plazo, tomando en cuenta tanto los aspectos ambientales como sociales. Finalmente, en la tercera etapa se identifican los beneficios sociales y ambientales del modelo de negocio, lo que permite comunicar de manera clara y precisa los impactos positivos que se generan.

Este modelo de análisis de impacto social y ambiental resulta muy útil para los emprendedores y empresas que buscan ser socialmente responsables y contribuir al desarrollo sostenible, ya que les permite medir su impacto real en la sociedad y el medio ambiente y, a partir de ello, tomar acciones concretas para mejorar su desempeño y su contribución a la sociedad.

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos: Este capítulo responde al proyecto de investigación “Determinantes económicos para el mejoramiento competitivo de la cadena logística de los operadores de comercio exterior en la Zona 7 del Ecuador”, de la carrera de Logística y Transporte de la Universidad Metropolitana Sede Machala; y la red FAEDPYME.

REFERENCIAS

- Abramovay, R., Correa, M., Gatica, S., & Van Hoof, B. (2013). *Nuevas empresas, nuevas economías: Empresas B en Sur América*. São Paulo: Fomin. <https://semilleroapacifico.uniandes.edu.co/images/document/emprendimientos/Empresas-B-SURAMERICA-2013.pdf>
- Bass, R., Dithrich, H., Sunderji, S., y Nova, N. (2020). The state of impact measurement & magement (2nd Ed.). https://thegiin.org/assets/GIIN_State%20of%20Impact%20Measurement%20and%20Management%20Practice_Second%20Edition.pdf
- Camilleri, M. (2015). Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), In Idowu, S.O., Capaldi, N., Fifka, M., Zu, L., Schmidpeter, R. (Eds.) *Dictionary of Corporate Social Responsibility*, Springer International Publishing, Cham. <https://ssrn.com/abstract=3847722>
- Cook, D. (2004). *The Natural Step: towards a sustainable society* (No. 11). Green Books.
- Del Valle, S. (2017). La planificación y prevención de los impactos ambientales del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible: Caso de estudio Timotes, Venezuela. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(2), 164-183. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000200164>
- Elkington, J. (1996). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. <https://www.sdg.services/uploads/9/9/2/1/9921626/cannibalswithforks.pdf>
- Elkington, J. (2013). Enter the Triple Bottom Line. In Henriquez Adrian & Richardson Julio (Eds), *The Triple Bottom Line, Does it all add up*. Rotledge. <https://www.johnelkington.com/archive/TBL-elkington-chapter.pdf>
- Fraga, J. (2017). *Nuevo modelo de evaluación de la sostenibilidad de estructuras de hormigón* [Doctoral dissertation, Universidade da Coruña]. https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/19931/MelFraga_Jose_TD_2017.pdf
- Giang, H. (2019). Environmental and social impact assessment (ESIA). <https://documents1.worldbank.org/curated/en/316891571201664373/pdf/Environmental-and-Social-Impact-Assessment-for-Ha-Giang-Province.pdf>
- Global Initiative Reporting (2016). The GRI Standards?: the global standards for sustainability reporting. https://www.globalreporting.org/standards/media/2458/gri_standards_brochure.pdf
- Hart, S. & Milstein, M. (2003). Creating sustainable value. *Academy of Management Executive*, 17 (2), 56-69. <https://www.kuleuven.be/emmeritiforum/em/Forumgesprekken/F1617/230217/creating-sustainable-value-stuart-l-hart-and-mark.pdf>
- Kritikos, A. (2014). Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. *IZA World of Labor*. <https://doi.org/10.15185/izawol.8>

Lee, K. M., & Inaba, A. (2004). *Life cycle assessment: best practices of ISO 14040 series*. Center for Ecodesign and LCA (CEL), Ajou University. https://www.apec.org/docs/default-source/Publications/2004/2/Life-Cycle-Assessment-Best-Practices-of-International-Organization-for-Standardization-ISO-14040-Ser/04_cti_scsc_lca_rev.pdf

Moreno, N., Sánchez, L., & Velosa, J. (2019). Introducción a la gerencia de proyectos: conceptos y aplicación. <https://editorial.universidadean.edu.co/media/acceso-abierto/Introduccion-a-la-gerencia-de-proyectos-conceptos-y-aplicacion-ean.pdf>

Mthembu, A., & Barnard, B. (2019). Social entrepreneurship: Objectives, innovation, implementation and impact on entrepreneurship. *Innovation, Implementation and Impact on Entrepreneurship (February 27, 2019)*. https://business.expertjournals.com/ark:/16759/EJBM_710mthembu147-177.pdf

Nicholls, J. (2017). Social return on investment—Development and convergence. *Evaluation and program planning*, 64, 127-135. <https://doi.org/10.1016/j.evalproplan.2016.11.011>

Organización de las Naciones Unidas (2014). System of environmental-economic accounting 2012-central framework. https://unstats.un.org/unsd/envaccounting/seearev/seea_cf_final_en.pdf

POYRY (2021). Evaluación del impacto social y ambiental (EISA). https://paracel.com.py/wp-content/uploads/2022/05/3.-Volumen-III_Evaluacion-de-Impactos-Ambientales.pdf

Perevotchikova, M. (2013). La evaluación del impacto ambiental y la importancia de los indicadores ambientales. *Gestión y política pública*, 22(2), 283-312. Recuperado en 20 de febrero de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792013000200001&lng=es&tling=es.

Pérez, M., Espinoza, C. y Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tling=es.

Porter, M. & Kramer, M. (2011). Creating shared value. How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>

Romo, J., & González, R. (2018). Marco de Gestión Ambiental y Social. *Proyecto: Territorios Productivos Sostenibles México*. <https://www.caf.com/media/2825870/programa-de-financiamiento-verde-para-instituciones-financieras-locales-en-america-latina-marco-de-gestio-n-ambiental-y-social.pdf>

Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mc Graw Hill Educación.

Söderholm, P. (2020). The green economy transition: the challenges of technological change for sustainability. *Sustainable Earth*, 3(1), 6. <https://doi.org/10.1186/s42055-020-00029-y>

Valdivia, M. (2021). Medición del impacto social en proyectos sociales o de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Revisión de conceptos, metodologías y aplicación a un caso. http://ciriec.es/wp-content/uploads/2021/04/TFM_Valdivia_IUDESCOOP-.pdf

Wieland, J. (2013). Shared value-theoretical implications, practical challenges. In Wieland Josef (Eds), *Creating shared value-concepts, experience, criticism*. Springer. <https://www.johnelkington.com/archive/TBL-elkington-chapter.pdf>

SECCIÓN III: ECONOMÍA Y SOSTENIBILIDAD EN AMÉRICA LATINA

IMPORTACIONES DE LOS DERIVADOS DE PETRÓLEO Y SU IMPACTO EN EL EFECTO INVERNADERO EN EL ECUADOR

Data de aceite: 01/11/2023

Luis Fernando Cedillo-Chalaco

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-3142-4485>

Cristina Fernanda Tabares-Cedillo

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0009-0002-8039-5526>

René Santiago Romero-Solano

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0009-0003-5273-9202>

presente investigación se plantea como objetivo, medir el impacto en términos de elasticidades de las importaciones de los derivados de petróleo (diésel y nafta de alto octano) sobre el efecto invernadero en el Ecuador; a través de la función (logarítmica) de producción de Cobb Douglas, a su vez que su metodología es de enfoque cuantitativo con alcance descriptivo y exploratorio, de corte transversal. Los principales resultados revelan que el diésel y la nafta de alto octano son factores importantes emisores de CO₂, aunque no son el verdadero problema.

PALABRAS-CLAVE: Efecto invernadero en Ecuador, diésel, nafta de alto octano, emisiones de CO₂, función Cobb-Douglas.

RESUMEN: Si bien es cierto, la industrialización sentó los cimientos del desarrollo económico y tecnológico de las ciudades en el mundo, así como el aumento de la calidad de vida de la civilización; esta trajo consigo cambios y desequilibrios importantes en los ecosistemas, y diversas maneras de contaminación al medio ambiente; causando la generación de gases de efecto invernadero, que hasta el año 2017 el 81.6% estuvo conformada por dióxido de carbono (CO₂); por tal, la

PETROLEUM DERIVATIVES IMPORTS AND THEIR IMPACT ON THE GREENHOUSE EFFECT IN ECUADOR

ABSTRACT: Although it is true, industrialization laid the foundations for the economic and technological development of cities in the world, as well as the increase in the quality of life of civilization; This brought with it important changes and imbalances in the ecosystems, and various ways of contaminating the environment; causing the

generation of greenhouse gases, which until 2017, 81.6% was made up of carbon dioxide (CO₂); Therefore, the objective of this research is to measure the impact in terms of elasticities of imports of petroleum derivatives (diesel and high octane naphtha) on the greenhouse effect in Ecuador; through the (logarithmic) production function of Cobb Douglas, in turn its methodology is quantitative with a descriptive and exploratory scope, cross-sectional. The main results reveal that diesel and high octane gasoline are important CO₂ emitting factors, although they are not the real problem.

KEYWORDS: Greenhouse effect in Ecuador, diesel, high-octane gasoline, CO₂ emissions, Cobb-Douglas function

JEL: Q54-Q58-Q43

INTRODUCCIÓN

Si bien es cierto, la industrialización sentó los cimientos del desarrollo económico y tecnológico de las ciudades en el mundo, así como el aumento de la calidad de vida de la civilización; esta trajo consigo cambios y desequilibrios importantes en los ecosistemas, y diversas maneras de contaminación al medio ambiente (Suárez & Molina, 2014); a tal punto que los entendidos en aras de darle importancia, la denominaron “cambio climático”; el cual, tiene como una de sus principales causas la emisión de gases de efecto invernadero (Foster y Elzinga, 2022; Rojas-Downing et al., 2017); que hasta el año 2017 el 81.6% estuvo conformada por dióxido de carbono (CO₂) (Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos, 2023).

El dióxido de carbono es un gas de efecto invernadero que se libera en grandes cantidades a través de la quema de combustibles fósiles como el petróleo y sus derivados, carbón y gas natural. Estos gases atrapan el calor en la atmósfera, lo que conduce al calentamiento global y a otras consecuencias negativas al entorno. En lo que respecta a los derivados de petróleo, estos son mezclas complejas de hidrocarburos que contienen carbono e hidrógeno en diferentes proporciones, como es el caso del diésel y la nafta de alto octano; que están compuestos principalmente por hidrocarburos alifáticos; aunque otros también pueden contener compuestos aromáticos y aditivos. Estos hidrocarburos, cuando se queman en presencia de oxígeno, liberan CO₂ como resultado de la oxidación del carbono. Durante décadas, el consumo de estos fósiles, han sido una fuente significativa de emisiones de CO₂; a tal punto que, Frohmann y Olmos (2013) exponen que:

Las emisiones mundiales de CO₂ aumentaron a un ritmo del 2,6% anual entre 1960 y 2011, casi cuadruplicándose desde 9.400 a 34.000 millones de toneladas. Esta fuerte alza se debe principalmente al aumento del uso de combustibles de origen fósil y también, aunque en menor medida, a los cambios en el uso de la tierra que resulta, por ejemplo, de la deforestación. (p. 12)

El diésel y la nafta de alto octano son derivados de petróleo muy utilizados en diversos sectores, como el transporte, la industria y la generación de energía (Oscullo, 2017). Estos

combustibles contienen carbono en su estructura molecular, y cuando se queman en los motores, liberan dióxido de carbono a la atmósfera. La combustión incompleta o ineficiente de estos combustibles también puede generar emisiones adicionales de otros gases de efecto invernadero, como el óxido de nitrógeno y los compuestos orgánicos volátiles, que contribuirán aún más al efecto invernadero.

Además de su contribución al cambio climático, los derivados de petróleo también emiten contaminantes atmosféricos que destruyen la calidad del aire y la salud humana. Los óxidos de nitrógeno y los compuestos orgánicos volátiles generados por la combustión de diésel y nafta pueden contribuir a la formación de smog y partículas en suspensión, que tienen efectos perjudiciales para la salud respiratoria y cardiovascular. Estos contaminantes también pueden ser precursores de otros contaminantes atmosféricos, como el ozono troposférico, que es un contaminante secundario dañino para la salud y el medio ambiente.

Las emisiones de CO₂ provenientes de la combustión de diésel y la nafta de alto octano son una de las principales fuentes antropogénicas de gases de efecto invernadero. Estas emisiones se acumulan en la atmósfera y atrapan el calor, lo que provoca un aumento de la temperatura global. El acrecentamiento de la concentración de CO₂ en la atmósfera es responsable del 63% del forzamiento radiactivo causado por las actividades humanas desde 1750, según el Quinto Informe de Evaluación del (IPCC, 2015). Este aumento en la temperatura tiene múltiples efectos, como el derretimiento de los casquetes polares, el aumento del nivel del mar y la evolución de los patrones climáticos.

En deriva de lo previamente expuesto, el objetivo de la presente investigación es medir el impacto en términos de elasticidades de las importaciones de los derivados de petróleo (diésel y nafta de alto octano) sobre el efecto invernadero en el Ecuador; a través de la función (logarítmica) de producción de Cobb Douglas.

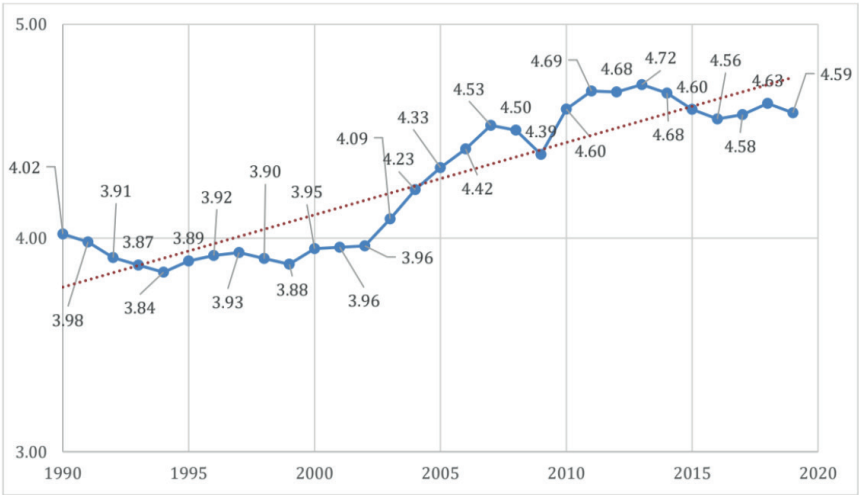
Evolución de las emisiones de CO₂: Mundo, América del Sur y Ecuador

De acuerdo con lo que pone de manifiesto la Agencia de la ONU para el cambio climático (2022); pese a que se ha avizorado una reducción del aumento de las proyecciones de las emisiones de CO₂ a nivel mundial, aún no es suficiente para mantener en los niveles menos catastróficos a los efectos del calentamiento global. Es más, el mismo reporte indica que, si bien las curvas de las proyecciones están empezando a bajar, los planes climáticos actuales muestran un aumento del 10.6%; que puede significar serias consecuencias en los países del mundo, en especial a los países más pobres, cálidos y de baja altitud (Tol, 2018). Un claro ejemplo de esto son los países de África, que debido a sus condiciones económicas y a las repercusiones por el cambio climático como efecto de las emisiones de CO₂, se prevén eventos de calor extremo, cambios en las precipitaciones, aumento en el nivel del mar hasta un metro para finales del siglo XXI, el acrecentamiento de las tasas de desnutrición y enfermedades infecciosas propias del continente, e incluso la migración de sectores rurales a urbanos (Serdeczny et al., 2017).

Bajo este mismo contexto global, según estadísticas presentadas por el Banco Mundial (2023), se atisba en la Figura 1, que desde el año 1990 (año a partir de donde se encuentran datos en dicho organismo), las emisiones per cápita de CO₂, han tenido una tendencia creciente, que ha ido de 4.02 hasta 4.59 en promedio, pese a que existen años que las emisiones de dicho contaminante estuvieron por debajo 4.0.

Figura 1.

Emisiones CO₂ (toneladas métricas per cápita) en el mundo, período 1990-2019

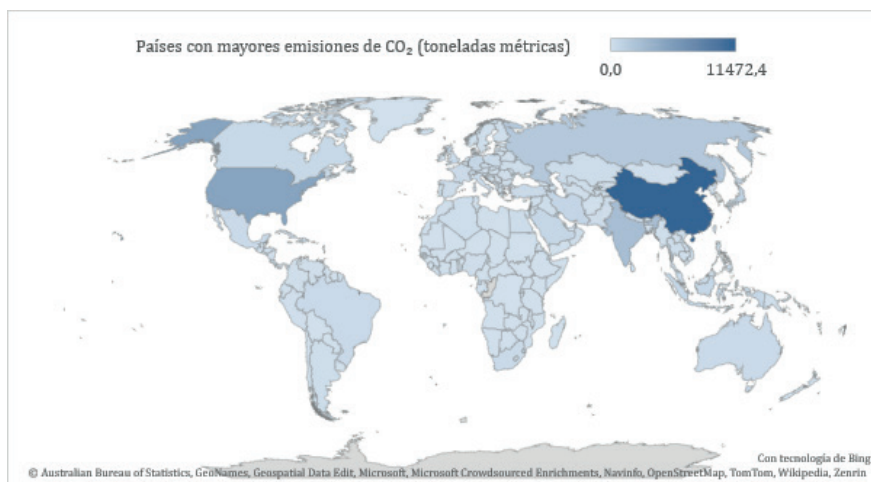


En adición al inciso anterior, los diez países con mayores emisiones de CO₂ en toneladas métricas en el mundo (Figura 2) derivados de los combustibles fósiles según con lo que pone de manifiesto el Global Carbon Atlas (2023), son: China (11472.4), Estados Unidos (5007.3), India (2709.7), Rusia (1755.5), Japón (1067.4), Irán (748.9), Alemania (674.8), Arabia Saudita (672.4), Indonesia (619.3) y Corea del Sur (616.1). En lo que respecta a China, que se postula como el país que más emisiones de CO₂ posee a nivel mundial, la causa se debe principalmente porque depende de la explotación del carbón para cubrir sus necesidades energéticas.

Además, genera las dos tercias partes de la producción total de energía con base en dicho mineral, lo que le significan recursos e ingresos para el impulso y fortalecimiento de su economía (Li et al., 2021). Es menester señalar que también es uno de los países que más impulsa políticas de mejoras y reducción de dichas emisiones para apalea la contaminación y cambio climático, aunque no son aún lo suficientes para reducir su aporte al efecto invernadero.

Figura 2.

Emisiones CO₂ (toneladas métricas per cápita) en el mundo, período 1990-2019



A nivel de América del Sur, en promedio, considerando un corte temporal que va de 1990 hasta el 2019, las emisiones de CO₂ se concentran o son más fuertes de acuerdo con la Tabla 1, con un valor de 11.33 toneladas métricas per cápita en Trinidad y Tobago; mientras que, el país con menores emisiones per cápita es Paraguay con 0.83 toneladas métricas.

Cabe señalar que, en el caso de Trinidad y Tobago, que manifiesta en promedio un mayor nivel de emisiones de CO₂ per cápita a comparación del resto de países de la región; esto se debe a que dicho país tiene un fuerte consumo energético con base en carbón. Mientras que, por su parte, Paraguay que presenta el menor promedio de emisiones de contaminantes de este tipo; es gracias a que su fuente energética es básicamente hidráulica y térmica. Aunque, para satisfacer las diferentes actividades de transporte (carga y pasajeros), la agricultura y construcción, usa primordialmente los derivados de petróleo, como el diésel y la nafta.

Por su parte, Ecuador -país foco de estudio en la presente investigación- presenta un nivel de emisiones promedio de CO₂ = 2.06, ubicándose en la séptima posición entre los 14 países considerados. Tal como se expresó en líneas anteriores, el mayor componente que genera las emisiones de CO₂, es la combustión o quema de los derivados de petróleo, y el Ecuador no es excepción; debido a que del total de la demanda energética del país para el año 2019 representó el 86.9%; que especialmente está dado por el diésel y gasolinas. En lo que respecta al consumo del sector del transporte, el 98.3% es con base en dichos derivados (Instituto de Investigación Geológico y Energético del Ecuador, 2022).

Tabla 1.

Promedio de emisiones CO₂ (toneladas métricas per cápita) de América del Sur, 1990-2019

País	Promedio emisiones CO2 toneladas métricas per cápita
Paraguay	0,83
Perú	1,28
Bolivia	1,38
Colombia	1,53
Uruguay	1,77
Brasil	1,83
Ecuador	2,06
Guyana	2,30
Guyana	2,30
Chile	3,61
Argentina	3,73
Surinam	3,90
Venezuela	5,28
Trinidad y Tobago	11,33

Nota: Datos tomados de (Banco Mundial, 2023)

Determinantes de emisiones de CO₂ para importaciones petroleras en Ecuador

En el apartado previo se puso en evidencia que las emisiones de CO₂, lejos de estabilizarse, con el paso de los años han experimentado un importante crecimiento; y esto se debe fundamentalmente al desarrollo de las economías de cada uno de los países alrededor del mundo (Fan et al., 2019); así como también al crecimiento de la población (que por satisfacer sus necesidades incrementan el uso de las energías), el uso de nuevas tecnologías, estructuras institucionales, formas de movilización (transporte), comercio internacional y el propio estilo de vida que llevan los habitantes (Alcántara y Padilla, 2021). En sentido similar Rodríguez (2018) expresa que otros factores a tomarse en cuenta la hora de examinar las emisiones de CO₂, son: intensidad de carbono, intensidad energética, estructura económica, ingresos y población.

En consonancia con lo expuesto, Dong et al. (2020) disertan que los principales impulsores de las emisiones de CO₂ son el crecimiento económico y el crecimiento de la población (especialmente en países con bajos recursos); a tal punto que durante el período de 1997 al 2015, el aumento de las emisiones fue casi del 50%. Cabe señalar, que, dichas emisiones son diferentes y tienen su particularidad en cada país; en especial, en aquellos que tienen distintos niveles de ingresos per cápita.

