

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

[DOI 10.35381/cm.v8i3.989](https://doi.org/10.35381/cm.v8i3.989)

Estrategias de sostenibilidad para emprendimientos

Sustainability strategies for entrepreneurship

Jeniffer Ignacia López-Shishingo
jenniferlopezs1999@gmail.com
Universidad Católica de Cuenca, Cañar, Cañar
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-0175-7518>

Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes
meordonezg@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cañar, Cañar
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0001-7860-1314>

Recibido: 15 de agosto 2022
Revisado: 01 de octubre 2022
Aprobado: 15 de noviembre 2022
Publicado: 01 de diciembre 2022

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

RESUMEN

El objetivo de investigación fue determinar las estrategias de sostenibilidad aplicables a los emprendimientos de la Organización de segundo grado Tucayta del cantón Cañar-Ecuador, para ello se realizó una investigación de tipo descriptivo bajo un diseño no experimental de campo, se aplicó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario en dos estratos de población 1) personal administrativo y empleados, 2) población que conforma el mercado meta de los emprendimientos, en los cuales se realizó un censo y un muestreo probabilístico respectivamente. Los resultados visualizan debilidades en la gestión administrativa que afectan a las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la variable sostenibilidad empresarial, concluyendo que es necesario implementar estrategias desde la perspectiva financiera, relacionadas con el control de costes, incremento de las ventas y generación de rentabilidad; proyectándose a la satisfacción de las necesidades de los consumidores sin comprometer el medio ambiente.

Descriptor: Crecimiento económico; estrategias; gestión; administración; rentabilidad. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the sustainability strategies applicable to the undertakings of the Tucayta Second Grade Organization of the Cañar-Ecuador canton, for which a descriptive investigation was carried out under a non-experimental field design, the technique of survey, using the questionnaire as an instrument in two population strata 1) administrative staff and employees, 2) population that makes up the target market of the enterprises, in which a census and a probabilistic sampling were carried out respectively. The results visualize weaknesses in administrative management that affect the economic, social and environmental dimensions of the business sustainability variable, concluding that it is necessary to implement strategies from a financial perspective, related to cost control, increased sales and generation of profitability; projecting itself to satisfy the needs of consumers without compromising the environment.

Descriptors: Economic growth; strategies; management; administration; cost effectiveness. (UNESCO Thesaurus).

INTRODUCCIÓN

El panorama de los emprendimientos es incierto y más aún poco sostenible. A nivel mundial los países que poseen altos índices de emprendimientos tienen un desarrollo económico satisfactorio y han mejorado su calidad de vida, producto de modelos macro emprendedores exitosos; sin embargo, en la región de América Latina en la cual se ubica el Ecuador, los modelos han sido catalogados como insuficientes por tal razón complican el crecimiento, posicionamiento y la permanencia de emprendimientos en el tiempo (Amaya et al., 2020).

Entre el 32% de emprendimientos en Ecuador dejan de funcionar en sus primeros tres años de vida (Amaya et al., 2020). El National Entrepreneurship Context Index (NECI, 2020), manifiesta que este país se localiza en el puesto 39 de 54 en relación a la creación de emprendimientos por debajo de Chile y Colombia en la región de Sur América. En el Ecuador existen 882.766 empresas de las cuales el 90.98% son microempresas (Instituto Nacional de estadísticas y Censos [INEC], 2020). Considerando a los emprendimientos en razón del 36.2%, sin embargo, 3.6 millones de ecuatorianos abrieron un negocio nuevo y cerraron en el umbral de 42 meses, lo que supone que mantener una actividad emprendedora es complicada, especialmente si se desconoce la gestión administrativa y la dinámica del mercado en el sector (Amaya et al., 2020).