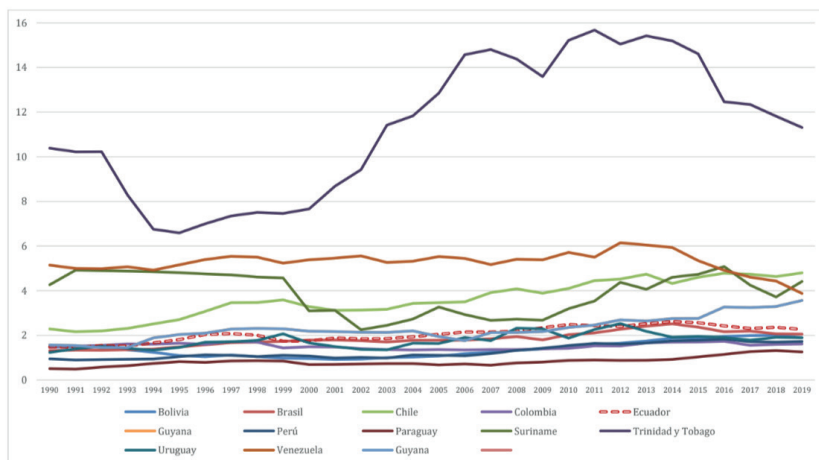
Tabla 2. Emisiones CO2 (toneladas métricas per cápita) de América del Sur, 1990-2019

Pais	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Argentina	3,07	3,20	3,22	3,24	3,24	3,23	3,46	3,52	3,66	3,67	3,57	3,34	3,10	3,33	3,66	3,74	3,92	4,08	4,15	3,85	4,10
Bolivia	1,47	1,50	1,51	1,35	1,24	1,09	1,04	1,12	1,05	0,97	0,96	0,92	0,93	1,00	1,03	1,07	1,18	1,24	1,33	1,39	1,48
Brasil	1,31	1,34	1,33	1,36	1,38	1,48	1,58	1,67	1,70	1,73	1,78	1,79	1,76	1,70	1,78	1,78	1,78	1,85	1,94	1,80	2,03
Chile	2,29	2,16	2,20	2,31	2,51	2,70	3,07	3,46	3,47	3,59	3,28	3,12	3,13	3,17	3,43	3,46	3,50	3,91	4,08	3,89	4,10
Colombia	1,49	1,52	1,55	1,61	1,61	1,65	1,60	1,72	1,70	1,44	1,49	1,48	1,40	1,37	1,35	1,37	1,35	1,37	1,36	1,40	1,42
Ecuador	1,48	1,47	1,54	1,52	1,66	1,81	2,04	2,08	2,01	1,74	1,75	1,89	1,85	1,85	1,93	2,05	2,15	2,15	2,19	2,34	2,49
Guyana	1,57	1,54	1,45	1,45	1,89	2,04	2,10	2,28	2,31	2,29	2,19	2,16	2,13	2,13	2,20	1,95	1,76	2,12	2,13	2,17	2,35
Perú	0,94	0,90	0,91	0,93	0,94	1,05	1,13	1,10	1,04	1,11	1,07	0,98	1,01	0,98	1,12	1,11	1,09	1,18	1,33	1,42	1,54
Paraguay	0,51	0,48	0,58	0,64	0,74	0,82	0,79	0,85	0,87	0,85	0,69	0,69	0,71	0,74	0,73	0,68	0,71	0,67	0,77	0,80	0,87
Surinam	4,26	4,92	4,89	4,88	4,85	4,80	4,75	4,71	4,62	4,57	3,09	3,12	2,25	2,45	2,73	3,27	2,93	2,67	2,73	2,68	3,20
Trinidad y Tobago	10,39	10,22	10,23	8,29	6,76	6,59	7,00	7,35	7,50	7,46	7,66	8,68	9,42	11,42	11,83	12,85	14,57	14,80	14,38	13,59	15,21
Uruguay	1,23	1,39	1,51	1,42	1,34	1,46	1,69	1,71	1,77	2,07	1,66	1,50	1,37	1,36	1,65	1,63	1,91	1,76	2,32	2,29	1,87
Venezuela	5,15	4,99	4,98	5,07	4,92	5,16	5,40	5,54	5,50	5,23	5,38	5,46	5,56	5,27	5,32	5,53	5,44	5,17	5,41	5,39	5,71
Guyana	1,57	1,54	1,45	1,45	1,89	2,04	2,10	2,28	2,31	2,29	2,19	2,16	2,13	2,13	2,20	1,95	1,76	2,12	2,13	2,17	2,35

País	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	4,28	4,26	4,34	4,21	4,30	4,20	4,07	3,98	3,74
Bolivia	1,60	1,65	1,74	1,87	1,87	1,95	1,99	2,00	1,90
Brasil	2,11	2,27	2,41	2,51	2,37	2,16	2,19	2,06	2,05
Chile	4,45	4,52	4,74	4,33	4,60	4,78	4,74	4,63	4,80
Colombia	1,53	1,52	1,66	1,70	1,70	1,74	1,55	1,59	1,61
Ecuador	2,43	2,40	2,53	2,62	2,56	2,42	2,31	2,36	2,27
Guyana	2,46	2,69	2,64	2,75	2,75	3,27	3,24	3,29	3,56
Perú	1,64	1,62	1,66	1,75	1,78	1,83	1,72	1,70	1,73
Paraguay	0,89	0,87	0,88	0,92	1,03	1,15	1,27	1,31	1,26
Surinam	3,54	4,37	4,06	4,60	4,73	5,08	4,25	3,72	4,41
Trinidad y Tobago	15,67	15,04	15,41	15,19	14,61	12,46	12,34	11,82	11,31
Uruguay	2,26	2,53	2,18	1,92	1,95	1,91	1,78	1,91	1,89
Venezuela	5,50	6,15	6,05	5,94	5,34	4,91	4,61	4,43	3,88
Guyana	2,46	2,69	2,64	2,75	2,75	3,27	3,24	3,29	3,56

Figura 3.

Emisiones CO₂ (toneladas métricas per cápita) de América del Sur, 1990-2019

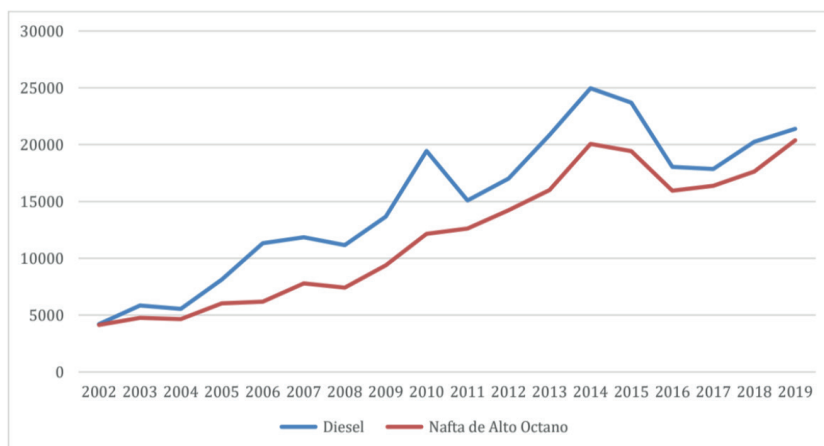


Por ejemplo, Ecuador, que posee una economía poco acelerada, es uno de los países de acuerdo con el ranking promedio per cápita que emite cantidades considerables de CO₂, y esto es, porque sus principales ingresos dependen especialmente de la explotación de combustibles fósiles, como el crudo de petróleo y sus derivados. A lo que se suma, con el fin de satisfacer la demanda de los diferentes sectores estratégicos, la importación de derivados de diésel y nafta de alto octano; a tal punto que, en lo que va del año 2023, la exportación de crudo con la importación de tales combustibles casi se ponderó iguales (diferencia mínima de 0.18%) (EL UNIVERSO, 2023).

Desde el año 2002 hasta el 2019, las importaciones de diésel y nafta de alto octano (variables tomadas para el análisis), han experimentado un crecimiento notable (Figura 4); que va desde los 4211 mil barriles de diésel en el 2002, hasta 21400 miles de barriles en el 2019. De modo similar la nafta de alto octano que parte con importaciones de 4138 miles de barriles, hasta 20384 miles de barriles. Es así, que de acuerdo al comportamiento que han venido experimentando ambos derivados en términos de importación, se presume gracias a su tendencia que, Ecuador aún se encuentra distante de reducir el consumo de dichos derivados que generan directamente el efecto invernadero; y esto a su vez es, por la aplicación fallida de algunas políticas económicas que no consiguieron modificar el uso tanto de transporte como de bienes de capital que utilicen energías limpias o alternativas menos contaminantes.

Figura 4.

Importaciones de diésel y nafta de alto octano en Ecuador, 2002 a 2019



Recomendaciones para la reducción de emisiones de CO₂

A vista de lo anterior, en un intento de frenar el efecto invernadero, los organismos gubernamentales nacionales e internacionales han pensado en proponer recomendaciones para la reducción de emisiones. A continuación, se ponen de manifiesto algunas recomendaciones que aplican algunos países, como Estados Unidos, China, Alemania, Canadá, etc. (Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos, 2023; CEPAL, 2015; Morrow III et al., 2015; Razmjoo et al., 2021; Solaymani, 2019; Hsiao-Tien y Chen, 2019):

- Generar proyectos de tecnologías que presupongan procesos eficientes sin la necesidad de exceder en el uso de derivados de combustibles fósiles.
- Aumentar la inversión en las refinerías, para que así los procesos de transformación del crudo de petróleo en sus distintos derivados no tengan efectos

altamente contaminantes.

- Aprovechamiento de los recursos hídricos, para la construcción de centrales hidroeléctricas.
- Impulsar proyectos de energía eólica en zonas que previo a estudios garanticen una energía más limpia y renovable, y sobre todo sustentable.
- Adquirir nuevas tecnologías energéticas con bajos niveles de emisiones, tal como la generación termoeléctrica a gas natural.
- Mejorar la aislación de los edificios y utilizar artefactos eléctricos más eficientes.
- Reducir el consumo personal de energía apagando luces y artefactos electrónicos cuando no se los está usando.
- Limitar el uso de vehículos que usen combustibles fósiles como el diésel o gasolina.
- Producir más energía a partir de fuentes renovables y utilizar combustibles con menos contenido de carbono.
- Utilizar tecnologías adecuadas que permitan la captura y secuestro del carbono, para evitar que llegue a la atmósfera.

METODOLOGÍA

El presente trabajo investigativo fue de carácter cuantitativo (Berger, 2018), con alcance descriptivo (Hernández et al., 2018) y exploratorio (Niño, 2019), de corte transversal (Spector, 2019). Puesto que, no se manipuló de forma deliberada ninguna de las observaciones de las variables tomadas en el periodo de tiempo foco de análisis, que estuvo comprendido desde el año 2002 hasta el 2019. Dichas variables fueron efecto invernadero, medida por las emisiones de CO₂ en kilotonnes, que funge como variable regresada (dependiente); importaciones de derivados de petróleo como: diésel y nafta de alto octano, medidas en miles de barriles, como variables regresoras (independientes).

Respecto al análisis estadístico que permitió cumplir con el objetivo planteado, y tomando en cuenta la forma funcional (elasticidades), se aplicará la función de producción de Cobb-Douglas; la cual es un modelo econométrico que basa su análisis en variables logarítmicas (modelo log-log) (Cedillo-Chalaco et al., 2018), que fue desarrollada por el economista Paul Douglas, y el matemático Charles Cobb en 1928 (Reynès, 2019).

En la actualidad goza de amplia utilización y popularidad (Jia et al., 2016; Kleyn et al., 2015); al igual que, facilidad en la interpretación de coeficientes, trabajabilidad y adecuación para presentar la relación entre las variables independientes y dependiente (Andaregie et al., 2020). A su vez, permite estimar el impacto individual de una variable independiente sobre otra dependiente, así como también de manera agregada (sumatoria de todos los factores/variables analizadas) (Smirnov y Wang, 2019); y su ecuación viene expresada de la siguiente forma (Gujarati y Porter, 2010; Jabbar, 2017):

$$\ln Y_i = \ln \beta_1 + \beta_2 \ln X_{2i} + \beta_3 \ln X_{3i} + \mu_i$$

De la ecuación anterior, al aplicar a las variables de estudio resulta:

$$\ln CO2_i - \ln \beta_1 + \beta_2 \ln Diesel_{2i} + \beta_3 \ln Nafta_{3i} + \mu_i$$

Para que el modelo tenga validez en su estimación (Cedillo-Chalaco et al., 2021) ponen de manifiesto que se deben cumplir con algunas especificaciones mínimas, tanto a nivel del modelo general (F-Fisher, probabilidad de F, y R²); como paramétrico (signo esperado y significancia estadística de los coeficientes <<probabilidad t >>) y supuestos de normalidad, homocedasticidad y baja multicolinealidad. Los datos se analizaron el software Stata 17.

RESULTADOS

De acuerdo con lo que expuso la data analizada en cuanto al modelo econométrico de la regresión de la función de producción de Cobb-Douglas, los datos seleccionados para explicar el impacto de las importaciones de diésel y nafta de alto octano sobre el efecto invernadero en Ecuador, se ajustan y predicen adecuadamente, a tal punto que, la varianza se ve explicada según el o coeficiente de determinación, en un 98.17%. A su vez que, dicha modelación es estadísticamente significativa, debido a que el valor de la F-Fisher es mayor que 1, y su probabilidad se pondera por debajo del umbral del 5% (Prob. = 0.000%). Por tanto, se da paso al análisis de los parámetros.

Tabla 3.

Estadístico del ajuste y significancia del modelo

R ²	F (Fisher)	Prob. F
0.9817	401.54	0.000

Con respecto a la estructura estadística de los parámetros o coeficientes del modelo ejecutado, se observa que, para el caso de ambas variables en términos logarítmicos, el signo (positivo) presentado es el esperado, en tanto que, de acuerdo con las bases teóricas que hacen alusión a las variables generadoras de efecto invernadero, estas provocan un impacto directamente proporcional. Dicha situación se corrobora en las Figura 5 y 6, que muestran mediante gráficos de dispersión que el aumento de una (elasticidades en el eje de las abscisas) genera el aumento de la otra (efecto invernadero). Además, cada uno de los parámetros regresores son estadísticamente significativo, a razón de que el valor de la probabilidad de t, se postula por debajo del 5%; rechazando así la hipótesis nula de no existencia de significancia estadística.

Figura 5.

Efecto invernadero (emisiones CO₂) en función de la elasticidad del diésel

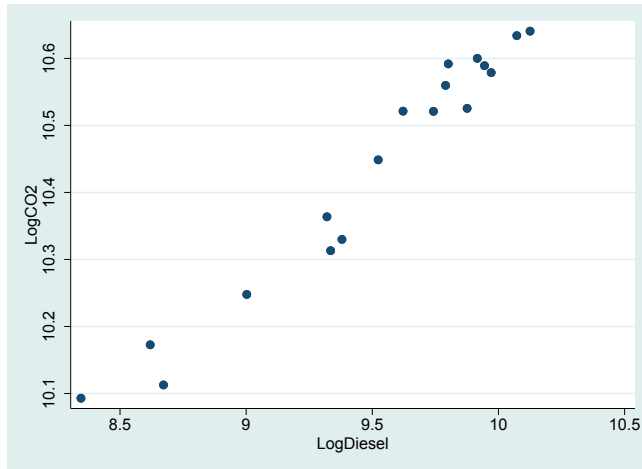
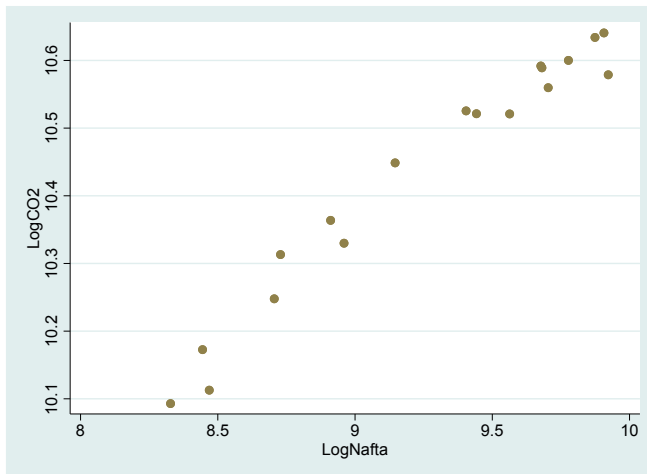


Figura 6.

Efecto invernadero (emisiones CO₂) en función de elasticidad de la nafta de alto octano



A vista de lo anterior, de acuerdo con el valor que presentaron cada uno de los coeficientes del modelo en términos de Cobb-Douglas para el caso ecuatoriano, se tiene que, en lo que refiere a la elasticidad del diésel, manteniendo lo demás constante, por cada 1% que aumenten las importaciones de este derivado de petróleo, el impacto hacia el incremento que tendrá sobre el efecto invernadero (emisiones de CO₂) será del 0.17% aproximadamente.

Situación similar acontecen con la elasticidad de la nafta de alto octano, que al mantener lo demás constante, cada que aumente en 1% su importación, significará un alza

en el efecto de invernadero de alrededor de 0.17%. Cabe señalar que, bajo la metodología de estimación econométrica utilizada en este estudio, el valor de las constante no tiene significado económico, por ende, se lo obvio como parte del análisis.

Tabla 4.

Valores de parámetros del modelo de regresión lineal en términos de Cobb-Douglas

	Variables	Coeficiente	P> t
Modelo Cobb-Douglas	InDiesel	0.1705	0.001
	InNafta	0.1687	0.001
	Constante	72.542	0.00

$$\widehat{lnCO2_i} = 7.2542 + 0.1705lnDiesel_{2i} + 0.1687lnNafta_{3i} + \mu_i$$

Complementariamente, para que el modelo estructurado tenga validez en la estimación y robustez estadística, es necesario que cumpla con los principales supuestos señalados anteriormente: normalidad, homocedasticidad y baja multicolinealidad. Para el caso de la normalidad, su probabilidad estadística o su valor de p, tiene que ser mayor al 5%; debido a que la hipótesis nula para este tipo de supuesto, parte de que existe tal condicionamiento, y de acuerdo con la prueba Jarque Bera (Thadewald y Büning, 2007), los residuos del modelo son normales, ya que el p-valor fue de 59.26%; lo que significa que los residuos del modelos siguen una distribución normal, avalando que la estimación obtenida es eficiente en los parámetros (Schmidt & Finan, 2018).

Por su parte, el supuesto de homocedasticidad probada con la descomposición de Cameron-Trivadi (Sandahl et al., 2021), reveló una probabilidad de chi2 del 47.72%, representando la aceptación de la hipótesis nula de existencia de homocedasticidad, y por tal, la varianza de los errores es constante en todos los niveles de las variables predictoras (elasticidades de diésel y nafta de alto octano). Por último, el supuesto de multicolinealidad calculado por el valor del VIF (factor inflado de la varianza) fue de 12.34, que de acuerdo con lo que menciona Belsley et al. (1980) citado por Thompson at al. (2017), al no estar en el rango de 20 y 30, o ser mayor a 30, no existen problemas de multicolinealidad; dicho de otro modo, no habrá dificultad en la replicabilidad y estabilidad del modelo propuesto y estimado.

Tabla 5.

Valores de los supuestos estadísticos del modelo de regresión lineal en términos de Cobb-Douglas

Jarque Bera Normalidad	Descomposición Cameron-Trivadi Homocedasticidad	VIF Multicolinealidad
0.5926	p= 0.4772	12.34

CONCLUSIONES

Si bien es cierto, a nivel del Ecuador con el paso de los años la dependencia de los combustibles fósiles en vez de irse desarraigando va en aumento, a tal punto que, las importaciones de derivados de petróleo como el diésel y la nafta de alto octano han experimentado un crecimiento considerable de aproximadamente 408% y 393%, de manera respectiva en el corte temporal de 2002 hasta el 2019. Lo que significa presumiblemente, que pese a ser una economía de moderado crecimiento acota significativamente a las emisiones de CO₂.

A vista de los resultados, el modelo planteado de Cobb-Douglas puso de manifiesto que, las emisiones de CO₂, como factor principal del efecto invernadero, se ve explicado de forma significativa por las importaciones de diésel y nafta de alto octano; al punto que los datos en términos de logaritmos se ajustan y predicen en 98.17%.

En deriva de lo anterior, los valores de los coeficientes estimados muestran que, si bien es cierto, el logaritmo de las importaciones de diésel y la nafta de alto octano influyen de manera significativa a las emisiones de CO₂, su impacto no es lo suficientemente fuerte; debido a que, por cada 1% que aumenten las importaciones en miles de barriles de petróleo solo generarán de forma similar un crecimiento en las emisiones de aproximadamente 0.17%; lo que se traduce a una variación inelástica. Es decir, las emisiones se muestran poco sensibles a los cambios, a pesar de ser importantes.

Finalmente, es menester poner de manifiesto que, para ampliar y pormenorizar el análisis a su vez que se dejan abiertas nuevas aristas investigativas, se deben introducir otras variables que provoquen la emisión de CO₂; y así apreciar donde radican los puntos críticos para que se genere el efecto invernadero en Ecuador; ya que, las importaciones que, si bien son variables importantes emisoras de tal contaminante, no son el verdadero problema de este.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo es respaldado y aporta al proyecto de investigación “Determinantes económicos para el mejoramiento competitivo de la cadena logística de los operadores de comercio exterior en la Zona 7 del Ecuador”, de la carrera de Logística y Transporte de la Universidad Metropolitana Sede Machala.

REFERENCIAS

Agencia de la ONU para el cambio climático. (26 de Octubre de 2022). *Naciones Unidas: Noticias ONU*. Obtenido de Los países son incapaces de doblegar la curva de las emisiones: el CO₂ y el metano marcan un récord histórico: <https://news.un.org/es/story/2022/10/1516392>

Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos. (Junio de 2023). *Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos*. Obtenido de [https://espanol.epa.gov/la-energia-y-el-medioambiente/emisiones-de-dioxido-de-carbono#:~:text=El%20di%C3%B3xido%20de%20carbono%20\(CO,las%20actividades%20del%20ser%20humano.](https://espanol.epa.gov/la-energia-y-el-medioambiente/emisiones-de-dioxido-de-carbono#:~:text=El%20di%C3%B3xido%20de%20carbono%20(CO,las%20actividades%20del%20ser%20humano.)

Alcántara, V., & Padilla, E. (2021). Análisis de las emisiones de CO₂ y sus factores explicativos en las diferentes áreas del mundo. *Revista de Economía Crítica*, 2(4), 17-37. Obtenido de <https://www.revistaeconomiacritica.org/index.php/rec/article/view/377/368>

Andaregie, A., Worku, A., & Astatkie, T. (2020). Analysis of economic efficiency in charcoal production in Northwest Ethiopia: A Cobb-Douglas production frontier approach. *Trees, Forests and People*, 2, 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.tfp.2020.100020>

Banco Mundial. (Junio de 2023). *Datos del Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/EN.ATM.CO2E.PC>

Belsley, D., Kuh, E., & Welsch, R. (1980). *Regression Diagnostics: Identifying Influential Data and Sources of Collinearity*. New York: Wiley.

Berger, A. (2018). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. London UK: SAGE Publication.