Al analizar las causas de un contexto negativo para los emprendedores se manifiesta que: el financiamiento es limitado; las políticas gubernamentales generan barreras de entrada; la educación de emprendedores es casi nula; se observa un bajo nivel de tecnología, innovación y desarrollo; adicional a ello, el fuerte posicionamiento de macroempresas en mercados internos; así como las normas sociales y culturales con presencia de estereotipos e inequidades; infraestructura física inadecuada (Vizueta, 2020).

Mientras que al interior de la provincia y del cantón Cañar, se observa una creciente ola de negocios nuevos creados a razón de la crisis económica, la falta de empleo que ha

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

dejado una política estatal deficiente y las consecuencias de la pandemia del COVID-19; resaltando especialmente aquellos emprendimientos que provienen de las organizaciones rurales, las cuales buscan contribuir con el Sumak Kawsay o buen vivir. En este contexto, una de las organizaciones territoriales más importantes para el sector económico y sociocultural del cantón y provincia del Cañar es la Tukuy Cañar Ayllukunapa Tantanakuy – TUCAYTA (Organización de las Familias Cañaris) con fines sociales comunitarios, ubicada en el cantón Cañar, provincia de Cañar la cual abarca diferentes tipos de emprendimientos relacionados principalmente a la transformación y comercialización de productos agropecuarios y alimentos para el consumo del mercado local, siendo emprendimientos de producción y comercialización de hortalizas, vegetales y fresa; emprendimientos de transformación de alimentos derivados de molinos, cárnicos provenientes de pollos, cerdos, res, truchas y productos panaderos.

La importancia que toman los emprendimientos en la organización Tucayta se desprende de su generación de empleo, puesto que, al interior de ella, un 50% de familias practican la agricultura y el 40% a ganadería. Sin embargo, al igual que el resto del país los emprendimientos tienen un crecimiento lento, las cifras revelan que casi el 9.6% fracasan en corto plazo, principalmente por falta de manejo administrativo, falta de apoyo en financiamiento, innovación y desarrollo (Amaya et al., 2020). El 60% de emprendimientos de la organización han fracasado y a consecuencia de ello, se ha afectado la calidad de vida de los socios, en tal sentido, se incrementa la pobreza, aumenta la salida del país de las personas y se generan problemas sociales.

Otra situación a considerar es que en los años recientes la organización ha impulsado emprendimientos que apoyan el crecimiento comunitario femenino con enfoque social, ya que permite a la mujer desarrollarse a nivel personal y profesional, para enfrentar problemas como la exclusión laboral, la pobreza, entre otros (Ordóñez et al., 2019).

Ante ello la organización ha impulsado varias medidas, sin embargo, factores internos y externos han ocasionado la baja sostenibilidad en los emprendimientos de la

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

organización Tucayta, de seguir este comportamiento se verían afectados todas aquellas familias que forman parte de la organización, así como la población del cantón Cañar, pues se perderían plazas de empleo y fuentes de ingresos económicos que al final repercuten en la calidad de vida.

Entonces, la importancia de estudiar la gestión de los emprendimientos que pertenecen a la asociación Tucayta, posibilitará información con la cual se tomen futuras decisiones de carácter administrativo, financiero y se diseñen estrategias de sostenibilidad sobre todo en estos momentos, en los cuales no se tiene un panorama real del impacto socioeconómico que ha dejado la pandemia. De tal manera nace la problemática de saber ¿Cuáles son las estrategias de sostenibilidad aplicables a los emprendimientos de la organización Tucayta?. Y en base a ella se propone como objetivo: Determinar estrategias de sostenibilidad aplicables a los emprendimientos de la Organización Tucayta; este responde al problema de investigación para lo cual se realizó una investigación de enfoque mixto y alcance descriptivo, la cual requiere de un análisis de información procedente de datos cualitativos y cuantitativos con un enfoque mixto puesto que unen información de diferente índole para provocar un análisis sustentado en cifras y características.