Cedillo-Chalaco, L., Campuzano, J., Jumbo, M., & Torres, M. (2021). Crecimiento económico ecuatoriano: contraste entre “La revolución ciudadana” y los gobiernos. *ECA Sinergia*, 12(2), 38-49. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588569075004/movil/>

Cedillo-Chalaco, L., Jumbo, M., & Campuzano, J. (2018). Crecimiento económico del Ecuador: análisis econométrico desde Cobb Douglas, período 1990-2016. *ESPACIOS*, 39(47), 6-12. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p06.pdf>

CEPAL. (2015). *Fiscalidad y cambio climático: El caso de Ecuador*. Buenos Aires: CEPAL. Obtenido de <https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/doloresalmeida.pdf>

Dong, K., Hochman, G., & Timilsina, G. (2020). Do drivers of CO₂ emission growth alter overtime and by the stage of economic development? *Energy Policy*, 140, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.111420>

EL UNIVERSO. (14 de Abril de 2023). *EL UNIVERSO*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/la-importacion-de-combustibles-ya-casi-iguala-a-la-exportacion-de-crudo-nota/>

Fan, J.-L., Da, Y.-B., Wan, S.-L., Zhang, M., Cao, Z., Wang, Y., & Zhang, X. (2019). Determinants of carbon emissions in ‘Belt and Road initiative’ countries: A production technology perspective. *Applied Energy*, 239, 268-279. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2019.01.201>

Foster, S., & Elzinga, D. (2022). *Naciones Unidas*. Obtenido de Crónica ONU: <https://www.un.org/es/chronicle/article/el-papel-de-los-combustibles-fosiles-en-un-sistema-energetico-sostenible>

Frohmann, A., & Olmos, X. (Diciembre de 2013). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Obtenido de <https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/4101/S2013998rev1.pdf>

Global Carbon Atlas. (2023). *Global Carbon Project*. Obtenido de <https://globalcarbonatlas.org/emissions/carbon-emissions/>

Gujarati, D., & Porter, D. (2010). La función de producción Cobb-Douglas: más sobre la forma funcional. En D. Gujarati, & D. Porter, *Econometría* (pág. 207). México, D.F.: McGraw Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw Hill.

Hsiao-Tien, P., & Chen, C.-C. (2019). Decoupling strategies: CO2 emissions, energy resources, and economic growth in the Group of Twenty. *Journal of Cleaner Production*, 206, 907-919. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.190>

Instituto de Investigación Geológico y Energético del Ecuador. (2022). *Consumo eléctrico por habitante continúa creciendo en Ecuador*. Obtenido de <https://www.geoenergia.gob.ec/consumo-electrico-por-habitante-continua-creciendo-en-ecuador/#:~:text=Del%20total%20producido%2C%2086%2C9,e%3%B3lica%2C%20fotovoltaica%20y%20biog%C3%A1s>.

IPCC. (2015). *Cambio climático 2014: Informe de síntesis. Contribución de los Grupos de trabajo I, II y III al Quinto Informe de Evaluación del Grupo*. Genève 2, Suiza: Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático, 2015. https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/SYR_AR5_FINAL_full_es.pdf

Jabbar, J. (2017). The impact of migrant labors on Russian economy: production function approach. *R-Economy*, 3(2), 90-102. <https://doi.org/10.15826/recon.2017.3.2.011>

Jia, S., Long, Q., Yu Wang, R., Yan, J., & Kang, D. (2016). On the inapplicability of the Cobb-Douglas production function for estimating the benefit of water use and the value of water resources. *Water Resources Management*, 30, 3645–3650. <https://doi.org/10.1007/s11269-016-1349-z>

Kleyn, J., Arashi, M., Bekker, A., & Millard, S. (2015). Preliminary testing of the Cobb–Douglas production function and related inferential issues. *Journal*, 469-488. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03610918.2014.968724>

Li, Z.-Z., Yi Man, R., Yousaf, M., Murshed, M., Khan, Z., & Umar, M. (2021). Determinants of Carbon Emission in China: How Good is Green Investment? *Sustainable Production and Consumption*, 27, 392-401. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.11.008>

Morrow III, W., Marano, J., Hasanbeigi, A., Masanet, E., & Sathaye, J. (2015). Efficiency improvement and CO2 emission reduction potentials in the United States petroleum refining industry. *Energy*, 93(1), 95-105. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2015.08.097>

Niño, V. (2019). *Metodología de la investigación: diseño, ejecución e informe*. Bogotá: Ediciones de la U.

Oscullo, J. (2017). Evolución de las Emisiones de CO2 Producido por el Parque Generador del Sistema Nacional Interconectado del Ecuador para el Periodo 2010-2015. *Revista Técnica “energía”*, 13(1), 191–195. <https://doi.org/10.37116/revistaenergia.v13.n1.2017.21>

Razmjoo, A., Kaigutha, G., Vaziri, M., Marzband, M., Davarpanah, A., & Denai, M. (2021). A Technical analysis investigating energy sustainability utilizing reliable renewable energy sources to reduce. *Renewable Energy*, 164, 46-57. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2020.09.042>

Reynès, F. (2019). The Cobb–Douglas function as a flexible function: A new perspective on homogeneous functions through the lens of output elasticities. *Mathematical Social Sciences*, 97, 11–17. <https://doi.org/10.1016/j.mathsocsci.2018.10.002>

Rodríguez, M. (2018). *Análisis de los principales impulsores de las emisiones de CO2 en diferentes economías: los casos de España y Chile*. Sevilla: Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/76275>

Rojas-Downing, M., Nejadhashemi, P., Harrigan, T., & Woznicki, S. (2017). Climate change and livestock: Impacts, adaptation, and mitigation. *Climate Risk Management*, 16, 145–163. <https://doi.org/10.1016/j.crm.2017.02.001>

Sandahl, H., Baandrup, L., Vindbjerg, E., Jennum, P., & Carlsson, J. (2021). Social zeitgebers and circadian dysrhythmia are associated with severity of symptoms of PTSD and depression in trauma-affected refugees. *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, 271, 1319–1329. <https://doi.org/10.1007/s00406-021-01266-8>

Schmidt, A., & Finan, C. (2018). Linear regression and the normality assumption. *Journal of Clinical Epidemiology*, 98, 146–151. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2017.12.006>

Serdeczny, O. A., Baarsch, F. C., Robinson, A., Hare, W., Schaeffer, M., Perrette, M., & Reinhardt, J. (2017). Climate change impacts in Sub-Saharan Africa: from physical changes to their social repercussions. *Regional Environmental Change*, 17, 1585–1600. <http://dx.doi.org/10.1007/s10113-015-0910-2>

Smirnov, R., & Wang, K. (2019). The Cobb–Douglas Production Function Revisited. En D. Kilgour, H. Kunze, R. Makarov, R. Melnik, & X. Wang, *Recent Developments in Mathematical, Statistical and Computational Sciences* (págs. 725–734). Springer Proceedings. https://doi.org/10.1007/978-3-030-63591-6_66

Solaymani, S. (2019). CO2 emissions patterns in 7 top carbon emitter economies: The case of transport sector. *Energy*, 168, 989–1001. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2018.11.145>

Spector, P. (2019). Do Not Cross Me: Optimizing the Use of Cross-Sectional Designs. *Journal of Business and Psychology*, 34, 125–137. <https://doi.org/10.1007/s10869-018-09613-8>

Suárez, S., & Molina, E. (2014). El desarrollo industrial y su impacto en el medio ambiente. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 52(3), 357–363. <http://scielo.sld.cu/pdf/hie/v52n3/hig08314.pdf>

Thadewald, T., & Büning, H. (2007). Jarque–Bera test and its competitors for testing normality - A power comparison. *Journal of Applied Statistics*, 34(1), 87–105. <https://doi.org/10.1080/02664760600994539>

Thompson, C., Kim, R., Aloe, A., & Becker, B. (2017). Extracting the variance inflation factor and other multicollinearity diagnostics from typical regression results. *Basic and Applied Social Psychology*, 39(2), 81–90. <https://doi.org/10.1080/01973533.2016.1277529>

Tol, R. (2018). The Economic Impacts of Climate Change. *Review of Environmental Economics and Policy*, 12(1), 1–22. <https://doi.org/10.1093/reep/rex027>

COMERCIO JUSTO, PERSPECTIVAS, DESAFÍOS Y CASOS DE ÉXITO AL SUR DEL ECUADOR

Data de aceite: 01/11/2023

Javier Solano-Solano

Universidad Metropolitana del Ecuador,
Sede Machala
Machala, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-1419-8359>

Vismar Flores-Tabara

Universidad Técnica Particular de Loja
Loja, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-9572-9229>

Steven Vizueta-Silva

Universidad Técnica Estatal de Quevedo
Quevedo, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-3550-6936>

RESUMEN: El comercio justo es un movimiento que busca mejorar las condiciones de los productores y trabajadores de países en vías de desarrollo, y que promueve la sostenibilidad ambiental. Sus objetivos son fomentar el desarrollo sostenible, la equidad, la transparencia y la participación. Los principios del comercio justo incluyen la igualdad de género, el respeto por los derechos humanos y laborales, y la protección del medio ambiente. La certificación de comercio justo se realiza a través de organizaciones independientes, que

verifican el cumplimiento de los estándares y normas internacionales. Los productos de comercio justo incluyen desde alimentos hasta artesanías y textiles, entre otros. El impacto del comercio justo se ha visto en la mejora de las condiciones laborales y de vida de los productores y trabajadores, así como en la promoción de la sostenibilidad ambiental. Sin embargo, el comercio justo también ha recibido críticas, principalmente relacionadas con la complejidad del proceso de certificación y la limitada capacidad de los pequeños productores para acceder a los mercados internacionales. A pesar de estas críticas, el comercio justo continúa creciendo y evolucionando. En las provincias de El Oro y Loja en Ecuador, se han registrado varios casos de éxito de comercio justo, como ASOGUABO, Fincas de El Oro, ASOPROBADI y FAPECAFES. Estos casos demuestran que el comercio justo puede tener un impacto positivo en las comunidades locales y en la economía en general. Por último, el comercio justo busca mejorar las condiciones de los productores y trabajadores de países en vías de desarrollo, promoviendo la sostenibilidad ambiental y la equidad. Aunque ha recibido críticas, su impacto positivo ha sido evidente en diferentes regiones del mundo,

incluyendo las provincias de El Oro y Loja en Ecuador.

PALABRAS-CLAVE: comercio justo, sostenibilidad, certificación, impacto social

FAIR TRADE: PERSPECTIVES, CHALLENGES, AND SUCCESS STORIES IN SOUTHERN ECUADOR

ABSTRACT: Fair trade is a movement that seeks to improve the conditions of producers and workers in developing countries, while promoting environmental sustainability. Its goals are to encourage sustainable development, equity, transparency, and participation. The principles of fair trade include gender equality, respect for human and labor rights, and protection of the environment. Fair trade certification is carried out through independent organizations that verify compliance with international standards and norms. Fair trade products range from food to crafts and textiles, among others. The impact of fair trade has been seen in the improvement of working and living conditions for producers and workers, as well as in the promotion of environmental sustainability. However, fair trade has also received criticism, mainly related to the complexity of the certification process and the limited capacity of small producers to access international markets. Despite these criticisms, fair trade continues to grow and evolve. In the provinces of El Oro and Loja in Ecuador, several successful fair trade cases have been registered, such as ASOGUABO, Fincas de El Oro, ASOPROBADI y FAPECAFES. These cases demonstrate that fair trade can have a positive impact on local communities and the economy in general. Finally, fair trade seeks to improve the conditions of producers and workers in developing countries, promoting environmental sustainability and equity. Although it has received criticism, its positive impact has been evident in different regions of the world, including the provinces of El Oro and Loja in Ecuador.

KEYWORDS: Fair trade, sustainability, social impact, certification

JEL: F63-Q13

INTRODUCCIÓN AL COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo es un modelo comercial que busca promover el desarrollo sostenible de los países en vías de desarrollo mediante el establecimiento de relaciones comerciales equitativas (Organización Mundial del Comercio Justo, 2022; Coscione, 2017). En el contexto actual de globalización económica, el comercio justo es una alternativa al modelo comercial tradicional que se enfoca en el beneficio económico de las grandes corporaciones y deja a los pequeños productores en una situación de desventaja (Coscione, 2017).

El comercio justo se basa en principios éticos y sociales, que tienen como objetivo garantizar que los productores obtengan un precio justo por sus productos y condiciones de trabajo justas (Raynolds, 2012; Garbarski, 2015). El comercio justo también promueve la protección del medio ambiente y el desarrollo de comunidades sostenibles (Darko et al., 2020). En este sentido, el comercio justo no solo busca obtener un beneficio económico,

sino también contribuir al desarrollo de la sociedad y del medio ambiente.

La idea del comercio justo se originó en los años 60 y 70 como una respuesta a la explotación de los trabajadores en los países en vías de desarrollo (Infante, 2012). En ese momento, grupos de activistas comenzaron a promover la idea de que el comercio justo podía ser una solución a los problemas económicos y sociales de los países en desarrollo (Segura, 2012). La primera organización de comercio justo, llamada “Ten Thousand Villages”, fue fundada en 1946 en Estados Unidos y se enfocaba en la venta de productos hechos a mano por artesanos en países en vías de desarrollo (Rodríguez, 2015).

En la actualidad, el comercio justo se ha expandido a nivel mundial y cuenta con la participación de múltiples organizaciones, tanto gubernamentales como no gubernamentales, así como de pequeños productores y consumidores. El comercio justo abarca una amplia gama de productos, desde alimentos hasta artesanías y textiles. Los productos de comercio justo se distinguen por llevar una etiqueta que indica que han sido producidos bajo las normas del comercio justo (Espinosa, 2017).

Una de las principales características del comercio justo es la transparencia en las relaciones comerciales. Los productores y los compradores mantienen una relación directa, lo que permite conocer los costos de producción, los precios de venta y las condiciones laborales de los trabajadores. Esto se traduce en una mayor confianza entre las partes y en una reducción de los costos de intermediación (Marcillo, 2016).

Otra característica importante del comercio justo es la formación de cooperativas y organizaciones de productores (Muñiz, et al., 2019). Estas organizaciones tienen como objetivo mejorar las condiciones de vida de los productores mediante la formación de redes de apoyo y la implementación de proyectos sociales y ambientales. Además, las cooperativas y organizaciones de productores promueven la igualdad de género y la inclusión de las minorías étnicas en la producción (CECJ, 2014).

En cuanto a los beneficios del comercio justo, se destaca el hecho de que los productores obtienen un precio justo por sus productos, lo que les permite mejorar sus condiciones de vida y las de sus comunidades (Muñiz et al., 2019). También se promueve el desarrollo sostenible al fomentar prácticas ambientales responsables y el uso de técnicas de producción sostenibles. Además, el comercio justo contribuye a la creación de empleo y al fortalecimiento de la economía local (Aguilar et al., 2021).

A lo largo de los años, el comercio justo ha evolucionado para incluir también aspectos ambientales (Calisto, 2016). El comercio justo ambiental se enfoca en el uso de prácticas sostenibles de producción, como la agricultura orgánica, el manejo responsable de los recursos naturales y la reducción de la huella de carbono en la cadena de suministro (Castello, 2021). Esto asegura que el medio ambiente no sea dañado en el proceso de producción y que los productos sean ecológicos y seguros para el consumo.

El comercio justo también tiene un fuerte enfoque en la igualdad de género. Las mujeres han sido históricamente marginadas en el sector agrícola, y el comercio justo

busca abordar esta desigualdad al garantizar que las mujeres reciban el mismo trato y pago que los hombres en las comunidades productoras (Olmos, 2021).

El comercio justo es un concepto que busca promover la justicia social y económica en la cadena de suministro global. A través de prácticas éticas y sostenibles, el comercio justo busca garantizar que los trabajadores y los productores en los países en desarrollo reciban un salario justo y condiciones de trabajo dignas (Coscione, 2019). El comercio justo también busca promover la sostenibilidad ambiental y la igualdad de género en la cadena de suministro (Comet, 2016). Al fomentar la transparencia y la responsabilidad, el comercio justo permite a los consumidores tomar decisiones informadas y contribuir a la creación de un mundo más justo y sostenible (Alfaro, 2021).

Origen y evolución del comercio justo

El comercio justo es un movimiento que se originó en los años 60 y 70 en países europeos como Holanda, Suiza y Reino Unido, como una respuesta a la creciente desigualdad en las relaciones comerciales entre el norte y el sur global (Coscione, 2018). El comercio justo se concibió como una alternativa a las relaciones comerciales convencionales, y se basó en la idea de que los productores en países empobrecidos deberían recibir un precio justo por sus productos y tener condiciones laborales adecuadas. El movimiento se expandió rápidamente, y en 1989 se creó la organización Fairtrade International (anteriormente conocida como FLO, la Federación de Comercio Justo), que estableció los estándares y principios del comercio justo (García, 2011; Muñiz, 2019).

Desde su creación, el movimiento del comercio justo ha evolucionado significativamente. A medida que las preocupaciones ambientales y sociales han cobrado importancia en todo el mundo, los principios del comercio justo se han ampliado para incluir un enfoque en la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social (CEPAL, 2019). En la actualidad, el comercio justo se refiere a una variedad de prácticas comerciales y principios que buscan promover la justicia social y ambiental en las relaciones comerciales. El comercio justo se ha expandido significativamente en todo el mundo, y ahora hay miles de organizaciones de comercio justo que trabajan en todo el mundo. Los productos de comercio justo son ahora ampliamente disponibles en muchos países y se venden en tiendas especializadas, supermercados y tiendas en línea (Coscione, 2017).

Además de las organizaciones de comercio justo, también se han creado varios sistemas de certificación que establecen los estándares para los productos de comercio justo. Estos sistemas de certificación, como el sello Fairtrade de Fairtrade International, garantizan que los productores reciban un precio justo por sus productos y que se cumplan los estándares de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social (CECJ, 2020).

A lo largo de los años, el comercio justo ha sido objeto de críticas y debates. Algunos críticos argumentan que el comercio justo no es una solución sostenible a largo plazo para

los desafíos que enfrentan los productores en países empobrecidos, y que las políticas y prácticas comerciales a nivel internacional deben cambiar para abordar la desigualdad en las relaciones comerciales (Olmos, 2019). A pesar de estas críticas, el comercio justo sigue siendo una alternativa importante a las prácticas comerciales convencionales, y continúa evolucionando y adaptándose a medida que cambian las preocupaciones y necesidades sociales y ambientales.

Objetivos del comercio justo

El Comercio Justo es un movimiento que busca crear un sistema comercial más equitativo y justo para los productores de países en desarrollo. El objetivo principal del Comercio Justo es lograr que las personas que producen bienes en países en desarrollo reciban un precio justo por su trabajo y que sus derechos humanos sean respetados (García, 2011). Los objetivos del Comercio Justo son múltiples y variados, y se han desarrollado a lo largo del tiempo.

- Uno de los objetivos más importantes del Comercio Justo es reducir la pobreza y promover el desarrollo sostenible en los países en desarrollo. El Comercio Justo busca ayudar a los productores de países en desarrollo a mejorar sus ingresos y su calidad de vida, a través de la creación de mercados más justos y transparentes. Para lograr esto, el Comercio Justo fomenta la cooperación y el diálogo entre los productores, los consumidores y los distribuidores de los productos.
- Otro objetivo importante del Comercio Justo es promover el respeto por los derechos humanos y laborales en los países en desarrollo. El Comercio Justo busca garantizar que los trabajadores que producen los productos tengan condiciones laborales justas y seguras, y que no sean explotados. Además, el Comercio Justo busca garantizar que los productores tengan acceso a una educación y atención médica adecuadas, y que se respeten sus derechos culturales.
- Además, el Comercio Justo busca promover la igualdad de género y la equidad social. Esto significa garantizar que las mujeres y los hombres tengan igualdad de oportunidades y acceso a los recursos necesarios para producir bienes y servicios. El Comercio Justo también busca fomentar la igualdad social en los países en desarrollo, en particular en lo que respecta al acceso a la educación y a los servicios de salud.
- Otro objetivo del Comercio Justo es promover el desarrollo sostenible y proteger el medio ambiente. El Comercio Justo busca garantizar que los productores de países en desarrollo adopten prácticas sostenibles y respeten el medio ambiente. Esto puede incluir la adopción de prácticas agrícolas sostenibles, la promoción de la energía renovable y la reducción de la contaminación.
- Además de estos objetivos, el Comercio Justo también busca educar y concien-

tizar a los consumidores sobre la importancia del Comercio Justo y el impacto que sus decisiones de compra pueden tener en el mundo. El Comercio Justo busca promover la ética en el consumo y fomentar el consumo responsable y sostenible.

Los objetivos del Comercio Justo son reducir la pobreza y promover el desarrollo sostenible, promover el respeto por los derechos humanos y laborales, promover la igualdad de género y la equidad social, promover el desarrollo sostenible y proteger el medio ambiente, y educar y concientizar a los consumidores sobre la importancia del Comercio Justo. Todos estos objetivos están interconectados y se refuerzan mutuamente para crear un sistema comercial más justo y sostenible en todo el mundo.

Principios del comercio justo

El comercio justo es un enfoque alternativo al comercio convencional que busca establecer relaciones comerciales más justas y equitativas entre productores y consumidores. Sus principios se basan en la justicia social, el desarrollo sostenible y la protección ambiental (González, 2020). A continuación, se presentarán los principales principios del comercio justo y su importancia en la promoción de un comercio más justo y sostenible.

1er Principio. Se refiere al pago de un precio justo por los productos. Esto significa que los productores deben recibir un precio que cubra los costos de producción y les permita vivir dignamente. El comercio justo busca eliminar la intermediación y la especulación para que el precio que recibe el productor sea justo y no esté sujeto a fluctuaciones del mercado. Además, se fomenta el establecimiento de relaciones a largo plazo entre productores y compradores, lo que permite una mayor estabilidad y previsibilidad en el ingreso de los productores.

2do Principio. Es la transparencia y la responsabilidad. Esto implica que tanto los compradores como los productores deben ser transparentes en sus prácticas comerciales y financieras. Los compradores deben proporcionar información sobre la cantidad de productos que compran, el precio que pagan y las condiciones de venta. Los productores, por su parte, deben proporcionar información sobre sus costos de producción y las condiciones de trabajo de sus empleados. Además, se promueve la participación de los productores en la toma de decisiones y en la gestión de las organizaciones que promueven el comercio justo.

3er Principio. Es el respeto por los derechos humanos. Esto significa que los productores deben garantizar el respeto por los derechos de sus empleados, incluyendo el derecho a un salario justo, a un ambiente de trabajo seguro y saludable, y a la libertad de asociación y negociación colectiva. Los compradores deben asegurar que los productos que adquieren no fueron producidos con trabajo infantil, forzado o en condiciones de explotación laboral. Además, se promueve el respeto por la diversidad cultural y la equidad de género en todas las etapas del

proceso de producción y comercialización.

4to Principio. Es la protección del medio ambiente. Esto implica que tanto los productores como los compradores deben adoptar prácticas sostenibles en la producción y comercialización de productos. Los productores deben minimizar el impacto ambiental de sus actividades, conservar los recursos naturales y utilizar prácticas de producción ecológicas. Los compradores deben fomentar la producción sostenible y reducir el impacto ambiental de los productos que adquieren.

5to Principio. Es el desarrollo de capacidades. Esto implica que los productores deben recibir capacitación y apoyo técnico para mejorar la calidad de sus productos, aumentar su eficiencia productiva y desarrollar nuevas habilidades. Los compradores deben proporcionar asistencia técnica y financiera para ayudar a los productores a mejorar sus prácticas y capacidades. Además, se promueve la formación y el fortalecimiento de organizaciones de productores que les permitan mejorar su posición en el mercado y negociar mejores precios y condiciones comerciales.

6to Principio. Es la promoción de la igualdad de género y la no discriminación en el lugar de trabajo. Las organizaciones de comercio justo deben trabajar para eliminar la discriminación de género y promover la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres. Además, deben asegurarse de que las mujeres tengan acceso a recursos productivos y a la propiedad de la tierra, así como garantizar que se les pague igual que a los hombres por el mismo trabajo. Las organizaciones de comercio justo también deben garantizar que las personas LGBTQ+ no sean discriminadas en el lugar de trabajo y que se respeten sus derechos humanos.

7mo Principio. Es la garantía de condiciones de trabajo seguras y saludables para los trabajadores. Las organizaciones de comercio justo deben asegurarse de que los trabajadores tengan un entorno de trabajo seguro y saludable, incluyendo la provisión de equipo de protección personal y la capacitación en seguridad y salud en el trabajo. También deben garantizar que los trabajadores tengan acceso a atención médica y a los servicios de salud necesarios.

8vo Principio. Es el respeto por el medio ambiente. Las organizaciones de comercio justo deben trabajar para minimizar su impacto en el medio ambiente y promover prácticas sostenibles. Esto incluye la reducción del uso de energía y agua, la minimización de residuos y la promoción de la agricultura ecológica y la conservación de la biodiversidad.

9no Principio. Se relaciona con la promoción de la transparencia y la responsabilidad. Las organizaciones de comercio justo deben ser transparentes en su gestión y sus operaciones, y deben rendir cuentas a sus miembros y a los consumidores. Además, deben realizar evaluaciones regulares de sus impactos sociales, ambientales y económicos para asegurarse de que están cumpliendo con sus objetivos de justicia comercial.

Los principios del comercio justo establecen una serie de normas sociales, ambientales y económicas que deben cumplir las organizaciones que buscan promover una economía más justa y sostenible. Estos principios incluyen la promoción de una remuneración justa, la eliminación de la discriminación y la promoción de la igualdad de género, la garantía de condiciones de trabajo seguras y saludables, el respeto por el medio ambiente, y la promoción de la transparencia y la responsabilidad (IDEAS Comercio Justo, 2021). Al cumplir con estos principios, las organizaciones de comercio justo pueden contribuir a una economía global más justa, equitativa y sostenible.

Certificaciones de comercio justo

El comercio justo es un movimiento internacional que busca promover el desarrollo sostenible de las comunidades productoras de materias primas y bienes de consumo, especialmente en países en desarrollo. Para ello, se establecen relaciones comerciales más justas entre productores y compradores, asegurando un precio mínimo garantizado para los productores y un trato digno y respetuoso en el ámbito laboral (CECJ, 2006; Coscione, 2015). Una de las principales formas de garantizar estas prácticas es a través de la certificación de comercio justo, que asegura que los productos cumplen con ciertos estándares éticos y ambientales.

En la actualidad, existen diversas organizaciones que emiten certificaciones de comercio justo, cada una con sus propios estándares y criterios. En esta sección, se presentará una tabla que resume las principales certificaciones de comercio justo, sus requisitos para obtenerlas, los productos que normalmente se certifican y los países donde se comercializan (Ver Tabla 1).

Tabla 1.

Certificaciones de comercio justo

Certificación	Requisitos	Productos certificados	Países de comercialización
Fairtrade	<ul style="list-style-type: none"> • Precio mínimo garantizado para los productores. • Primas de comercio justo para la comunidad. • Normas laborales y ambientales. 	Café, té, cacao, azúcar, frutas, verduras, algodón, flores, miel, vino y productos procesados.	Más de 70 países, principalmente en Europa y América del Norte.
Rainforest Alliance	<ul style="list-style-type: none"> • Normas ambientales y sociales. • Capacitación y educación para los trabajadores y comunidades locales. • Control de plagas y enfermedades sin uso de químicos peligrosos. 	Café, té, cacao, banano, frutas, nueces, especias, mariscos, madera y turismo sostenible.	Más de 60 países, principalmente en América Latina, África y Asia.
UTZ	<ul style="list-style-type: none"> • Normas ambientales y sociales. • Capacitación y educación para los trabajadores y comunidades locales. • Mejora continua de la producción. 	Café, té, cacao, nueces, frutas y productos procesados.	Más de 30 países, principalmente en América Latina, África y Asia.
Organic Fair Trade	<ul style="list-style-type: none"> • Normas orgánicas y de comercio justo. • Sin uso de químicos peligrosos. - Precio mínimo garantizado para los productores. 	Café, té, cacao, frutas, verduras, miel, algodón, nueces y productos procesados.	Principalmente en Europa y América del Norte.
Fair for Life	<ul style="list-style-type: none"> • Normas laborales y ambientales. • Participación activa de los trabajadores y las comunidades locales. • Beneficios sociales para la comunidad. 	Café, té, cacao, frutas, verduras, flores, especias, aceites, mermeladas, miel, vino y productos procesados.	Más de 50 países, principalmente en Europa y América del Norte.

Si bien hay una variedad de certificaciones de comercio justo en todo el mundo, todas comparten objetivos similares y promueven prácticas comerciales justas. Algunas certificaciones se centran en productos específicos, como el café o el cacao, mientras que otras abarcan una amplia gama de productos (Montenegro & Cabrera, 2018; Elliott, 2012). Los requisitos para obtener la certificación varían según la certificación y el producto, pero en general, se espera que los productores y las empresas cumplan con estándares éticos y ambientales, así como con criterios sociales y económicos.

Es importante destacar que, aunque la certificación de comercio justo puede ser un paso en la dirección correcta, no es la solución definitiva a los problemas que enfrentan los productores y trabajadores de todo el mundo (Hudson & Hudson, 2015). Algunas críticas argumentan que los altos costos asociados con la certificación pueden excluir a los productores más pobres y marginados, lo que limita su capacidad para acceder a los mercados internacionales. Además, la certificación por sí sola no garantiza una solución a largo plazo para los problemas que enfrentan los productores y trabajadores, y es necesaria una combinación de políticas y prácticas para lograr un cambio significativo y sostenible.

Las certificaciones de comercio justo son una herramienta valiosa para mejorar las prácticas comerciales justas y sostenibles en todo el mundo. Aunque existen desafíos y críticas, las certificaciones ofrecen una forma de asegurarse de que los productos que compramos se produzcan y comercialicen de manera responsable y justa (Fretel, 2009;

Coscione, 2018). Al apoyar el comercio justo y las empresas que se comprometen con prácticas justas y sostenibles, podemos hacer nuestra parte para ayudar a mejorar las condiciones de vida y trabajo de los productores y trabajadores de todo el mundo.

Los productos de comercio justo incluyen una amplia gama de artículos como alimentos, textiles, artesanías y productos de cuidado personal. Los productos se comercializan en tiendas especializadas de comercio justo, supermercados y tiendas en línea (PROECUADOR, 2021; Fair Trade Foundation, 2023).

Tabla 2.
Principales productos, productores y mercados de exportación de comercio justo

Producto	Países productores	Mercados de exportación
Productos alimenticios		
Café	Brasil, Colombia, México, Perú, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua	Estados Unidos, Europa, Japón, Australia
Cacao	Ghana, Costa de Marfil, Ecuador, Perú, República Dominicana	Europa, Estados Unidos, Japón
Bananas	Ecuador, Perú, República Dominicana, Colombia, Ghana, Camerún, Costa de Marfil	Europa, Estados Unidos
Azúcar	Paraguay, Costa Rica, Colombia, República Dominicana	Europa, Estados Unidos
Té	India, Sri Lanka, Kenia, China, Argentina	Europa, Estados Unidos, Japón, Canadá
Flores	Colombia, Ecuador, Kenia	Europa, Estados Unidos
Artesanías		
Textiles de algodón tejidos a mano	India, Guatemala, Perú, Bolivia	Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Australia
Cerámica tradicional	México, Perú, Tailandia, Vietnam	Alemania, Japón, Canadá, Estados Unidos
Bisutería hecha a mano	Kenia, Perú, India, Filipinas	España, Italia, Estados Unidos, Canadá
Cestería de fibras naturales	Ghana, Bangladesh, Uganda, Bolivia	Países Bajos, Suiza, Reino Unido, Estados Unidos
Esculturas de madera	Senegal, Indonesia, Zimbabwe, Tailandia	Francia, España, Australia, Japón
Arte de papel maché	India, Tailandia, México, Perú	Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Francia
Productos de cuidado personal		
Aceite de coco	Filipinas, Sri Lanka, Indonesia	Estados Unidos, Reino Unido, Alemania
Jabones	India, Perú, Ghana	Estados Unidos, Reino Unido, Francia
Lociones	India, Tailandia, Perú	Estados Unidos, Canadá, Australia

Aceite de argán	Marruecos	Estados Unidos, Reino Unido, Australia
Productos de aloe vera	Guatemala, México, Perú	Estados Unidos, Reino Unido, Alemania
Bálsamo labial	India, Zambia, Uganda	Estados Unidos, Canadá, Reino Unido

Textiles

Textiles de algodón tejidos a mano	India, Guatemala, Perú, Bolivia	Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Australia
Cerámica tradicional	México, Perú, Tailandia, Vietnam	Alemania, Japón, Canadá, Estados Unidos
Bisutería hecha a mano	Kenia, Perú, India, Filipinas	España, Italia, Estados Unidos, Canadá
Cestería de fibras naturales	Ghana, Bangladesh, Uganda, Bolivia	Países Bajos, Suiza, Reino Unido, Estados Unidos
Esculturas de madera	Senegal, Indonesia, Zimbabwe, Tailandia	Francia, España, Australia, Japón
Arte de papel maché	India, Tailandia, México, Perú	Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Francia

Impacto del comercio justo

El comercio justo es una iniciativa que busca establecer relaciones comerciales más justas y equitativas entre los productores y los compradores. A través de la implementación de prácticas comerciales éticas y sostenibles, el comercio justo pretende mejorar las condiciones de vida de los productores y trabajadores, especialmente aquellos que se encuentran en situaciones de pobreza y marginación (Espinosa, 2017).

El impacto del comercio justo en la vida de productores y trabajadores puede ser significativo y diverso. A continuación, se describen algunos de los impactos más relevantes (Caviedes & Olaya, 2020):

1. **Mejora de las condiciones laborales:** Una de las principales ventajas del comercio justo es que ayuda a garantizar condiciones laborales justas y seguras para los trabajadores. Los productores y trabajadores reciben salarios justos y dignos, lo que les permite satisfacer sus necesidades básicas y mejorar su calidad de vida. Además, se les proporciona un ambiente laboral seguro y saludable, y se les brinda capacitación y educación para que puedan desarrollar habilidades y conocimientos que les permitan mejorar su desempeño laboral.
2. **Fomento de la autonomía:** El comercio justo promueve la autonomía de los productores y trabajadores, especialmente aquellos que se encuentran en situaciones de marginación y pobreza. A través de la promoción de la organización y la cooperación, los trabajadores pueden unirse y establecer relaciones más justas con los compradores y obtener mejores precios para sus productos. Asimismo, pueden mejorar su capacidad de toma de decisiones y aumentar su participación en el proceso de producción y comercialización.
3. **Protección del medio ambiente:** El comercio justo también tiene un impacto

positivo en el medio ambiente, ya que promueve prácticas sostenibles y responsables en la producción y comercialización de productos. Los productores son incentivados a utilizar prácticas agrícolas sostenibles y a respetar el medio ambiente en la producción de sus productos. Asimismo, los compradores que participan en el comercio justo están comprometidos con la reducción del impacto ambiental de sus actividades.

4. **Desarrollo de comunidades locales:** El comercio justo también puede tener un impacto positivo en el desarrollo de las comunidades locales. Al promover la producción local y la participación de los productores en la cadena de valor, se puede fomentar el desarrollo económico y social de las comunidades locales. El comercio justo también puede ayudar a mejorar la infraestructura y servicios en las comunidades, como escuelas, hospitales, carreteras, etc.

El impacto del comercio justo en la vida de los productores y trabajadores es positivo y significativo. Al promover prácticas comerciales justas y sostenibles, el comercio justo puede ayudar a mejorar las condiciones laborales y económicas de los trabajadores, fomentar la autonomía y la participación en la toma de decisiones, proteger el medio ambiente y contribuir al desarrollo de las comunidades locales.

Críticas al comercio justo

A continuación, se presenta una descripción sobre las críticas más comunes al comercio justo (Coscione, 2018, Sánchez, 2017; Parodi, 2015):

1. **Limitado alcance:** Una de las críticas más comunes al comercio justo es que su alcance es limitado. Aunque el comercio justo ha crecido en popularidad en los últimos años, todavía representa una fracción muy pequeña del comercio global. Esto significa que el impacto que tiene en los productores y trabajadores que participan en él es limitado y no puede ser extendido a otros que podrían beneficiarse del mismo.
2. **Falta de estandarización:** El comercio justo no tiene un solo estándar global y existen diferentes organizaciones con diferentes criterios de certificación y control. Esto puede llevar a una falta de uniformidad y transparencia en los procesos, y puede generar confusión para los consumidores y productores.
3. **Precios más altos:** Los productos de comercio justo a menudo tienen precios más altos que los productos convencionales, lo que puede disuadir a algunos consumidores de comprarlos. Además, algunos críticos argumentan que estos precios altos no siempre se traducen en beneficios significativos para los trabajadores y productores.
4. **Complejidad del sistema:** El sistema de comercio justo puede ser complicado y difícil de entender para los productores, trabajadores y consumidores. Algunas críticas sugieren que los criterios de certificación son demasiado rigurosos y costosos, lo que puede dificultar la participación de los productores más pequeños.
5. **El papel de los intermediarios:** En algunos casos, los intermediarios pueden

absorber gran parte de los beneficios que se supone que van a los productores y trabajadores. Esto puede ser especialmente cierto en áreas donde los intermediarios tienen un gran poder de negociación, lo que puede limitar el impacto del comercio justo en las comunidades locales.

6. Exclusión de algunos productores: Aunque el comercio justo se ha expandido en los últimos años, todavía hay muchos productores que no pueden participar en el programa. Esto puede deberse a que no cumplen con los criterios de certificación o a que no tienen acceso a los recursos necesarios para participar en el comercio justo.
7. Falta de impacto real: Algunos críticos argumentan que, aunque el comercio justo puede ayudar a los productores y trabajadores en ciertos casos, no aborda los problemas más profundos del comercio global y la desigualdad económica. En lugar de resolver estos problemas, el comercio justo podría ser visto como un parche temporal que no aborda las causas subyacentes.

Es importante tener en cuenta que, a pesar de estas críticas, el comercio justo ha tenido un impacto significativo en muchas comunidades y ha ayudado a mejorar las condiciones de vida de los productores y trabajadores en todo el mundo. Sin embargo, también es importante seguir discutiendo y abordando estas críticas para mejorar esta iniciativa y aumentar su impacto.

Casos de éxito reconocidos a nivel internacional

El comercio justo es un enfoque comercial que se centra en garantizar que los productores en países en desarrollo reciban precios justos por sus productos, además de condiciones laborales justas y sostenibilidad ambiental. Aquí hay algunos ejemplos de casos de éxito de comercio justo con alcance internacional (Olmos, 2019; Frohmann, 2019; Coscione, 2019):

1. Café de Comercio Justo: Uno de los primeros productos que se comercializó bajo el esquema de comercio justo fue el café. El café de comercio justo se produce en pequeñas cooperativas, donde los productores reciben un precio justo por su café, lo que les permite invertir en sus fincas y mejorar sus prácticas de cultivo. Esto ha mejorado significativamente las condiciones de vida de los productores de café y sus familias en América Latina, África y Asia.
2. Bananas de Comercio Justo: Las cooperativas de bananos de comercio justo, ubicadas en América Latina y África, ofrecen una alternativa más justa a la industria bananera convencional. Los trabajadores reciben salarios justos y se les garantiza un ambiente de trabajo seguro y saludable. Además, los productores reciben un precio justo por sus bananos, lo que les permite invertir en la mejora de sus prácticas agrícolas.
3. Textiles de Comercio Justo: La industria textil es conocida por su explotación de mano de obra barata en países en desarrollo. El comercio justo ofrece una alternativa justa para los trabajadores de la industria textil. Las cooperativas de comercio justo en países como India, Nepal y Perú, ofrecen a los trabajadores

salarios justos y condiciones de trabajo seguras. Además, los textiles producidos son sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.

4. **Chocolate de Comercio Justo:** El chocolate de comercio justo es producido por cooperativas de pequeños productores de cacao en países de América Latina y África. Los productores reciben un precio justo por su cacao, lo que les permite invertir en sus fincas y mejorar sus prácticas de cultivo. Además, el chocolate de comercio justo se produce sin explotación laboral y es sostenible.
5. **Frutas y verduras de Comercio Justo:** Los productos frescos de comercio justo, como las frutas y verduras, se producen en pequeñas cooperativas de agricultores en países en desarrollo. Los agricultores reciben un precio justo por sus productos, lo que les permite invertir en sus fincas y mejorar sus prácticas agrícolas. Además, los productos son sostenibles y se producen sin explotación laboral.

Estos son solo algunos ejemplos de casos de éxito de comercio justo con alcance internacional. A través del comercio justo, los pequeños productores y trabajadores de países en desarrollo tienen la oportunidad de mejorar sus condiciones de vida y proteger el medio ambiente. Además, los consumidores pueden sentirse bien al saber que están apoyando un sistema comercial más justo y sostenible (Niama et al., 2021).

Perspectivas sobre el comercio justo

El comercio justo ha ganado terreno en las últimas décadas y se ha convertido en una alternativa importante al comercio convencional en muchos países del mundo. Aunque aún enfrenta desafíos significativos, las perspectivas de futuro del comercio justo son bastante prometedoras. A continuación, presento algunas perspectivas de futuro del comercio justo:

1. **Crecimiento sostenido:** A medida que los consumidores se vuelven cada vez más conscientes de la importancia del comercio justo y la sostenibilidad, se espera que la demanda de productos de comercio justo siga creciendo en los próximos años. Según la Organización Mundial del Comercio Justo, el comercio justo ha experimentado un crecimiento anual del 10% en las últimas décadas.
2. **Ampliación del alcance:** El comercio justo ha comenzado a llegar a nuevos mercados en todo el mundo, especialmente en Asia, América Latina y África. Además, cada vez más empresas están adoptando prácticas comerciales justas en toda su cadena de suministro.
3. **Innovación y tecnología:** La tecnología puede ser una herramienta valiosa para impulsar el comercio justo. Las plataformas en línea pueden ayudar a conectar a los productores de comercio justo con los consumidores, y las aplicaciones móviles pueden proporcionar información detallada sobre los productos de comercio justo.
4. **Mejora de la certificación y la transparencia:** A medida que crece el comercio justo, es necesario mejorar los sistemas de certificación y transparencia. Esto

permitirá a los consumidores saber exactamente de dónde provienen los productos que compran y cómo se producen.

5. Colaboración y cooperación: Para asegurar el éxito del comercio justo, es necesario trabajar juntos y cooperar a nivel local e internacional. Las empresas, los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales pueden trabajar juntos para promover prácticas comerciales justas en todo el mundo.

El comercio justo tiene un futuro prometedor debido a la creciente conciencia sobre la sostenibilidad y la justicia social. Sin embargo, es necesario abordar los desafíos en curso y trabajar juntos para asegurar que el comercio justo continúe creciendo y tenga un impacto positivo en los productores y consumidores de todo el mundo (Niama et al., 2021).

Comercio justo y casos de éxito en el sur del Ecuador

El comercio justo es una práctica comercial que busca crear mejores condiciones para los pequeños productores y trabajadores de todo el mundo. Se trata de un sistema que se enfoca en ofrecer precios justos, buenas condiciones laborales y una relación comercial sostenible para todos los involucrados.

En las provincias de El Oro y Loja, en Ecuador, existen varios casos de éxito de comercio justo. Estas iniciativas han logrado mejorar la calidad de vida de los productores locales, al mismo tiempo que ofrecen productos de alta calidad a los consumidores.

Entre los casos de éxito que se pueden encontrar en estas provincias, se encuentran cooperativas de productores que han logrado comercializar sus productos a nivel nacional e internacional, así como pequeñas empresas que se enfocan en ofrecer productos de alta calidad y sostenibles. Cada uno de estos casos representa un ejemplo de cómo el comercio justo puede tener un impacto positivo en las comunidades y en el medio ambiente.

• Asociación de pequeños productores El Guabo (ASOGUABO)

La Asociación de Pequeños Productores Bananeros El Guabo (ASOGUABO), situada en la vía Panamericana Sur y Quinta Oeste en El Guabo, provincia de El Oro, reúne a pequeños productores bananeros ubicados en las provincias de El Oro, Guayas y Azuay. Los asociados se dedican al procesamiento del banano, empaquetándolo en cajas convencionales y orgánicas para su exportación a países como Estados Unidos y Europa. Este proceso se lleva a cabo bajo las modalidades del comercio justo, cumpliendo con rigurosos estándares y normas internacionales. Además, suministran banano al granel, tanto convencional como orgánico, a una empresa local.

Con el respaldo del Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), la Asociación ha conseguido cambios significativos que la han transformado en un actor estratégico para el desarrollo del país. ASOGUABO ha adquirido un fuerte compromiso con sus asociados y trabajadores,

garantizando el cumplimiento de las normas de salud y seguridad, proporcionando vivienda adecuada cuando corresponde, y respetando otros criterios de FAIRTRADE. Todo ello les permite utilizar el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE en su banano.

Figura 1.

Imagen corporativa de ASOGUABO



Nota. Tomado de <https://cecejecuador.org.ec/socios/>

Uno de los mayores aportes de ASOGUABO al movimiento de comercio justo ha sido la creación de una red de productores comprometidos con el comercio equitativo y el desarrollo sostenible. A lo largo de los años, la Asociación ha brindado asesoría técnica y apoyo a sus miembros, facilitando el crecimiento y consolidación de numerosos pequeños productores que han logrado mejorar sus condiciones laborales y socioeconómicas.

Esto se ha conseguido mediante la implementación del Programa de Mejoramiento Social y Ambiental (PROMESA). En el ámbito social, PROMESA asegura que los socios productores estén afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y reciban beneficios como una canasta de productos, bonos escolares para los hijos de los productores, y la afiliación a un seguro médico privado, entre otros. En el ámbito ambiental, el programa supervisa las actividades en las fincas para garantizar que se cumplen las normas requeridas por los consumidores europeos y la legislación ecuatoriana.

ASOGUABO está comprometida con proporcionar la mejor fruta tropical a los mercados internacionales, a través de la rigurosa adhesión a estándares reconocidos globalmente en buenas prácticas agrícolas, comercio justo y seguridad de la carga. Además, se compromete a mantener la integridad de sus procesos, prevenir delitos como la corrupción, el soborno, el lavado de activos y otros que puedan afectar la institucionalidad de la asociación, contribuyendo así al desarrollo económico del país.

De esta forma, ASOGUABO es un claro ejemplo de liderazgo y compromiso en el ámbito del comercio justo y la sostenibilidad. Su trayectoria y logros han servido de inspiración para otras organizaciones y demuestran que es posible construir un modelo de negocio más justo, ético y respetuoso con el planeta y sus habitantes.