METODOLOGÍA

La investigación fue de tipo descriptivo bajo un diseño no experimenta de campo, se aplicó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario en dos estratos de población 1) personal administrativo y empleados, 2) población que conforma el mercado meta de los emprendimientos, en los cuales se realizó un censo y un muestreo probabilístico respectivamente (Palella, S. Y Martins, 2015).

En su desarrollo el estudio alcanza un nivel de investigación descriptivo, pues las estrategias de sostenibilidad requirieron principalmente de un diagnóstico empresarial, el cual caracterice los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales,

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

administrativos y demás cualidades de la organización, como punto de partida para la toma de decisiones estratégicas, recurriendo a un diseño bibliográfico y documental pues este se basa en la indagación, clasificación y escrutinio de bibliografía capaz de sustentar el marco teórico (Mineira, 2020).

En su desarrollo el estudio alcanza un nivel de investigación descriptivo, pues las estrategias de sostenibilidad requirieron principalmente de un diagnóstico empresarial, el cual caracterice los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales, administrativos y demás cualidades de la organización, como punto de partida para la toma de decisiones estratégicas, recurriendo a un diseño bibliográfico y documental pues este se basa en la indagación, clasificación y escrutinio de bibliografía capaz de sustentar el marco teórico (Mineira, 2020).

RESULTADOS

Se procede a interpretar los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de recolección de información a 15 agentes informantes entre personal directivo y administrativo, en 5 emprendimientos que se desarrollan al interior de la organización Tucayta, de los cuales el 33% son administradores y el 77% empleados; un 55% de género femenino y un 45% masculino. De tal forma, las opciones de respuesta están entre a veces, casi siempre y siempre son acciones positivas o fortalezas que presentan los emprendimientos y las acciones ejecutadas entre nunca y rara vez constituyen aspectos negativos o debilidades.

Análisis de las dimensiones de sostenibilidad empresarial

La sostenibilidad, se vislumbra como la capacidad que demuestra una organización para actuar con responsabilidad social bajo normas que la gobiernan, usar su productividad para fomentar el desarrollo ecológico-ambiental y a cambio obtener beneficios económicos (Alarcón, 2020). Esto implica que los emprendimientos han de flexibilizar sus

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

procesos administrativos bajo cambios continuos, con el compromiso de alcanzar metas usando estrategias que generen ventajas competitivas a largo plazo.

En base a lo manifestado, se evalúa cuatro dimensiones: las acciones referentes a la economía, la gestión de responsabilidad social, ambiental y administrativa; se establece un diagnóstico en el cual se muestran las debilidades y fortalezas.

A nivel de la dimensión económica, se observa que el 80% de personas la consideran una debilidad de la gestión dentro de los emprendimientos de la organización, en tal razón se denota debilidad en el primer criterio de sostenibilidad, puesto que la característica de permanencia en el tiempo a largo plazo, depende del manejo de los recursos económicos y financieros, ello implica un problema álgido, pues se ha demostrado que estos fracasan en el corto plazo, debido a la administración deficiente, malas decisiones o falta de recursos económicos.

La subdimensión de gestión económica financiera, representa una debilidad valorada así por el 88% de personas al interior de los emprendimientos de la organización, pues no se dispone de liquidez suficiente para llevar a cabo sus actividades productivas, cumplir con proveedores, y cancelar obligaciones financieras en bancos y cooperativas de ahorro y crédito, siendo notorio en la tabla, ya que se observa un porcentaje de debilidad de un 100%; en virtud de ello, la producción no es capaz de abastecer al mercado local, alcanzar los objetivos propuestos o generar réditos para los socios.

En este contexto, la gestión económica puede influir en diferentes aspectos, tales como: el bienestar común, social, local y a nivel del país, pues los emprendimientos no solo administran sus recursos económicos, sino indirectamente impulsan el empleo y ello repercute en ingresos para las personas, por ello las debilidades en la toma de decisiones y la capacidad limitada de administración económica en los emprendimientos fracciona otro criterio de la sostenibilidad que es apoyar al desarrollo común (Ruiz, 2021).