- **Asociación de Producción de Banano 24 de Diciembre (ASOPROBADI)**

ASOPROBADI fue fundada el 24 de diciembre de 2013 en el cantón de Machala, en la provincia de El Oro, gracias a la iniciativa de un grupo de agricultores dedicados a la producción de banano orgánico. Constituida como una asociación, está dirigida por una junta general de socios que se comprometió a cumplir los estándares mínimos de FAIRTRADE en la producción bananera, garantizando así un sistema confiable y homólogo que abarca desde la siembra hasta el embarque del producto para su comercialización. Además, todas las fincas tienen la certificación orgánica y Global GAP a través de las empresas certificadoras Control Unión y Ceres.

La misión de ASOPROBADI es proporcionar asistencia técnica, apoyar a los productores y sus familias, comercializar directamente para evitar intermediarios y obtener ingresos justos, incrementar la productividad de las fincas, y desarrollar un negocio sostenible. Además, promueve las Buenas Prácticas Agrícolas y los valores del Comercio Justo.

Figura 2.

Imagen corporativa de ASOPROBADI



Nota. Tomado de <https://cejecuador.org.ec/socios/>

En ASOPROBADI, el compromiso con el medio ambiente es fundamental. Por ello, no utilizan químicos que puedan dañarlo y se esfuerzan al máximo para que sus productos cumplan con altas normas internacionales, garantizando así su calidad. Su compromiso social va más allá de asegurar que sus productores tengan una cuota o una finca. Se comprometen a ser un aliado en su producción, un socio estratégico en el que puedan confiar y prosperar. Continuamente se esfuerzan por mejorar la calidad de vida de sus asociados.

- **Asociación Agraria Bananera Fincas de El Oro (Fincas de El Oro)**

La Asociación de Bananeros Fincas de El Oro (ABFE) es un caso de éxito en el comercio justo reconocido a nivel internacional por su trabajo en la producción de banano sostenible y socialmente responsable en Ecuador. Esta asociación, fundada por un grupo de agricultores dedicados a la producción de banano orgánico para los mercados externos de comercio justo, se ubica en la Av. Principal 3 y Av. De Las Américas, en Machala, El Oro.

Figura 3.

Imagen corporativa de Fincas de El Oro



Nota. Tomado de <https://cejecuador.org.ec/socios/>

Su misión consiste en brindar asistencia técnica y apoyo a los productores y sus familias, comercializar directamente para evitar intermediarios, obtener ingresos justos, incrementar la productividad de las fincas, desarrollar un negocio sostenible y promover las Buenas Prácticas Agrícolas y los valores del Comercio Justo Fair Trade.

En la actualidad, la ABFE cuenta con un sistema de exportación directa de alta capacidad, respaldado por su propia infraestructura y equipo logístico, siempre manteniendo la calidad y cumpliendo con normas nacionales e internacionales. Adicionalmente, agregan valor a su producto aplicando responsabilidad social y ambiental. Entre sus productos destacados se encuentran la cerveza artesanal de banano, jugo de banano orgánico, néctar de banano orgánico y mermelada artesanal de banano orgánico.

La ABFE ha desarrollado un proyecto para la elaboración de BIOFERMENTOS, un bioproducto que inocula los suelos de las fincas con microorganismos benéficos, obtenidos a través de procesos de fermentación, para mejorar la salud del suelo, reducir la cantidad de fertilizantes y potenciar su fertilidad. La asociación participa en capacitaciones y talleres sobre temas productivos, ambientales, organizativos, de seguridad y salud ocupacional, entre otros. Como parte de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, pertenecen a la CLAC, con quienes planifican talleres y acciones para fortalecer las organizaciones en temas de equidad de género, estándares FairTrade, consulta de estándares, entre otros.

Para minimizar la huella hídrica en el proceso de empaque del banano, la ABFE ha implementado sistemas de boquillas presurizadas que disminuyen el uso de agua y mejoran el lavado de la fruta. Actualmente, el 95% de las fincas cuentan con este sistema, el cual se complementa con la reducción a un mínimo aceptable de la profundidad de las tinas. Actualmente, la ABFE está desarrollando derivados de banano, tales como jugo, néctar, mermelada, cerveza y vino. Este emprendimiento surgió con el objetivo de crear fuentes de trabajo para las familias ecuatorianas y aprovechar el banano como materia prima para la creación de productos con altos estándares de calidad.

- **Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur (FAPECAFES)**

La FAPECAFES fue fundada en 2002 cuando siete asociaciones de pequeños productores de café en el sur de Ecuador, cansados de los abusos de los intermediarios, se unieron con el objetivo de acumular un volumen de producción suficiente para la exportación y fortalecer su poder de negociación con los importadores y tostadores internacionales. FAPECAFES tiene su sede en Catamayo, en la vía a Cariamanga Km 2 1/2 El Salado s/n.

Figura 3.

Imagen corporativa de Fincas de El Oro



Nota. Tomado de <https://www.facebook.com/p/Fapecafes-100071433994647/>

FAPECAFES es una empresa sostenible gracias a la calidad de sus productos, el aumento de volumen y la introducción de nuevas líneas de producción. Esta sostenibilidad está respaldada por una gestión financiera y socio-organizativa efectiva, así como los valores de sus socios. Como resultado, FAPECAFES ha logrado una posición competitiva en el mercado mundial y es reconocida por su responsabilidad social y ambiental. Hoy en día, además del café, FAPECAFES produce otros productos agroartesanales orgánicos como miel de abejas y subproductos, y chifle de plátano. Con la posibilidad de expandir su oferta, la asociación trabaja con adecuadas condiciones fitosanitarias en las fincas, diversificación de cultivos y prohíbe el uso de agroquímicos.

Su misión es comercializar de forma asociativa productos de calidad, garantizando los volúmenes requeridos por el mercado y aplicando procesos responsables ambiental y socialmente para lograr la sostenibilidad de la organización y mejorar la calidad de vida de sus socios. Entre los productos orgánicos de alta calidad que ofrece FAPECAFES, todos cuidadosamente preparados para su exportación a los mercados más exigentes del mundo, se encuentran: chips de plátano salado; chips de plátano dulce; café molido y en grano tostado a granel; y café verde.

Las cuatro asociaciones que actualmente conforman la Federación son PROCAP

(Asociación Agroartesanal de Productores de Café de Altura Puyango), APECAM (Asociación de Pequeños Exportadores de Café Especial de Marcabelí), PROCAFEQ (Asociación Agroartesanal de Productores de Café de Altura de Espíndola y Quilanga), y APECAP (Asociación de Productores Ecológicos de Altura de Palanda). Cada una de estas asociaciones tiene su propia historia, número de socios, experiencia en exportaciones y procesos de certificación orgánica, y contribuyen a la Federación de distintas maneras.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

El concepto de comercio justo ha surgido como respuesta a las prácticas comerciales desleales que existen desde hace mucho tiempo en el mercado global. El objetivo principal del movimiento de comercio justo es garantizar que los productores y trabajadores de los países en desarrollo reciban una compensación justa por sus bienes y servicios, al mismo tiempo que se promueve la sostenibilidad ambiental. Los principios del comercio justo se basan en la transparencia, la equidad, la igualdad de género, el respeto a los derechos humanos y laborales y la protección del medio ambiente.

La certificación de comercio justo es realizada por organismos independientes que verifican el cumplimiento de los estándares y normas internacionales. Los productos de comercio justo van desde alimentos hasta artesanías y textiles, entre otros. El impacto del comercio justo ha sido significativo en la mejora de las condiciones de trabajo y de vida de productores y trabajadores, y en la promoción de la sostenibilidad ambiental. Sin embargo, el comercio justo también ha enfrentado críticas debido a la complejidad del proceso de certificación y el acceso limitado de los pequeños productores a los mercados internacionales.

A pesar de estos desafíos, el comercio justo continúa evolucionando y creciendo. Los casos de éxito en la región sur de Ecuador, como ASOGUABO, Fincas de El Oro, ASOPROBADI, FAPECAFES, demuestran que el comercio justo puede tener un impacto positivo en las comunidades locales y en la economía. En el futuro, el comercio justo seguirá desempeñando un papel crucial en la promoción de la sostenibilidad y las prácticas comerciales equitativas. A pesar de estos desafíos, el comercio justo continúa evolucionando y creciendo.

AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Propuestas de mejora de la competitividad empresarial de la pyme de la provincia de El Oro”, proyecto que está adscrito a la carrera de Administración de Empresas de la UMET, Sede Machala; y la colaboración de colegas de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad de Organizaciones (RILCO).

REFERENCIAS

- Aguilar Poaquiza, J. B., Avalos Peñafiel, V. G., Moncayo Sánchez, Y. P., & Carrión Torres, M. V. (2021). Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 49-63. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372021000100049&script=sci_arttext
- Angulo Paredes, D. I. (2013). *Los beneficios del comercio justo y su relación con la economía social y solidaria. Los casos: Camari y del centro de exportaciones Grupo Salinerito* [Master's thesis, Quito: FLACSO Sede Ecuador]. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6145/5/TFLACSO-2013DIAP.pdf>
- Calisto, M. (2016). Comercio justo, seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos. *Íconos*, 55
- Castelo, E. M. S., Guadalupe, C. S. A., & Auquilla, A. P. G. (2021). El comercio justo en el contexto del desarrollo sostenible. *Visionario digital*, 5(1), 36-51.
- Caviedes Rubio, D., y Olaya Amaya, A. (2020). Impacto ecológico, social y económico de fincas certificadas en buenas prácticas agrícolas y comercio justo. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 17. [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CDR/17%20\(2020\)/11764515001/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CDR/17%20(2020)/11764515001/)
- Comet, D. (2016). COMERCIO JUSTO: Una alternativa comercial sostenible y respetuosa con los Derechos Humanos. *Antropología Experimental*, (16). <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/3287>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2019). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44918/7/S1900748_es.pdf
- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo CECJ (2006). *El Comercio Justo como herramienta de cooperación al desarrollo. ABC del Comercio Justo*. https://web.unican.es/unidades/oficina-accion-solidaria/Documents/publicaciones/abc_del_comercio_justo.pdf
- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (2014). *Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo*. CLAC <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Estrategia-Ecuatoriana-de-Comercio-Justo.pdf>
- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (2020). *Guía Internacional de Sellos de Comercio Justo*. CLAC, https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/03/GUIA_INTERNACIONAL_DE_SELLOS_web.pdf
- Coscione, M. (2015). América Latina y el sentido originario del comercio justo. *Eutopía*, 7. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5236453>
- Coscione, M. (2017). *Comercio Justo y Objetivos de Desarrollo Sostenible*. CLAC (Ed.), 8, 19. <https://www.altramerica.info/wp-content/uploads/2018/03/cjods-1.pdf>
- Coscione, M. (2018). *Comercio justo en clave decolonial*. CLACSO. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/kavilando/20181116025509/0.pdf>

Coscione, M., Mulder, N., Alvarez, M., Costa, S., Fuentes, A., Olmos, X., Romkema, C., Vélez, S. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. CEPAL y CLAC. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/42404-aporte-comercio-justo-al-desarrollo-sostenible>

Darko, E., Lynch, A., & Smith, W. (2017). *The impact of Fairtrade: A review of research evidence 2009–2015*. London: Overseas Development Institute. https://files.fairtrade.net/publications/2017_ODI_FairtradeImpact.pdf

Egas, F. A. (2017). Comercio justo o economía solidaria. *Revista Afese*, 49(29), 1-4. <https://base.socioeco.org/docs/562-1101-1-sm.pdf>

Elliott, K. (2012). Is my fair trade coffee really fair? Trends and challenges in fair trade certification. *CGD Policy Paper*, 17. https://www.cgdev.org/sites/default/files/1426831_file_Elliott_Fair_Trade_Really_Fair_FINAL.pdf

Espinosa, B. (2017). *Las redes de comercio justo: interacciones entre el don y el intercambio mercantil*. FLACSO. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57222.pdf>

FAIR TRADE FOUNDATION (2023). *Buying Fairtrade*. <https://www.fairtrade.org.uk/buying-fairtrade/>

Fretel, A. C. (2009). *Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*. AC Fretel, Comercio Justo Sur-Sur. <https://www.economiasolidaria.org/recursos/biblioteca-comercio-justo-sur-sur/>

Frohmann, A., Mulder, N., & Olmos, X. (2021). *Los incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional*. Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46604/1/S2000778_es.pdf

Garbarski, L. (2015). Review of the book Fair Trade in CSR Strategy of Global Retailers. *Management and Business Administration*. Central Europe, (3), 105-109.

García Chiang, Armando. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis*, 7(1), 105-140. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332011000100005&lng=es&tlng=es.

González Castrillo, L. (2020). *El comercio justo: caracterización general y análisis empírico sobre el consumo de sus productos entre los estudiantes de la Universidad de León*. <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/13296/GONZ%C1LEZ%20CASTRILLO,%20Laura.pdf?jsessionid=E628BC1AE1E75642E5B9A74F6385B572?sequence=1>

Hudson, Ian, y Mark Hudson. 2015. «Una Crítica Vacilante: Cómo El Potencial Del Comercio Justo. *Eutopía*. *Revista De Desarrollo Económico Territorial*, n.º 7 (noviembre), 131-45. <https://doi.org/10.17141/eutopia.7.2015.1793>

IDEAS Comercio Justo (2021). *Conocer le comercio justo: mitos, realidades y preguntas frecuentes. Los 10 principios del comercio justo en cifras y casos prácticos*. https://ideas.coop/wp-content/uploads/2021/02/Mitos_02.pdf

Infante, E. (2012). Comercio justo: una propuesta histórica y conceptual. *Suma de negocios*, 3 (2). <https://www.redalyc.org/journal/6099/609966986009/html/>

Marcillo, C. (2016). *Vive Comercio Justo. Manual básico de conceptos, avances y proyecciones en el Ecuador*. https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf

Montenegro, Y. A., & Cabrera Peña, K. I. (2018). El mercado de los productos con denominación de origen a través del comercio justo. Perspectivas y retos. *Boletín mexicano de derecho comparado*, 51(152), 655-677. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0041-86332018000200655&script=sci_arttext

Niama Rivera, L. M., Villacrés Pumaguallé, M. L., & Barba Vera, R. G. (2021). Comercio justo: La dinámica intermedia entre el productor y el consumidor. *AlfaPublicaciones*, 3(3.1), 185–201. <https://doi.org/10.33262/ap.v3i3.1.86>

Olmos, X. (2021). *La superación de brechas de género en el comercio justo: el caso de pequeños productores de América Latina*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47452/1/S2100737_es.pdf

Parodi, Gabriela. (2015). Comercio justo, tipología de actores y prácticas comerciales controvertidas. *Papeles de trabajo - Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio-Cultural*, (29), 89-111. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-45082015000100006&script=sci_arttext&tlng=pt

PROECUADOR (2021). <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/08/Anuario-de-Exportaciones-del-sector-asociativo-y-comercio-justo-VF-Ingles.pdf>

Raynolds, L. (2012). Fair trade: social regulations in global food markets. *Journal of Rural Studies*, 28 (3). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016712000472>

Rodríguez de Vera Mouliáá, M. (2015). *El comercio justo. Análisis de un movimiento social dividido en el siglo XXI*. <https://core.ac.uk/download/pdf/78049681.pdf>

Segura Pansza, L., & Pansza, L. S. (2012). *Orígenes y evolución del comercio justo: críticas y beneficios de este esquema alternativo*. <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/632271/33068001105198.pdf?sequence=1>

Valero, A. (2021). Gerencia social y comercio justo: un nuevo enfoque. Soraya Husain y Emma Ávila (Eds), *Comercio Justo y Consumo Responsable*, 15-46. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/12559/3/Libro_Comercio%20justo%20y%20consumo%20responsable_2021.pdf

DINÁMICAS ESTADO-MERCADO EN AMÉRICA LATINA: ANÁLISIS DE LA CONCERTACIÓN DE CAPITALES PÚBLICOS-PRIVADOS EN EL LIBRE MERCADO

Data de aceite: 01/11/2023

Armando Urdaneta-Montiel

Universidad Metropolitana, Sede Machala
<https://orcid.org/0000-0002-9825-9453>

Eugenia Palomeque-Solano

Universidad Metropolitana, Sede Machala
<https://orcid.org/0000-0002-5636-4829>

Gracián Moran-Molina

Universidad Metropolitana, Sede Machala
<https://orcid.org/0000-0002-2101-6752>

RESUMEN: El objetivo de esta investigación fue analizar, desde la perspectiva filosófica, el papel del Estado en América Latina, en un modelo de libre mercado y la concertación de capital público y privado. Para alcanzar este objetivo, se contextualizó la investigación en el enfoque epistemológico cualitativo, con un tipo de investigación analítica, apoyada en un diseño documental y retrospectivo, utilizando como técnica de procesamiento de datos, el análisis de contenido, de artículos y bibliografía especializada sobre la materia. El análisis permitió comprender las funciones primigenias del Estado en América Latina, en un sistema de regímenes democráticos liberales, utilizando la combinación de capital público

y privado, para producir bienes públicos que busquen el óptimo de Pareto, sobre cómo mejorar la calidad de vida de las personas sin perjudicar las esferas pública o privada, a través de la producción de bienes públicos dentro del marco de esa concertación. Al respecto, cualquier modelo o iniciativa de democracia liberal para América Latina implica, primeramente, la conciliación de los derechos naturales; a saber: el derecho a la vida, la libertad y la propiedad, con el Estado de derecho y la administración de justicia, lo cual es contrario al uso del monopolio de la fuerza por parte de algunos estados.

PALABRAS-CLAVE: Estado, libre mercado, concertación de capital, democracia liberal, derechos naturales.

GOVERNMENT-MARKET DYNAMICS IN LATIN AMERICA: ANALYSIS OF PUBLIC-PRIVATE CAPITAL COORDINATION IN THE FREE MARKET

ABSTRACT: The aim of this research was to analyze from a philosophical perspective, the role of the State in Latin America, in a free-market model and the coordination of public and private capital. To achieve this objective, the research was contextualized in the qualitative epistemological approach,

with a type of analytical research, supported by a documentary and retrospective design, using as a data processing technique, content analysis, articles and specialized bibliography on the subject. The analysis allowed us to understand the original functions of the State in Latin America, in a system of liberal democratic regimes, using the combination of public and private capital, to produce public goods that seek the Pareto optimum, on how to improve the quality of life of the people without harming the public or private spheres, through the production of public goods within the framework of this agreement. In this regard, any model or initiative of liberal democracy for Latin America implies, first, the reconciliation of natural rights; namely: the right to life, liberty and property, with the rule of law, the administration of justice, which is contrary to the use of the monopoly of force by some states.

KEYWORDS: Government, free market, capital coordination, liberal democracy, natural rights.

JEL: H82, H83, I31, I38

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente artículo fue abordar, desde la perspectiva filosófica, el papel del Estado en América Latina, en un modelo de libre mercado. Se analiza la concertación de capital público y privado para la generación de bienes y servicios públicos, como base fundamental de la democracia liberal como forma de gobierno.

Por consiguiente, la reflexión de este trabajo parte de la premisa de que, en América Latina, se siguen cometiendo, de forma recurrente, los mismos errores desde hace setenta años, en materia político-electoral. Esto ha ocurrido a través de una persistente inclinación hacia modelos estatistas de planificación indicativa, y en algunos casos, hacia una planificación centralizada, lo que implica inconvenientes significativos. Todo esto ocurre bajo sistemas de gobierno de carácter anocráticos y autocráticos¹ que han mantenido estancada económica y socialmente a la región, que en el año 1960 representaba el 6,07% del PIB global y el 7,23% de la población mundial; mientras al cierre de 2021, la región representaba el 5,65% del PIB global y el 8,30% de la población mundial, según cifras del Banco Mundial (2023); en pocas palabras, la región está estancada económicamente.

Sin embargo, desde vastos sectores académicos y políticos de los distintos países, insistentemente se continúa apostando por este tipo de modelos colectivistas, a través de la integración en organizaciones y bloques regionales y subregionales, tales como el Sistema Interamericano, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Estos entes, mediante políticas inflacionistas y endeudamiento, de acuerdo a Sabino (1999), persiguen mantener el respaldo financiero de sus políticas oclocráticas y populistas. En este contexto, conciben a la mayor parte de la sociedad como

1 Los sistemas de gobierno: a) anocráticos, se caracterizan por ser inestables o ambiguos, sin una estructura claramente democrática ni autocrática, y que a menudo presentan características de ambos; y b) autocráticos: el poder se concentra en manos de una sola persona o de un grupo reducido, con limitada participación política y poca consideración a las libertades civiles de la población.

un grupo necesitado y desafortunado, que clama por asistencia. Desde esta perspectiva se considera que, donde existe una necesidad surge un derecho, que debe ser sostenido mediante un incremento de la carga fiscal sobre aquellos más favorecidos dentro de la sociedad, a la par de la aplicación de las mencionadas políticas económicas.

Lo antes planteado, es una ruptura del orden y comunidad que debe representar un Estado según Thomas Hobbes, uno de los padres del contractualismo (el origen del Estado es un contrato), como resultado de la interpretación humana. Por tanto, es función del estado, asegurar a todos los hombres no solo el derecho a la vida y los derechos individuales de la libertad sino, también, sus intereses privados. El sujeto hobbesiano es propietario de los frutos de su trabajo, por lo cual no le debe nada a la sociedad (Röpke, 2018).

Cabe destacar que, estos privilegiados no son más que trabajadores, microempresarios y empresarios, que, producto del esfuerzo individual a través del estudio, el trabajo y la captación de oportunidades de negocios que ofrece el mercado, han logrado desde sus generaciones precedentes, construir un mejor porvenir para ellos y para su familia, y con ello tener una convivencia social de mayor bienestar. Pero dicho bienestar depende de que este sacrifique buena parte de su patrimonio e ingresos en beneficio de la burocracia estatal y los “*free rider*”².

Todo esto contravien la finalidad del poder político planteado por John Locke, padre del liberalismo clásico, según el cual, el fin del poder político es dictar leyes para regular y preservar la propiedad. Este señala que no todos los miembros de una sociedad que acatan el contrato social tienen derechos políticos iguales, pues eso depende de las propiedades que poseen. Pero esta apropiación privada, a su vez según Locke, permite mejorar la situación de todos, porque se produce más riqueza (Hazlitt, 1962).

Desde la óptica de esas ideas, y con la perspectiva neoliberal dentro del Modelo de Estado democrático, constituye en una prioridad, la concertación de capital público y privado para la generación de bienes públicos, donde el Estado y el sector privado invierten de manera conjunta a valor presente, con excepciones fiscales a futuro; para este último, en obras públicas que benefician a la sociedad, la dinámica económica y la competitividad del sistema productivo (Porat , 2009). La producción privada de bienes públicos es una realidad, con la finalidad de resarcir a la sociedad los efectos causados por las externalidades negativas y hacer un buen uso de los beneficios captados del mercado producto de la dinámica económica (externalidades positivas), que deben ser internalizadas por quienes las producen (Potts, 2003).

En cambio, los “*free rider*” representan una carga fiscal para la sociedad porque hacen uso de los bienes públicos y no pagan por ello. Para Benegas (2002), al respecto,

² Free rider, es un término atribuido a Marcur Olson, se refiere a una persona o entidad que se beneficia de un recurso, servicio o bien, sin pagar por él o sin contribuir (o contribuir adecuadamente) a su creación o mantenimiento. Es un concepto comúnmente discutido en economía, especialmente en relación con bienes públicos y externalidades.

los consumidores de bienes o servicios indivisibles, sobre todo públicos, que se benefician de ellos sin pagar contraprestación alguna, asumen que tienen un derecho por encima del de los demás, pues tienen la convicción de que el resto de la sociedad les debe algo, a lo que Ludwig von Mises catalogó como “El Complejo de Fourier” haciendo referencia al socialista utópico del siglo XIX Charles Fourier, como se menciona en Fedako (2007). Esto desencadena emociones negativas en los individuos que conforman la sociedad, y da lugar a conductas no deseadas o desadaptativas, producto de una interpretación errónea de la realidad, en la que se responsabiliza al orden social existente como la principal causa de la pobreza; es decir, a las empresas, el mercado, la competencia (aunque sea imperfecta), y se aspira a una “redistribución de la riqueza” (Urdaneta et al., 2022).

Por esa razón, mientras más demandas de este tipo se presentan en la sociedad, se propende a apoyar a gobiernos que establezcan un mayor número de legislaciones que van limitando progresivamente los derechos de propiedad, la competencia empresarial y el libre mercado (Mises., 1998); al mismo tiempo que se buscan imposiciones cada vez más progresivas, porque simplemente ayudar a otros es un deber moral (Rand, 2021). Esto contradice a Locke, para quien debe existir preeminencia del individuo por sobre la sociedad; es decir, la primacía del derecho individual a la apropiación frente a las exigencias morales del colectivo (sociedad) que pretende redistribuir las propiedades. En ese sentido, John Locke deduce la necesidad de transferir los derechos y libertades naturales a un poder soberano como el Estado civil para el aseguramiento de la propiedad privada, que en el estado de naturaleza sería inalcanzable.

El propio Rand, indica que el fin moral de la vida humana es la consecución de su propia felicidad. Esto no significa que un individuo sea indiferente a todas las demás personas, que la vida humana no tenga valor y que los seres humanos no deban tener motivos para ayudar a los demás en una emergencia. Ahora bien, eso no supone que deba someter su bienestar particular al bienestar de los demás, sacrificándose económicamente por las necesidades de otros individuos; esa no debe ser su preocupación fundamental, cualquier contribución que brinde es la excepción, no la regla.

El presente trabajo está estructurado en un resumen que sintetiza los aspectos más relevantes tratados, una introducción a la temática haciendo énfasis en las razones del intervencionismo, luego se hace una revisión de la literatura para fundamentar filosófica y teóricamente los aspectos analizados, para luego presentar una propuesta teórica basada en el modelo de estado de libre mercado y la concertación de capital público y privado para la generación de bienes y servicios que permitan una mayor dinamización de la economía.

Dogma de Montaigne y dinamismo del mercado

El fundamento filosófico de los fenómenos antes discutidos puede hallarse en lo que Mises (1980, p. 965) llamó “el dogma de Montaigne”. Este dogma se refiere a las ideas del

filósofo Michel Montaigne, quien sostenía que la constante variación en las condiciones del mercado impide la existencia de una economía de ritmo constante. Este dinamismo resulta en ganancias y pérdidas que benefician a algunos mientras perjudican a otros, estableciendo que toda ganancia conlleva una pérdida para otra persona. Por tanto, en una economía de mercado, siempre existirá un conflicto irreconciliable entre los intereses de diferentes grupos sociales y países (Urdaneta et al., 2022).

Esta visión ha conducido al desarrollo de propuestas económicas de corte colectivista que buscan abordar estos fenómenos. Sin embargo, dichas propuestas no integran adecuadamente el individualismo metodológico y axiológico ni la perspectiva subjetivista, elementos que, según Hayek, son esenciales para avanzar en la ciencia económica basada en una aplicación profunda y coherente del subjetivismo humano. Esto se refiere a la capacidad de actuar de manera emprendedora y creativa (Huerta de Soto, 2020).

Por otro lado, en Latinoamérica se han promovido supuestas revoluciones en respuesta a la pobreza y desigualdad social. Sin embargo, en esencia, estos movimientos constituyen sistemas que inhiben la libertad de acción humana o la función empresarial. Ambos términos son intercambiables, ya que cada acción empresarial genera información tácita, dispersa y subjetiva, donde los actores se ven precisados a adaptar sus acciones según las necesidades y circunstancias de los demás, forjando, de manera espontánea e inconsciente, los lazos sociales que posibilitan la coexistencia (Huerta de Soto, 2020).

Todo ello ocurre en un contexto donde, la función empresarial puede generar la información precisa para hacer eficaz el cálculo económico, entendidos como juicios extrapolados sobre el resultado de diferentes cursos de acción. Al identificar y comprender adecuadamente la naturaleza de este asombroso proceso de coordinación social y cálculo económico que surge solo de los intercambios voluntarios entre oferentes y demandantes en los procesos de mercado, se pueden contrastar los profundos efectos de la falta de coordinación social y la ausencia de cálculo económico; que forzosamente, ha de producir toda coerción institucional ejercida contra la función empresarial libre (Huerta de Soto, 2020).

Esta coerción institucional ejercida por los gobiernos al imponer unilateralmente decisiones y acciones en la búsqueda de soluciones al problema económico y social de manera improvisada, guiados por fundamentos de carácter más ideológico-político, que obedeciendo a la racionalidad económica, termina por generar un enorme costo económico y social en el mediano y largo plazo; los cuales, son resultados de las recurrentes crisis económicas de corto plazo, todas ellas, consecuencia de un gasto público exacerbado con tasas de crecimiento superior al de la renta nacional.

En adición a lo antes mencionado, las intervenciones de los Bancos Centrales, con la inyección de dinero fiduciario a la economía para monetizar el déficit público, se traduce cada vez en mayor endeudamiento de la nación y mayor inflación. De acuerdo a McLeay et al. (2015), esto implica mayores impuestos futuros a las generaciones por venir, ni

hablar de los impuestos presentes (elevado señoreaje, presión fiscal y tributaria), terminan destruyendo toda la cadena de incentivos a la producción. Esto se agrava debido a la proliferación de regulaciones que son resultado del cada vez mayor control estatal sobre la actividad económica, cuya necesidad de recursos fiscales es infinita, lo que conlleva cada vez mayores grados de intervención para poder saciar el creciente y voraz gasto fiscal (Urdaneta y Borgucci, 2021).

Lo anterior, es resultado de una errónea concepción del derecho, según la cual donde existe una necesidad social nace un derecho (Tejada, 2013), por esta razón se tiene textos constitucionales y todo un marco jurídico atiborrado de derechos sociales, que desde el campo de la economía institucional, hacen a los gobiernos inviables desde el punto de vista fiscal, porque simple y llanamente no existe presupuesto público que soporte el financiamiento de dicho estado de derecho social. Se suma a ello la corrupción política y la ineficiencia institucional producto de la excesiva burocracia justificada por un estado cada vez más desmesurado, que da respuesta de manera descoordinada a todas las necesidades sociales existentes, mediante políticas sociales oclocráticas.

Dentro de ese marco, se deben aplicar políticas fiscales que permitan mediante la reducción de impuestos, que no se generen efectos significativos en la producción de bienes y servicios públicos, porque sería el mismo sector privado quien los produciría (Bennett y Johnson, 1980); esto puede lograrse a través de la concertación de capital público y privado en áreas tan sensibles como: aseo urbano, protección contra incendios, asistencia sanitaria y hospitalaria, líneas aéreas, entre otros, donde la evidencia indica, que en las economías modernas esto es una realidad: la prestación de servicios públicos por parte del sector privado ofrece una excelente oportunidad de reducción de impuestos sin sacrificar los servicios (Urdaneta et al., 2019).

Sin embargo, ello podría explicar por qué América Latina sigue optando por modelos políticos y económicos de caracteres colectivistas; para Popper (2010), todas las sociedades y, en especial las de esta región, tienen la nostalgia de la tribu, el anhelo de retornar al abrigo del hogar patriarcal y de hacer que sus límites sean los del mundo. Es una especie de sentimiento místico de un cosmos bajo una especie de lo eterno, algo utópico que pretende hacer el reino de Dios en la tierra. Y es precisamente en este tipo de sociedades, donde todas las decisiones las toma el Patriarca, el líder carismático, el cacique, el brujo, el jefe, el gran dirigente, o jerarca, el hombre superior citando a José Ingenieros, ante el cual la tribu se somete y se libera de tomar las decisiones que regirán su destino, se liberan de la responsabilidad (Cortés Rodas, 2010).

Colectivismo vs. individualismo desde una perspectiva subjetivista

El gran enemigo del liberalismo y la modernidad es la tribu, y ¿quién es la tribu en el mundo de hoy? el nacionalismo y cualquier filosofía política que promueva el colectivismo.

Por ello, el liberalismo limita el poder y promueve la libertad del individuo como valor máspreciado después de la vida, donde este es el responsable de su propio destino. Pero el individuo tiene que hacerse responsable de su vida y no el colectivo, tiene que asumir las consecuencias de las buenas o malas decisiones que toma en la búsqueda de su propio beneficio, y no cargarlas o culpar al orden social existente, cuando el resultado de estas no sean lo que esperaba.

Por ello, todas las distorsiones son consecuencia de cuatro interpretaciones conceptuales de forma errada; el primero de ellas, los fallos del mercado. Esta crítica que proviene de los enemigos del liberalismo, constituye el mecanismo de mercado para la asignación de factores productivos en pro de satisfacer las necesidades de consumo y producción de una población, lo cual es poco eficiente, bien porque el mercado suministre más cantidad de lo que se requiere, o menos de lo que las condiciones de equilibrio del mercado necesitan, generando puntos críticos que justifican la intervención estatal (Requeijo, 2012).

Si bien, se debe aceptar que el mercado tiene fallos, ya que en ciencias sociales no hay nada absoluto, más bien se trata de que, a pesar de los fallos del mercado, el sistema de precios y de mercado capitalista ha probado ser un distribuidor más efectivo de recursos que el Estado. El mercado es un mejor mecanismo de cooperación social para el intercambio de derechos de propiedad entre oferentes y demandantes, basados en el valor subjetivo de los bienes y servicios que se transan en un *ganar-ganar*, lo cual, se traduce en un precio de mercado y en un registro histórico de cada transacción, y cuyo promedio ponderado refleja el precio de mercado. Cuando un precio sube es producto de un problema de oferta insuficiente respecto a la demanda, este precio alto indica a los agentes económicos que hay una oportunidad de negocios que ellos pueden capturar si destinan mayor cantidad de factores productivos a ese sector del mercado, decantando ello en un aumento de la oferta y una disminución del precio hasta retornar a la condición de equilibrio previa.

Ahora bien, ¿qué ocurre si existe un precio bajo?, los agentes económicos dejarán de destinar factores productivos a ese sector del mercado provocando una disminución de la oferta de dichos bienes y elevando su precio hasta retornar a la condición de equilibrio previa; estos procesos se producen de manera simultánea y recurrente, lo que permite la estabilidad de los precios relativos, siempre y cuando no exista una intervención triangular del Estado, ya sea vía controles de precios y/o aumento de la oferta monetaria, generando una supuesta falla del mercado, que en realidad es una falla del estado, provocada por su acción intervencionista (Hayek, 1978).

No obstante, cuando se produce una falla del mercado es porque se ha producido una mala decisión en la asignación de factores productivos por parte de un empresario o grupo de empresarios. El costo y las pérdidas de tal decisión se particularizan con la quiebra de dichos agentes económicos o con la afectación severa de su patrimonio; a diferencia de

cuando se produce una falla del Estado, donde los costos y pérdidas se sociabilizan para con el resto de la sociedad, es decir, con los contribuyentes (Huerta de Soto, 2020).

La segunda concepción errada, es el estado de bienestar (Requeijo, 2012). Para el caso de América Latina, la cantidad de contribuyentes al sistema de seguridad social es inferior a la cantidad de demandantes del mismo, sumado al aumento de la esperanza o expectativas de vida y al ineficiente sistema público de reparto de seguridad social. La evidencia empírica en todo el mundo ha demostrado ser un rotundo fracaso, frente al éxito de los sistemas privados de capitalización individual de pensiones, pues es imposible garantizar a través de un conjunto de políticas e instituciones públicas, una serie de derechos sociales que, a través de diversas vías, ofrezcan protección a todas las personas que puedan encontrarse en una situación de dificultad económica y social. Las otras dos concepciones conceptuales erradas se analizan en el acápite siguiente.

Intervencionismo estatal y coerción institucional

América Latina, es una región mayormente exportadora de *commodities* con bajos niveles de valor agregado, producto de los bajos niveles de industrialización, motivo por el cual, la generación de nuevas fuentes de empleo productivo es cada más vez limitada. Con ello los índices de informalidad y desempleo crecen en todos los niveles; en buena parte, como consecuencia del intervencionismo estatal que genera inestabilidad política, económica y social, de forma recurrente, a través de mayores avances sobre los derechos de propiedad de los individuos, mediante una mayor presión fiscal y tributaria, inflación, devaluación del signo monetario, entre otros. Esto se suma al sistema de coerción institucional que mediante el incremento de las regulaciones limita la acción de la función empresarial en el mediano y largo plazo; obligándolas a minimizar sus riesgos con una visión de corto plazo que básicamente se destine a exportar materias primas e importar y vender productos terminados en el mercado interno (Urdaneta y Borgucci, 2021).

A esto se suma el deterioro progresivo de los sistemas de salud y educación pública producto de la corrupción política y la ineficiencia técnica del gasto público por parte de los gobiernos en todos los niveles; también la poca inversión en investigación en concertación con el sector privado para atender las necesidades de modernización de los procesos productivos, ni hablar del incremento de los niveles de desnutrición infantil y juvenil (consecuencia de todos los males antes citados), que hacen imposible garantizar un estado de bienestar a través de un crecimiento económico sostenido, cuyo 70% de su variación está explicada por el capital humano.

Por ello, es necesario modernizar las economías latinoamericanas a través de mayores niveles de libertades y estabilidad económica hacia la función empresarial para aumentar el ahorro, la inversión y con ello la acumulación de capital, cuyas tasas de capitalización son los verdaderos determinantes de los salarios nominales o reales, lo que

realmente permitiría generar una mejor redistribución del ingreso (Benegas, 2016); en lugar de aumentar el empleo público de forma desproporcionada como respuesta a la falta de generación de empleo y mejores condiciones salariales, lo que se traduce en una carga fiscal mucho mayor para el sector productivo privado y la sociedad en general.

Por otra parte, la tercera interpretación conceptual errada, está referida a la “Redistribución del ingreso”. Esto solo es posible a través de los mecanismos de mercado que cada vez demandan en mayor cuantía instalaciones, maquinaria, herramientas y conocimientos relevantes que sirven de apoyo logístico al trabajo para aumentar su productividad marginal y rendimiento, donde el mercado paga mejores salarios aquellos trabajadores cuyos conocimientos son escasos (Benegas Lynch, 2016).

Y la cuarta interpretación conceptual errada por la que se justifica la intervención del Estado, es la brecha del producto (diferencia entre el PIB real y el PIB potencial) (Nozick, 2018 [1973]). En ese sentido, el gobierno y el banco central a través de políticas fiscales y monetarias de carácter expansivo pretenden hacer pleno uso de los factores productivos para reducir la brecha del producto, en un escenario de imperfecta movilidad de capitales y tipo de cambio flexible; esto genera una presión a la baja de la tasa de interés local, haciéndola inferior a la tasa de interés internacional, lo que produce una salida de capitales y una disminución del ahorro nacional (Urdaneta et al., 2022).

Tal circunstancia provoca una depreciación del tipo de cambio nominal (devaluación) para frenar la salida de capitales, y, por ende, un encarecimiento tanto del componente importado (insumos y bienes de capital) de la producción nacional, como de los bienes finales importados, lo cual eleva el tipo de cambio real; ello termina contrayendo el nivel de actividad económica e incrementando el índice general de precios al consumidor (Urdaneta et al., 2022).

Errores conceptuales en política económica

Posterior a lo expuesto en el acápite anterior, el Banco Central hace la corrección elevando la tasa de interés y realizando operaciones pasivas (emisión de títulos de deuda) en el mercado abierto (OMA) para recoger el sobrante monetario, pero elevando los niveles de deuda pública. Con esto se incrementa el costo del servicio de dicha deuda pública, lo que se traduce en una contracción aún mayor del producto interno bruto, porque se restringe primeramente la inversión en la generación de bienes públicos primeramente y luego del gasto público en términos reales y de la economía de forma general (Urdaneta et al., 2022).

Como consecuencia, ocurre la expansión artificial de la oferta monetaria del Banco Central para financiar el déficit público generado por el gobierno debido a su política fiscal expansiva y deficitaria, con el fin de estimular la demanda agregada de forma artificial (McLeay et al., 2015). Esto se traduce en inflación y caída de los depósitos a plazo, y en un

aumento de los depósitos a la vista en la liquidez monetaria (M2) lo que hace insostenible la política fiscal y monetaria. En consecuencia, el gobierno termina por asumir una política económica de carácter restrictivo o agudiza el déficit público, la inflación y la caída de la renta (Garrison, 2015).

Si se acude a una política de mayores impuestos como mecanismo de financiamiento del déficit previamente creado o para financiar simplemente un mayor gasto fiscal, se disminuye la capacidad de ahorro y el nivel de utilidades reinvertidas por parte de las empresas e igualmente se contrae el nivel de renta generado por la economía (Huerta de Soto, 2010).

Este contexto económico se debe fundamentalmente a todo este proceso de querer reducir la brecha del producto mediante políticas económicas activas y no por vía del incremento del ahorro voluntario, con la disposición de mayores fondos prestables y, por ende, una disminución del tipo interés de forma espontánea para apalancar financieramente (inversión) a las empresas e impulsar el crecimiento económico sostenible (Urdaneta et al., 2022).

Desde la óptica de esas ideas, la economía y la movilidad social intergeneracional de América Latina entran en un proceso pendular, que alterna períodos largos de subconsumo y subinversión, con períodos cortos de sobreconsumo y sobreinversión, lo que no les permite avanzar, por considerar el intervencionismo estatal como mecanismo de solución para corregir los fallos del mercado, lograr un adecuado estado de bienestar, hacer más eficiente la supuesta redistribución del ingreso y reducir la brecha del producto, mediante políticas económicas instrumentales de corto plazo. La incidencia de estas políticas cortoplacistas en las variables reales de la economía es en el muy corto plazo y no es sostenible en el tiempo, porque la economía siempre retorna en el mejor de los casos a sus verdaderas capacidades estructurales de producción y tasas naturales de desempleo, tal como lo afirman Milton Friedman y Ana Schwartz en su libro “Historia Monetaria de Estados Unidos” (Friedman y Schwartz, 1963); o en una peor circunstancia, como Venezuela: al insistir en la aplicación de dichas políticas económicas provoca una destrucción sistemática del aparato productivo nacional y de las fuentes de empleo, que suman al país en la depresión PIB, hiperinflación y aumento del desempleo.

Teoría austríaca y ciclos económicos

La acción humana es el principio metodológico sobre el que se desarrolla la teoría económica austríaca (Mises, 1980), en contraste con los pensadores ortodoxos, los austríacos estiman que la ciencia económica tiene sus propios métodos que jamás deben forzarse en la búsqueda de una precisión en términos de variables macro y microeconómicas, simplemente porque se trata de seres humanos y no de átomos, por tanto tal precisión es imposible que sea obtenida por los problemas de asimetrías de información que imponen

la dinámica y los procesos de mercado.

En ese sentido, los economistas austriacos son muy críticos del uso de los agregados macroeconómicos, porque que ignoran toda acción humana (Huerta de Soto, 2020). Algo similar sucede con respecto a la implementación de las matemáticas en la economía, a las cuales, consideran inútiles porque no aportan una información que previamente no se conozca y describen un mundo en equilibrio o repetitivo que nada tiene que ver con la realidad, y que tiende a distraer del verdadero problema económico de interés. Para los economistas austriacos, la economía debe construirse sobre la base de un razonamiento lógico deductivo, a partir de unos axiomas primarios derivados de la verdad. El más importante de ellos, es el mencionado axioma de la acción humana; por tanto, las personas eligen sus fines y buscan los medios adecuados para alcanzarlos, de acuerdo con su escala personal de gastos (praxeología) Hayek (2009 [1946]).

El segundo axioma, plantea que los recursos económicos, al ser limitados, se destinarán primero a la consecución de los objetivos más importantes, y luego a la satisfacción de otros menos urgentes (“la ley de la utilidad marginal decreciente”). En tercer lugar, que, entre dos bienes con casi las mismas propiedades disponibles en diferentes momentos, siempre se dará preferencia al bien más disponible (la “ley temporal de preferencia”). Otros axiomas importantes son que las personas tienen diferentes gustos y habilidades, que una acción tiene lugar en un momento determinado y que las personas aprenden de la experiencia. Partiendo de estos sencillos principios y por medio de simples conclusiones lógicas, los austriacos construyen el conjunto de la ciencia económica (Huerta de Soto, 2020).

Para los austriacos, el tipo de interés es la tasa de descuento de los bienes presentes en relación con los futuros. Tal tipo de interés se determina en el mercado de tiempo, y tiene su origen en las escalas de valores individuales (preferencias intertemporales de los consumidores). El mercado de tiempo no es sino la propia estructura productiva de la sociedad, en la que unos agentes, los capitalistas, proporcionan bienes presentes a los propietarios de los factores originarios de producción, a cambio de la plena propiedad de unos bienes futuros, que obtendrán con un determinado margen de ganancia. Tal beneficio marginal tiende a igualarse con el tipo de interés, para cada una de las etapas intertemporales de la producción.

No obstante, el más grave problema con el que se enfrentan los macroeconomistas de hoy es sin duda, el explicar cómo, las economías de los países pasan de un escenario de estabilidad económica a una situación de recesión económica y elevada inflación con altas tasas de desempleo producto de las distorsiones que en la estructura productiva crean inevitablemente, el intervencionismo monetario y fiscal de los gobiernos (Friedman y Schwartz, 1963).

Para la teoría austriaca de los ciclos económicos, los cambios monetarios jamás son neutrales; tan pronto como se crea una cierta porción nueva de dinero, est ingresa a la

economía en sectores específicos, donde se producen determinados bienes y servicios, y solo luego, muy lentamente, sus efectos se extienden al resto de los sectores productivos (Mises, 1912a). Esto implica que determinados precios se verán afectados antes que otros, modificándose la asignación de recursos como consecuencia de ello. Como resultado, algunos empresarios que habrían sufrido pérdidas han ganado, y algunos trabajadores que no habrían encontrado trabajo en ciertas industrias fácilmente se verán empleados en ellas; además, se están creando nuevos tipos de negocios que amplían las capacidades productivas existentes.

Generalmente, el nuevo dinero llega al mercado previa reducción artificial de los tipos de interés, dentro de una política de clara expansión artificial crediticia, la baja del tipo de interés y las mayores facilidades crediticias, lógicamente incrementan los gastos de inversión en relación con los gastos de consumo, distorsionando todos los indicadores que guían la función empresarial, y en especial la rentabilidad relativa del capital invertido en cada una de las etapas intertemporales de la producción (Ravier, 2009).

Posteriormente, el aumento de la oferta monetaria para expandir artificialmente el crédito genera un alza de los precios en el sector de bienes de consumo, produciendo efectos totalmente opuestos a los ya descritos para la expansión crediticia: los beneficios de las industrias más próximas al consumo comienzan a elevarse, mientras que decaen los correspondientes a los sectores de bienes de inversión (Huerta de Soto, 2020). Los bienes de capital que empezaron a producirse teniendo en mente una estructura productiva muy capitalista han de readaptarse, si ello es posible, a otra intensiva en mano de obra, como es lógico, si se tiene en cuenta que el alza de precios de bienes de consumo, supone una reducción de los salarios reales, comienza el traslado de los factores productivos de las etapas más alejadas de los bienes de consumo hacia las más cercanas, apreciándose grandes pérdidas en los sectores más capitalistas, es decir, en el sector industrial, que solo es rentable para bajos tipos de interés, y que se ve ahora se desarrollaron en exceso (Shostak, 2022).

En suma, ha llegado la depresión económica por falta de recursos para completar los cambios excesivamente ambiciosos; depresión que se manifiesta externamente por la existencia de un exceso de producción en los sectores de inversión y una escasez de la misma en las etapas más próximas al consumo (Garrison, 2015).

MÉTODO

Este estudio se encuentra enmarcado dentro del enfoque cualitativo, y el paradigma interpretativo. Al respecto, la investigación cualitativa no es la aplicación de simples procedimientos o el seguimiento de instrucciones teóricas, sino un acto interpretativo que es producto de la interacción con el mundo social (Mruck y Breuer, 2003). Por tanto, el conocimiento generado en la investigación cualitativa se construye a través de decisiones e

interacciones durante el proceso de investigación. Reconocer la naturaleza del conocimiento construido apunta a que, como investigadores, se debe examinar críticamente el impacto de la investigación y el efecto de la interacción con los objetos y sujetos de investigación.

Este trabajo primero explora las implicaciones de la reflexividad y lo que significa para la investigación, luego examina su práctica y su repercusión en los investigadores (De la Cuesta-Benjumea, 2011). Es un proceso en el cual los investigadores se comprometen a examinar críticamente el impacto que tienen en su investigación y el impacto de sus interacciones con los participantes. El proceso de reflexión permea todos los niveles de la investigación y está presente en todas las etapas, desde las preguntas de investigación, desde el análisis de datos hasta la elaboración final del informe de los investigadores (De la Cuesta-Benjumea, 2011).

La capacidad de reflexionar es una competencia fundamental en la investigación y lógicamente en la investigación cualitativa. Es importante destacar que el término “reflexividad”, en el contexto de la investigación cualitativa, proviene de la literatura anglosajona. En inglés, *reflectivity* difiere de *reflexivity*. Mientras que la reflexividad se refiere a la reflexión posterior a un evento y, por lo tanto, es un proceso que se aleja de una acción específica, la reflectividad implica una conciencia más inmediata, continua, dinámica y subjetiva (Brown, 2006).

Así, la reflexividad desafía las ideas de objetividad y desapego tan apreciadas en el paradigma positivista; expresa la conciencia del investigador, habla de su conexión con la situación de investigación. Finalmente, cuando el investigador se responsabiliza de su práctica, la reflexividad se convierte en un producto escrito, pero también forma parte del proceso de investigación.

Mruck y Breuer (2003), en su reflexión sobre los procedimientos metodológicos de los estudios cualitativos, sostienen que las opiniones y estrategias metodológicas utilizadas, más que ser un asunto de carácter técnico, están íntimamente relacionadas con el objeto de estudio, con las relaciones sociales que se construyen entre los participantes y con el contexto de la investigación.

En la revisión de bibliografía para esta investigación se muestra la práctica reflexiva en todas las etapas de los estudios de comentario. Incluso la fase exploratoria del estudio cualitativo ha sido examinada y documentada en detalle, lo que indica que la reflexividad es necesaria para que esta fase cumpla su misión (De la Cuesta-Benjumea, 2011). Por otro lado, partiendo del objetivo propuesto, el tipo de investigación fue analítico. Al respecto, Hurtado (2012) plantea que las investigaciones analíticas permiten estudiar un fenómeno o proceso, en términos de sus componentes más importantes para lograr su comprensión, importancia y aporte del mismo a la ciencia, y al contexto de estudio. En el marco de estas ideas, la investigación se apoyó en un diseño documental retrospectivo, que permitió la revisión de bibliografía especializada acerca de la temática en estudio.

Se consideraron como fuentes de información, artículos y bibliografía especializada

en esta materia, obtenidas de bases de datos indexadas de universidades e instituciones de investigación. Para el procesamiento de las fuentes documentales se utilizó la técnica de análisis de contenido o discurso, dentro de la cual, de acuerdo a Hurtado (2012), el interés se dirige hacia la argumentación, narración, y enunciación, por cuanto en este campo convergen una gran variedad de perspectivas teóricas y disciplinarias que permiten examinar ideas en relación a las formas, géneros y procedimientos.

Modelo teórico de estado, mercado y capital público y privado

La reflexión hasta ahora planteada, permite comprender que, en Latinoamérica, como consecuencia de la excesiva concentración de poder que el marco constitucional le delega y concentra al Estado y al poder político, se genera todo un sistema de coerción institucional amparado en el marco jurídico vigente para garantizar el estado de derecho, pero en contra del interés del ciudadano (poder de la sociedad), de la función empresarial y del mercado (poder económico). De allí que surja la necesidad de proponer un modelo de democracia liberal, que vea al ciudadano, es decir, al hombre, como un fin en sí mismo (individualismo metodológico), y no como un medio para los fines de otros.

El auténtico individualismo metodológico según Hayek (1982), fue el propuesto por John Locke, especialmente con Bernard Mandeville y David Hume (Friedman y Schwartz, 1963), expuesto conceptualmente en las obras de Josiah Tucker, Adam Ferguson, Adam Smith y Edmund Burke, así como en las obras de dos grandes historiadores y filósofos políticos: Alexis de Tocqueville y Lord Acton, quienes desarrollaron con más éxito lo mejor de la filosofía política de los pensadores escoceses, de Burke y de los Whigs ingleses. En contraposición, los economistas del siglo XIX, especialmente aquellos que siguieron las ideas de Bentham o de los filósofos radicales, experimentaron una creciente influencia de diversas formas de individualismo, aunque únicamente el primer tipo individualismo es coherente. En cuanto al segundo tipo, es probable que deba considerarse como fuente del socialismo moderno, siendo igualmente relevante como las teorías colectivistas contemporáneas.

Por esa razón, la democracia liberal debe entenderse como un sistema político caracterizado por la participación política democrática, elecciones libres y justas, garantías a las libertades y derechos individuales, y responsabilidad. En las democracias liberales, el poder del estado (gobierno) está limitado por un sistema de justicia imparcial y el poder legislativo, mediante la creación de leyes que restringen el alcance de su influencia, la excesiva intervención del Estado en los ámbitos sociales y económicos, así como la administración del monopolio de la fuerza.

Así pues, debe garantizarse el trato por igual de los individuos frente a la ley, donde un sector de la sociedad no debe beneficiarse a costa de las restricciones a la libertad y avances sobre los derechos de propiedad de otro sector de la sociedad, como lo señala

Rawls (2006). En este sentido, se requiere de un conjunto de principios para escoger, entre las diferentes disposiciones sociales, las participaciones distributivas correctas. Estos principios son la justicia social, que proporcionan un modo para asignar deberes y derechos en las instituciones de la sociedad, y definen la distribución apropiada de los beneficios y las cargas de cooperación social.

A este respecto, el marco institucional no debe hacer distinciones arbitrarias entre las personas al asignarle deberes y derechos, mientras el marco legal debe manejar reglas claras que garanticen un equilibrio entre pretensiones competitivas a las ventajas de la vida social (Rawls, 2006). Por esta razón, la justicia social debe representar el modo en el que las instituciones (constitución política, disposiciones económicas y sociales) distribuyen deberes y derechos fundamentales, los cuales determinan la división de las ventajas provenientes de la cooperación social.

Sin embargo, los individuos nacidos en posiciones sociales diferentes tienen disímiles expectativas de vida, que están determinadas por el sistema político y las circunstancias económicas y sociales (Rawls, 2006). Así, las instituciones sociales favorecen ciertas posiciones iniciales sobre otras. Estas son desigualdades particularmente profundas; y no sólo son omnipresentes, sino que influyen en las primeras oportunidades de la vida, pero no pueden justificarse apelando a conceptos de mérito y demérito.

Son precisamente estas desigualdades en la estructura básica de toda sociedad, probablemente inevitables, a las que se deben aplicar en primera instancia los principios de la justicia social. Estos principios han regido desde entonces la elección de las constituciones políticas y los recursos necesarios para los sistemas económicos y sociales (Rawls, 2006).

La justicia social se conecta con la concepción de la sociedad sobre los fines y propósitos de la cooperación social, para atender las necesidades naturales de la vida humana. Es precisamente donde entra la concertación de capital público y privado, que logre el óptimo de Pareto para mejorar la calidad de vida de una sociedad sin que el sector público o privado se vean perjudicados (Bertelli, 2018). Por otro lado, las obras “Derecho, Legislación y Libertad” y “Los fundamentos de la libertad”, del economista y filósofo Friedrich von Hayek, se relacionan estrechamente con el modelo de Estado, mercado y capital público y privado, al enfocarse en la primacía de la libertad individual y la economía de mercado.

Hayek (2014) argumenta que la libertad individual es esencial y que el Estado debe limitar su intervención para preservarla, permitiendo a las personas poseer y gestionar sus recursos privados. Además, este defiende la economía de mercado como un sistema eficiente y beneficioso, donde las decisiones económicas se toman libremente en interacción con otros individuos y empresas.

La descentralización del poder y la crítica a la planificación centralizada y al socialismo también son puntos clave en su argumentación, resaltando la importancia de limitar la intervención estatal, y permitir un mayor espacio para el capital privado y el mercado en

la toma de decisiones económicas y sociales (Hayek, 1982; 2014). En conjunto, estas ideas subrayan la relevancia del equilibrio entre el Estado, el mercado y el capital público y privado en una sociedad libre.

En cuanto a las economías en vías de desarrollo el financiamiento interno de proyectos de inversión, a fin de generar bienes públicos a largo plazo, es limitado (Reyes-Tagle y Mikel, 2015), y la financiación de proyectos con fondos públicos se dificulta debido a los impedimentos estructurales para la recaudación de suficientes ingresos fiscales (Tanzi y Howel, 2000). Por esta razón surgen las asociaciones público-privadas (APP), las cuales, se han convertido en un vehículo esencial para el desarrollo de infraestructura en todo el mundo.

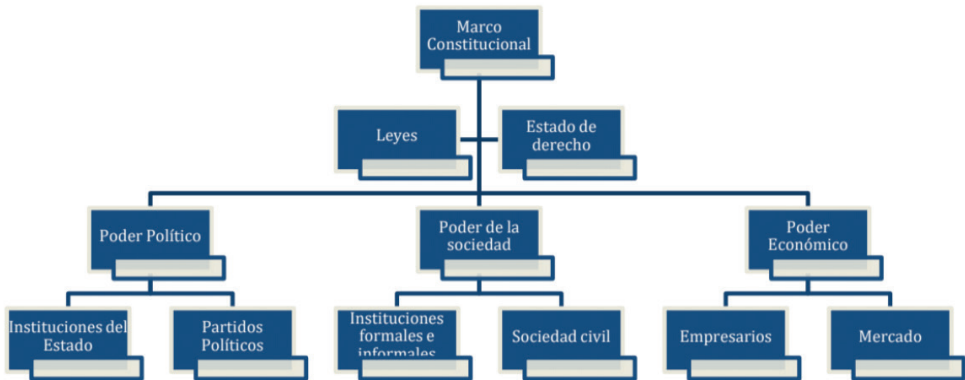
Estas, según Engel et al. (2014), son acuerdos entre un ente privado y uno público para la construcción, operación y transferencia de obras de infraestructura pública para el largo plazo; al final del contrato el activo vuelve al control del gobierno. Esto permitiría desconcentrar el poder en la función del Estado para la generación de bienes públicos, a través de normativas precisas que aseguren un equilibrio adecuado entre las aspiraciones competitivas y los beneficios de la convivencia en sociedad (Rawls, 2006).

Otra modalidad a considerar son los Acuerdos Alternativos de Nueva Construcción (NCA); estos son contratos que especifican los derechos de propiedad del gobierno y los socios privados. Las principales diferencias entre las APP y los NCA están en lo atinente a los derechos de propiedad sobre los activos, pero ambas modalidades de asociación público-privadas brindan a los políticos la oportunidad de financiar la infraestructura de manera efectiva a crédito, mientras están en el ejercicio de gobierno del poder político (Hodge y Carsten, 2007).

Estas formas de asociación público-privadas permitirían proveer de bienes y servicios de infraestructura de mayor calidad a la ciudadanía (Poder de la sociedad civil), que a través de sus instituciones formales, como se muestra en la figura 1, ejercerían la labor de contraloría social; mientras que el poder económico a través del empresario (socio privado) del APP o NCA, garantiza los ingresos correspondientes para sí mismo, para el gobierno y para el mantenimiento y reposición del costo de depreciación de las obras públicas. Sin duda alguna toda esta propuesta delega competencias del sector privado hacia el sector público, lo que representa un avance para lograr alcanzar la concepción del Estado mínimo.

Figura n°1

Modelo de Estado, sociedad y mercado



Cualquier modelo o propuesta de democracia liberal para América Latina pasa, primeramente, como señalaba Nozick (2018), por conciliar los derechos naturales, es decir, el derecho a la vida, la libertad y la propiedad, con el Estado de derecho, la administración de justicia y el uso del monopolio de la fuerza por parte del Estado. Lo cual amerita entonces una reforma constitucional y luego institucional que permitan desconcentrar el poder del Estado, además de una transformación cultural de las instituciones formales e informales de la sociedad civil; si no, cualquier iniciativa de cambio político y económico fenecerá en el camino. Todo ello, por supuesto, ajustado a un modelo como el propuesto en la figura 1, donde el marco constitucional descentralice el poder y asigne competencias a través de las leyes y el Estado de derecho, al poder económico, político y a la sociedad.

Ahora bien, este nuevo marco constitucional e institucional de Democracia Liberal, debe comprender los conflictos de interés entre los hombres; para (Rand, 2021), el término interés es una abstracción de la realidad que está asociado al campo de la ética, es decir, a los valores del hombre, sus deseos, sus objetivos y cómo lograrlos en la realidad. En otras palabras, los intereses de un hombre dependen del tipo de objetivos que él desea perseguir; su elección de objetivos depende de sus deseos y estos, de sus valores, y, para un hombre racional, sus valores dependen del juicio de su mente.

Por tanto, mientras mayor libertad le conceda este nuevo marco constitucional e institucional de democracia liberal al individuo, la contribución a su estado de bienestar será mucho mejor, por supuesto teniendo en cuenta el contexto, ya que el hombre racional no mantiene, ni persigue ningún deseo fuera del contexto; de esta manera él asume plena responsabilidad por saber cuáles son las condiciones necesarias para conseguir sus objetivos, es decir fines y medios, porque la evasión de la responsabilidad para delegársela al Estado es precisamente la causa principal de sus frustraciones y fracasos en buena medida (Rand, 2021).

Otro elemento para considerar es el esfuerzo individual, porque todo hombre racional sabe que debe conseguir sus objetivos por su propio esfuerzo, porque ni la riqueza, ni los empleos, ni ningún valor humano existen en una cantidad dada, limitada y estática, esperando ser dividida. Consecuentemente, todo beneficio tiene que ser producido; la ganancia de uno no representa la pérdida de otro, y el logro de un hombre no se gana a costa de quienes no lo han logrado (Rand, 2021).

Por consiguiente, el hombre racional nunca exige que el Estado le debe otorgar un tipo de derecho unilateral e inmerecido sobre cualquier otro ser humano, y nunca deja sus intereses a merced de ninguna persona concreta o de ningún factor concreto. No obstante, todo este análisis, solo aplica a las relaciones entre hombres o individuos racionales y únicamente en una sociedad libre (Rand, 2021). Por ello, el punto de partida de la filosofía política de cualquier democracia liberal debe fundamentarse en la teoría de los derechos como lo señala Wolf (1991), citando a Nozick. El Estado está justificado, piensa Nozick, solo en la medida en que protege a las personas contra la fuerza, el fraude y el robo, y hace cumplir los contratos. El Estado viola los derechos si emprende programas más amplios.

El Estado, única y exclusivamente podrá recaudar impuestos solo para cubrir las competencias antes señaladas, con la finalidad, de defender los derechos individuales y a la propiedad. Nozick argumenta que el Estado mínimo no puede utilizar su aparato coercitivo con el fin de lograr que algunos ciudadanos ayuden a otros, o de prohibir actividades a las personas para su propio bien o protección.

El referido autor se opone a la redistribución obligatoria del ingreso, por ejemplo, a la instrumentación de subsidios directos o indirectos para determinados sectores de la sociedad en perjuicio de otros, y también a todas las formas de paternalismo. Cabe señalar que, la teoría de la justicia de derecho de Nozick, que es una extensión de la teoría de la justicia de Rawls, menciona que las transferencias corrientes desde un sector de la sociedad, donde se generan mayores niveles de ingreso, hacia aquellos sectores de menores ingresos, están moralmente justificadas solo si son totalmente voluntarias, porque cuando el Estado interviene con políticas impositivas progresivas, para luego fomentar el paternalismo, viola el derecho de un individuo a la libertad de determinar el curso de su propia vida, porque este tipo de acciones representan avances sobre los derechos de propiedad. La consecuencia más sorprendente de las afirmaciones de Nozick, es que el Estado no tiene por qué ayudar a los que viven en la pobreza: las personas no tienen derecho a la asistencia social.

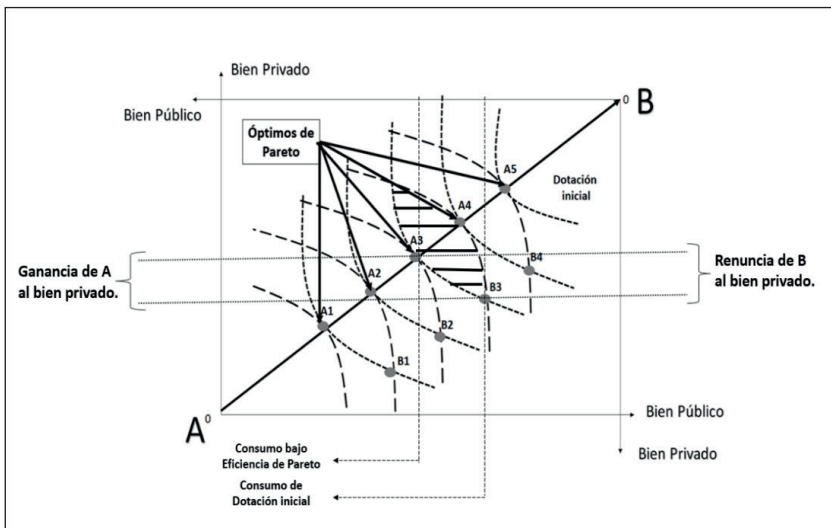
En relación con lo expuesto por Nozick, su postura parte de que, cuando el Estado ayuda a los que viven en la pobreza a través del aumento de una mayor carga fiscal sobre quienes tienen mayores ingresos, indubitavelmente, conduce a la economía a condiciones no óptimas de Pareto, como la serie de puntos desde $B_1 \dots B_5$, haciendo ineficiente la asignación de recursos, desde sectores con alta productividad marginal del capital hacia sectores con baja productividad marginal del capital, por no decir cero, los conocidos “free

rider” o consumidores parásitos.

Según los neoclásicos, las finanzas públicas para la determinación del presupuesto y las funciones del gobierno están segmentadas en tres áreas: la primera de ellas es la de asignación, justificada por la incapacidad del mercado para satisfacer la demanda de bienes públicos, que se involucra en medidas de reasignación explícitas requeridas para rectificar esta falla y lograr la eficiencia en la asignación (Hochman y Rudgers, 1969). La segunda área es la de distribución, y tiene a su cargo la responsabilidad puramente normativa de lograr la distribución deseada del ingreso, o la curva de Lorenz óptima, a través de los pagos de impuestos y transferencias. El área de estabilización realiza las funciones fiscales macroeconómicas convencionales de lograr el pleno empleo, la estabilidad de precios y una tasa satisfactoria de crecimiento económico. Aunque generalmente ellos reconocen la interdependencia de estas tres áreas, la misma tiene como propósito la distinción entre acciones diseñadas para promover el uso adecuado de los recursos y hacer más eficiente la distribución de los ingresos públicos (Hochman y Rudgers, 1969).

En ese orden de ideas, el análisis de la Curva de Indiferencia y la Caja de Edgeworth, realizado por el economista, político y sociólogo italiano Vilfredo Pareto (1848-1923) cuando desarrolló el término Óptimo de Pareto, refleja que es imposible favorecer a una persona sin perjudicar a otra en términos de la economía de bienestar. En otras palabras, las políticas económicas son efectivas si al producir un cambio en las condiciones de mercado, por ejemplo, mediante la generación de bienes públicos, se favorece a los sectores más desfavorecidos económicamente o de menores ingresos, sin perjudicar el nivel, la producción y el consumo de bienes privados (Ver figura 2).

Figura n°2
Curvas de indiferencia, de la Caja de Edgeworth y Óptimo de Pareto.



A fin de alcanzar las condiciones de equilibrio con mayores beneficios para las partes en la concertación de capital público y privado, a través de los procesos de cooperación social de mercado que generan bienes públicos, ambos sectores establecen intercambios de derechos de propiedad que pretenden maximizar la utilidad del capital invertido, hasta el punto de que su productividad marginal en la producción bienes públicos, no afecte la productividad marginal del capital invertido en la producción de bienes privados.

Otra forma de analizar el Óptimo de Pareto es cuando la utilidad marginal obtenida por el uso de un nuevo bien público es igual a la utilidad marginal obtenida por el consumo de un bien privado. En consecuencia, si los consumidores que forman parte de los sistemas de producción, distribución y comercialización pueden mejorar sus condiciones de preferencias intertemporales en el mercado, sin afectar al resto de los consumidores, se estaría en presencia de una situación que no es óptima en el sentido de Pareto, y en este caso, se pueden obtener buenos resultados en ciertos márgenes como, por ejemplo, la zona rayada del gráfico.

En cuanto al análisis gráfico, esto implica desplazarse desde el punto B_3 (dotación inicial), al punto A_3 o A_4 . Ambos son óptimos de Pareto, así como todos los puntos sobre la tangente entre las curvas de indiferencia de A y B. Pero no son óptimos de Pareto los puntos como B_3 o B_4 . La línea que une los infinitos óptimos de Pareto a lo largo de la caja de Edgeworth se conoce como la curva de contrato, y representa los potenciales puntos de intercambio que dependen de la dotación inicial.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La investigación realiza una discusión teórica profunda sobre varios aspectos relacionados con el modelo de Estado, mercado y capital público y privado en el contexto de América Latina. Se argumenta que, en esta región, la concentración excesiva de poder en el Estado ha llevado a un sistema de coerción institucional que a menudo va en contra de los intereses de los ciudadanos, de la función empresarial y del mercado (Huerta de Soto, 2020). Se aboga por la necesidad de un modelo de democracia liberal que coloque al ciudadano como un fin en sí mismo y limite el poder del Estado, promoviendo elecciones libres, justicia imparcial y respeto por los derechos individuales (Hayek, 2014).

De allí la importancia de la justicia social y de garantizar un trato igualitario ante la ley, evitando que un sector de la sociedad se beneficie a expensas de otro. Se menciona la relevancia de las asociaciones público-privadas (APP) como un medio para generar bienes públicos y mejorar la calidad de vida de la sociedad, al tiempo que se busca desconcentrar el poder del Estado (Azariana et al., 2023).

También se aborda la idea de que la libertad individual y el esfuerzo personal son fundamentales para el bienestar en una sociedad libre. Se plantea que un modelo de democracia liberal debe reconciliar los derechos naturales, como el derecho a la vida, la

libertad y la propiedad, con el Estado de derecho y la administración de justicia (Nozick, 2018). Se critica la redistribución obligatoria del ingreso y se argumenta en contra de políticas impositivas progresivas que violen los derechos de propiedad. Además, se explora el concepto de Óptimo de Pareto en el contexto de la economía de bienestar.

En general, se expone una amplia reflexión sobre la relación entre el Estado, el mercado y el capital público y privado, destacando la importancia de encontrar un equilibrio que promueva la libertad individual, la eficiencia dinámica de la economía y la justicia social en una sociedad democrática liberal.

Después de examinar diversas posturas filosóficas liberales, se encuentra un consenso sobre lo moral y socialmente inapropiado de ciertas políticas económicas. Estas políticas, a través de la intervención estatal, buscan reducir las desigualdades sociales otorgando un trato preferente a los ciudadanos con menores ingresos, a expensas de aquellos con mayores recursos. Según estas perspectivas liberales, el Estado no debería intervenir de esta manera; su función principal debería centrarse en proporcionar seguridad ciudadana (mediante cuerpos policiales y gendarmería), administrar justicia (a través del poder judicial), legislar (mediante el poder legislativo) y defender la soberanía nacional (a través de las fuerzas armadas). Adicionalmente, el Estado puede generar bienes públicos que el mercado no encuentra rentable, y es precisamente esta función la que genera más debate dentro del pensamiento liberal.

Los desafíos de la justicia social tienen profundas implicaciones políticas, jurídicas y constitucionales. En Estados libres, la justicia social emerge de modelos racionales que abordan desde argumentos de legitimidad hasta cuestiones de ciudadanía, tales como igualdad, educación y desobediencia civil. Es esencial tener una base filosófica sólida para ofrecer soluciones jurídicas a problemas constitucionales. Estas soluciones se manifiestan como leyes claras que fomentan el pluralismo y permiten la coexistencia de diferentes visiones de justicia social.

En tal contexto, este trabajo propone la concertación de capital público y privado como herramienta para optimizar la asignación de recursos fiscales, para la creación y mantenimiento de bienes públicos, usando mecanismos de mercado. El objetivo es transitar de una situación no óptima a una óptima en términos de eficiencia, donde la producción de bienes públicos no compita directamente con la de bienes privados. Finalmente, este estudio busca reflexionar sobre el rol del Estado, definir sus funciones esenciales, y analizar los efectos empíricamente comprobados de cuando el Estado interviene directamente en la economía. Se examina cómo esta intervención, a través de políticas e instituciones, puede favorecer a ciertos sectores en detrimento de otros.

AGRADECIMIENTOS

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Concertación de capital público y privado. Utilización de los espacios urbanos en la competitividad de la Ciudad de Machala”, proyecto que está adscrito a la carrera de Economía de la UMET, Sede Machala.

REFERENCIAS

Azariana, M., Tadege, A., Laedreb, O., Wondimuc, P., & Stevik, T. K. (2023). Project ownership in public-private partnership (PPP) projects of Norway. *ScienceDirect*, 219, 1838-1846.

Banco Mundial. (25 de 2 de 2023). Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador>

Benegas Lynch, A. (Mayo 21 de 2016). La discriminación necesaria y la perjudicial. *Infobae*.

Benegas, A. (2002). Bienes públicos, externalidades y los free-riders: el argumento reconsiderado. *Libertas*, 28, 2-33.

Bennett, J., & Johnson, M. (1980). Tax reduction without sacrifice: private-sector production of public services. *Public Finance Quarterly*, 8(4), 363-393. <https://doi.org/10.1177/109114218000800401>

Bertelli, A. (2018). Public Goods, Private Partnerships and Political Institutions. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 2019, 67-83. <https://doi.org/10.1093/jopart/muy036>

Brown, J. (2006). Reflexivity in the Research Process: Psychoanalytic observations. *International Journal of Social Research Methodology*, 9, 181-97. <https://doi.org/10.1080/13645570600652776>

De la Cuesta-Benjumea, C. (2011). La reflexividad: un asunto crítico en la investigación cualitativa. *Enferm Clin*. doi:10.1016/j.enfcli.2011.02.005

Engel, E., Ronald D, F., & Galtovic, A. (2014). *The economics of public-private partnerships: A basic guide*. New York: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139565615>

Fedako, J. (2007). Should we loot the rich? *Free Market*, 25(10), 1-3.

Friedman, M. (1963). *Inflation: Causes and Consequences*. India.: Asia Publishing House for the Council for Economic Education.

Friedman, M., & Schwartz, A. (1963). *A Monetary History of the United States 1867-1970*. Estados Unidos: (First edition). Princeton University Press.

Garrison, R. (2015). *Tiempo y Dinero la Macroeconomía de la estructura del capital*. Madrid: Unión Editorial.

Hayek, F. (1978). *Denationalisation of Money Then Argument Refined: An Analysis of Theory*. Reino Unido: (Third edition) The Institute of Economic Affairs. Reino Unido.

- Hayek, F. (1982). *Law, Legislation and Liberty*. Londres: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Hayek, F. (2014). Los fundamentos de la libertad. 9ª ED. Madrid: *Unión editorial*.
- Hazlitt, H. (1962). Hombre, Economía y Estado. *National Review*, 12-15.
- Hochman, H. M., & Rudgers, J. (Sept de 1969). The American Economic Review. 59(4, Part 1), 542-557.
- Hodge Graeme, A., & Carsten, G. (2007). Public-private partnerships: An international performance review. *Public Administration Review*, 67, 545-58. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2007.00736.x>
- Huerta de Soto, J. (2010). *The Theory of Dynamic Efficiency*. Londres: Routledge.
- Huerta de Soto, J. (2011). *Dinero, crédito bancario y ciclo económico*. Madrid: Unión Editorial.
- Huerta de Soto, J. (2020). *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*. Madrid: Unión Editorial.
- McLeay, M., Radia, A., & Thomas, R. (2015). La Creación De Dinero En La Economía Moderna. *Revista de Economía Institucional*, 17(33), 355-383. <https://doi.org/10.18601/01245996.v17n33.16>.
- Mises, L. (1912). *Theorie des Geldes und der Umlaufsmittel*. Estados Unidos: (First edition). Ludwig von Mises Institute.
- Mises, L. (1912a). *La acción humana*. Indianapolis: Liberty Fund.
- Mises, L. (1980). *La acción humana*. Madrid: Unión Editorial, S.A.
- Mises, L. v. (1998). Human Action. *Edición académica*, 793.
- Mruck, K., & Breuer, F. (2003). *Subjectivity and Reflexivity in Qualitative Research-The FQS Issues*. Forum: Qualitative Social Research, Art. 23. Obtenido de <http://nbnresolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs030223>
- Mruck, K., & Breuer, F. (s.f.). *Subjectivity and Reflexivity in Qualitative Research-The FQS Issues*. Forum: Qualitative Social Research, Art. 23. Obtenido de <http://nbnresolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs030223>
- Nozick, R. (2018 [1973]). *Anarquía, Estado y Utopía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Popper, K. (2010). La sociedad abierta y sus enemigos. Editorial Epublibre.
- Porat, A. (2009). Private production of public goods: Liability for unrequested benefits. *Michigan Law Review*, 108(2), 189-228.
- Potts, N. (2003). Does Democracy Threaten Free Market. *Mises Daily Articles*, 25-26.
- Rand, A. (2021 [1964]). *La virtud del egoísmo*. España: Ediciones Deusto.

Ravier, A. (2009). *En busca del pleno empleo*. Madrid, España: Unión Editorial.

Rawls, J. (2006). *Teoría de la Justicia* (Sexta edición en español ed.). Cambridge, Mass: The Belknap Press of Harvard University Press. Obtenido de ISBN:674-88014-5

Requeijo, J. (2012). *Economía mundial*. Madrid: Mc-Graw Hill.

Reyes-Tagle, G., & Tejada, M. (2015). The fiscal implications of public-private partnerships in Honduras: Current developments and the road ahead. *Technical report InterAmerican Development Bank*.

Röpke, W. (2018). ESTADO BENEFactor E INFLACIÓN CRÓNICA. *mises.org.es*, 12.

Sabino, C. (1999). *El fracaso del intervencionismo, apertura y libre mercado en América Latina*. Caracas: Panapo.

Shostak, F. (15 de 01 de 2022). *Instituto Mises*. Obtenido de "Stop Pretending Price Inflation Is a Result of "Too Much" Profit: <https://mises.org/wire/stop-pretending-price-inflation-result-too-much-profit>

Tanzi, V., & Howel H, Z. (2000). Tax policy for emerging markets: Developing countries. *National Tax Journal*, 53, 299-322.

Tejada, M. (2013). Donde existe una necesidad nace un derecho. Los descamisados de mi Patria... Los ciudadanos de Argentina. Interacción y Perspectiva. *Revista de Trabajo Social*, 3(1), 22-36.

Urdaneta Montiel, A., & Borgucci, E. (2021). *La nueva economía desde el enfoque de la competitividad en la función empresarial y el libre mercado*. Guayaquil, Ecuador: Editorial Diagráfica.

Urdaneta, A., Borgucci, E., & Mancilla, A. (Mayo de 2022). Banco Central, Sistema Bancario y las PYMES. *Perspectivas*(49), 35-38.

Wolf, J. (1991). *Property, Justice and Minimal State*. Polity Press.


CAROLINA UZCÁTEGUI-SÁNCHEZ -

Ingeniera Empresarial por la Escuela Politécnica Nacional EPN, Magíster en Gestión Empresarial por la Universidad Técnica Particular de Loja UTPL, Doctorando en Ciencias Económicas, mención Administración en UNCUIYO (Argentina). Actualmente me desempeño como profesora titular agregado en Universidad Metropolitana, Sede Machala, y Coordinadora de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas de la UMET Sede Machala. Profesora

de pregrado y posgrado en Investigación de Mercados. Correo electrónico: cuzcategui@umet.edu.ec



EMANUEL LEITE - Posee una formación destacada con licenciatura, máster, doctorado y posdoctorado en instituciones de Brasil y Portugal. Ha servido en distintas capacidades académicas en la Universidad de Pernambuco, Universidad del Mar, Universidad Fernando Pessoa, entre otras. Ha escrito libros sobre emprendimiento y ha sido reconocido con varios premios, incluido el Premio Innovación de la Suerte y el Premio Emprendedor Profesor Emanuel Leite.

Tiene experiencia en administración, con especial interés en emprendimiento, innovación y empresas tecnológicas. Ha trabajado en la Oficina CEAG, fue miembro de consejos editoriales y núcleos educativos, y ha sido evaluador y revisor de diversas revistas académicas.

GABRIELA ÁLVAREZ-GOYES: Graduada en Comercio Exterior, Negocios Internacionales y Comercio Internacional en la Universidad de Guayaquil (Ecuador), es Magíster en Administración de Empresas por la Universidad César Vallejo (Perú). Experiencia profesional en DP World International dentro del área de Gestión Logística y Comercio Exterior.

LUIS CEDILLO-CHALACO: Economista, Máster Universitario en Estadística Aplicada, y Doctorando en Economía por la Universidad de Valladolid, docente titular de la Universidad Metropolitana del Ecuador-Sede Machala.
<https://orcid.org/0000-0002-3142-4485>

MARIO CHICA-SILVA: Ingeniero en Comercio Internacional graduado en Universidad Técnica de Machala, Magíster en Comercio con Mención en Logística Internacional en la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), Liderazgo Ejecutivo de la Escuela Internacional de Gerencia (EIG) España. Experiencia de diez años en el Servicio Nacional de Aduanas, actualmente me desempeño como Docente en la Universidad Metropolitana Sede Machala.

MARÍA DEL CARMEN FRANCO: Doctora en Bioquímica y Farmacia en Universidad Técnica de Machala. Magíster en Administración de Empresas por ENAE Business School, Magíster en Gerencial y Liderazgo Educacional por la UTPL del Ecuador. Actualmente Directora de la Universidad Metropolitana, Sede Machala. Profesora de Marketing y Marketing de Servicios.

VISMAR FLORES-TABARA: Magister en Administración y Dirección de Empresas – Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ingeniero en Sistemas Informáticos y Computación Universidad Técnica Particular de Loja. Diplomado Superior en Gestión Educativa Universidad Técnica Particular de Loja. Candidato a Doctor en Economía: mención Administración en la Universidad Nacional de Cuyo Argentina. Experiencia laboral en empresas de seguros y reaseguros, tanto nacionales como internacionales.

OSVALDO GARCÍA-SALGADO: Profesor de tiempo completo: Profesor Investigador. Inscrito en la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma del Estado de México. Áreas de especialización académica: Finanzas. Metodología de la Investigación, Teoría Administrativa, Matemáticas y Estadística Aplicada, Proyecto de Tesis Doctoral. Experiencia profesional: Consultoría relacionada con la medición del Riesgo Financiero a través de la minería de datos, modelos de simulación y scoring empresarial.

DELIA GARCÍA-VENCES: Licenciada en Economía por la Universidad Autónoma del Estado de México (México), Maestra en Estudios Urbanos y Regionales por la Universidad Autónoma del Estado de México (México), Doctora en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña (España), actualmente me desempeño como Profesora de Tiempo Completo de la Facultad de Economía, de la Universidad Autónoma del Estado de México.

FÉLIX GÓMEZ-GUTIÉRREZ: Economista con Mención en Gestión Empresarial, especialización Teoría y Política Económica, por la Facultad de Economía y Negocios, de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL); Magíster en Economía y Dirección de Empresas, por la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Docente titular auxiliar en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

JUAN LÓPEZ-VERA: Graduado en Economía por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, es Magíster en Análisis del Entorno Económico por la Universitat Oberta de Catalunya y Máster en Administración de Empresas por la Universidad Carlos III. Experiencia laboral en instituciones públicas, privadas y sin fines de lucro en áreas de planeación financiera, gestión contable y administrativa. Trayectoria de 13 años de docencia en universidades públicas y privadas, en sistema de grado y posgrado. Actualmente Profesor Titular Auxiliar en la Universidad Metropolitana Sede Machala y Profesor Ocasional del Sistema de Posgrado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

GRACIÁN MORAN-MOLINA: Economista graduado en la Universidad Estatal de Cuenca, Magíster en Administración de Empresas en la Universidad Técnica de Machala, docente investigador titular auxiliar de la Universidad Metropolitana, con experiencia laboral en instituciones financieras de la provincia de El Oro como oficial de crédito, analista de riesgos y gerente de agencia; en la actualidad a más de ser docente universitario se desempeña como consultor financiero de varias instituciones financieras de la provincia de El Oro, docente universitario desde el año 2006.

LENIN NOVILLO-DÍAZ: Graduado de Ingeniero en Gestión Empresarial en la Universidad Metropolitana, Sede Machala, Magíster en Comunicación y Marketing en la Universidad del Azuay. Experiencia Laboral tanto en Sector Público como Sector Privado, con conocimientos en Mercadotecnia, Branding y Storytelling. Actualmente Catedrático Titular en la Universidad Metropolitana Sede Machala.

EUGENIA PALOMEQUE-SOLANO: Graduada de Ingeniero en Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, Magíster en Auditoría y Contabilidad en la Universidad Técnica de Machala, Doctora en Planificación Pública y Privada en la Universidad Nacional de Tumbes - Perú con experiencia laboral tanto en sector público en el área de doctrina y privado en el área contable agrícola. Actualmente docente en la Universidad Metropolitana Sede Machala.

RENÉ ROMERO-SOLANO: Estudiante de la carrera de Logística y Transporte de la Universidad Metropolitana del Ecuador-Sede Machala, miembro del club Rotario-Santa Rosa.

<https://orcid.org/0009-0003-5273-9202>

EDWIN SALAZAR-SÁNCHEZ: Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Magíster en Finanzas y Economía Empresarial graduado en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Gerente de Psicoclinic Saludmental SAS, experiencia laboral en Gestión de Talento Humano en empresas Privadas y Públicas, certificación en Seguridad y Salud ocupacional, asesor económico - financiero de instituciones de educación básica y bachillerato, Oficial de Cumplimiento ante la Unidad de Análisis Financiero Económico, y Docente titular de la Universidad Metropolitana Sede Machala.

KAREN SERRANO-ORELLANA: Ingeniera en Negocios Internacionales por la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Master en Finanzas Corporativas por la Universitat de Valencia (España), Doctorando en Contabilidad y Finanzas Corporativas en la Universitat de Valencia. Docente Titular de la Universidad Metropolitana Sede Machala.

JAVIER SOLANO-SOLANO: Ingeniero en Gestión Empresarial por la UMET Sede Machala, Master en Finanzas por la UC3M (España), Magíster en Economía y Dirección de Empresas por la ESPOL (Ecuador), Doctorando en Ciencias Económicas, mención Administración en UNCuyo (Argentina). Actualmente profesor titular agregado en Universidad Metropolitana, Sede Machala, y Coordinador de Comisión Académica de la Sede.

CRISTINA TABARES-CEDILLO: Profesora de Segunda Enseñanza Mención Comercio Exterior y Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Comercio Exterior de la Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación Universidad de Guayaquil. Magíster en Comercio Exterior Mención Gestión Aduanera de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Trayectoria 16 años en empresa privada Operador Logístico de Comercio Exterior Grupo Torres y Torres, especialidad operativa en transporte terrestre de carga pesada a nivel nacional, distribución de carga para Multinacionales como Unilever Andina y Kimberly Clark. Docente Ocasional Universidad Metropolitana sede Machala UMET y Docente On Line para Universidad Técnica Empresarial de Guayaquil UTEG.
<https://orcid.org/0009-0002-8039-5526>.

ARMANDO JOSÉ URDANETA-MONTIEL: Postdoctorado en Integración y Desarrollo de América Latina. Doctor en Ciencias Económicas. Doctor en Ciencias Gerenciales. Magister en Telemática. Magister en Gerencia Empresarial. Ingeniero en Computación. Profesor Titular Agregado I, Universidad Metropolitana del Ecuador. Docente Titular de la Universidad Rafael María Baralt, Docente Titular invitado en Universidad del Zulia. Zulia, Venezuela.
<https://orcid.org/0000-0002-9825-9453>

YELENA VEGA-JARAMILLO: Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Diploma Superior en Tributación y Magíster en Tributación y Finanzas de la Universidad de Guayaquil. Doctoranda en Ciencias Económicas en la Universidad del Zulia – Venezuela. Docente titular de la Universidad Técnica de Machala.

STEVEN VIZUETA-SILVA: Economista con Mención en Gestión Empresarial, especialización Teoría y Política Económica, por la Facultad de Economía y Negocios, de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL); Magíster en Economía y Dirección de Empresas, por la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Docente titular auxiliar en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

KEVIN ZAMBRANO-ZAMBRANO: Ingeniero en Gestión Empresarial en la Universidad Metropolitana, Sede Machala. Maestrante de la carrera de Administración y Dirección de Empresas en la Universidad Metropolitana, Sede Machala.

<https://orcid.org/0009-0001-6840-1789>

RILCO

Se crea el 8 de noviembre del 2012 la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional en las instalaciones de la Dirección de Educación Continua y a Distancia de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Su misión se centra en promover los estudios sobre la competitividad en Latinoamérica desarrollando líneas de generación y aplicación del conocimiento pertinentes y generar medios de difusión eficientes que permitan la divulgación permanente de los conocimientos desarrollados. Se aspira ser la Red de Investigación de mayor influencia por la producción académica y de investigación generada en América Latina en las temáticas interdisciplinarias y transdisciplinarias sobre la competitividad.

Para mayores detalles visitar: <https://www.rilco.org/>

RIIM

La RIIM, acrónimo de Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia, es una plataforma global dedicada al campo de la investigación en marketing. Establecida en 2014, su propósito es fomentar la colaboración, facilitar el intercambio de ideas y coordinar proyectos de investigación relacionados con el marketing. Con más de mil miembros activos, la RIIM ha producido investigaciones que se han presentado en eventos académicos y publicado en libros y artículos de reconocidas editoriales internacionales.

Mayores detalles en: <https://www.facebook.com/groups/150960438905802/about>

FAEDPYME

Las pymes han adquirido relevancia en los últimos años por su capacidad de generar empleo y riqueza. A pesar del incremento en el conocimiento sobre ellas, requieren un mayor entendimiento de sus problemas y estrategias para facilitar la toma de decisiones a nivel interno y de políticas regionales o estatales. Las Universidades de Murcia, Cantabria y Politécnica de Cartagena, especializadas en áreas económicas y empresariales, han unido esfuerzos para profundizar en temas relacionados con las pymes y abrir nuevas líneas de investigación. Con este fin, se creó el Grupo Interuniversitario de Investigación Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pyme, promoviendo la colaboración, intercambio y asesoramiento mutuo. Además, se expandieron estos estudios a Latinoamérica a través de la Fundación FAEDPYME y se estableció una Red de Universidades e Instituciones de Investigación en mPymes. Una reunión técnica internacional se celebró en abril de 2008 en la Universidad de Cantabria, con expertos de universidades latinoamericanas y españolas, para profundizar en estos estudios y promover nuevas investigaciones y formaciones.

Para mayores detalles visitar: <http://faedpyme.upct.es/faedpyme/introduccion>

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

CONTRIBUCIONES DESDE DIFERENTES
DIMENSIONES DE LA EMPRESA

- 🌐 www.atenaeditora.com.br
- ✉ contato@atenaeditora.com.br
- 📷 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
- 📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

CONTRIBUCIONES DESDE DIFERENTES
DIMENSIONES DE LA EMPRESA

🌐 www.atenaeditora.com.br

✉ contato@atenaeditora.com.br

📷 @atenaeditora

📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br