Al discutir estos resultados se puede expresar que la gestión estratégica en costos siempre ha sido el punto de interés de la administración y se sugiere el análisis, cálculos

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

y estimaciones para determinar precios, utilidades; por ello todas las estrategias giran a su alrededor analizando el riesgo (Meleán y Torres, 2021). Así también la gestión de recursos económicos se basa en el análisis de ingresos, los cuales van de la mano de la satisfacción del cliente, su fidelización y penetración en el mercado; es por ello que no se deben descuidar las acciones que se relacionan a estos objetivos de las empresas (Sainz, 2015). Por ende, se reconocen como causas de una baja sostenibilidad de los emprendimientos.

Luego los aspectos estratégicos se consolidan en la gestión adecuada del gobierno corporativo, el cual en un 72% de criterios lo consideran como una debilidad, especialmente en actividades como la concreción de políticas y procedimientos de control, una estructura organizacional y funcional, inclusión de las personas en la administración y transparencia en la rendición de cuentas. La estructura funcional definida en un organigrama; sin embargo, resalta como fortaleza con un 100% el contar con documentos legalizados para su funcionamiento. La estrategia de establecer y mantener un gobierno corporativo sustenta el marco operativo, de control y monitoreo de las empresas favoreciendo a los socios, esto contribuye con la administración transparente de los recursos e impacta en la rentabilidad, la eficiencia y eficacia de la empresa (Garzón, 2021).

La existencia de un gobierno corporativo avala de cierto modo la práctica justa de operaciones, esta dimensión es percibida por el 64% como una debilidad pues entre nunca y de vez en cuando se promueven la responsabilidad social en los procesos de la cadena de valor se poseen y aplican políticas de gestión responsable de los recursos, se gestionan las actividades que satisfacen los intereses de la asociación sin obedecer a intereses personales y se desarrollan en el mercado prácticas de competencia justa, pero dentro de esta dimensión las políticas que fomentan el respeto a los derechos de propiedad es una fortaleza con un 87%.

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

Esta dimensión aborda una estrategia preventiva de la gestión de recursos económicos, a través de mecanismos anticorrupción ya sean planes, programas, que buscan generar probidad, transparencia y libre competencia, es una parte fundamental en la ética empresarial que apoya a la gestión eficiente de recursos económicos y la responsabilidad social (Normas ISO, 2022). Los resultados visualizan la deficiencia en la gestión económica de la organización y una de las razones que incide en la falta de sostenibilidad de los emprendimientos, debiendo entonces tomar estrategias para mejorar la gestión de estas y revisar las actividades de la dimensión de responsabilidad social.

El trabajar con involucrados o stakeholders representa la adopción de los principios de sostenibilidad empresarial y constituye la base de alianzas estratégicas para el buen funcionamiento y desempeño de las organizaciones, al mismo tiempo que se constituye en un trabajo arduo, pues cada actor tiene un interés particular, por ello representa para la administración decidir y transparentar las reglas de interacción, los beneficios y términos de negociación; esta es una variable que determina el futuro de una institución (Contreras et al., 2020). Por lo tanto, los emprendimientos fortalecen la sostenibilidad en el trabajo con involucrados.

En este escenario, la gestión de responsabilidad social, marca una fortaleza a nivel general de los emprendimientos, 71% de los criterios la valoran a razón de que se trabajan con socios, proveedores y la población. Al revisar los resultados de trabajo entre emprendimientos y socios se observa un criterio del 73% considerado como fortaleza, pues existe satisfacción del rendimiento del impacto social del emprendimiento en la comunidad con un 80%, con los socios, con las retribuciones que brinda el negocio, aunque deben mejorarse los beneficios de utilidades. Este aspecto es favorable para los emprendimientos, pues se ha corroborado la sostenibilidad de organizaciones que consideran los procesos democráticos, la toma de decisiones y el beneficio común como estrategias que agregan valor a los procesos (Vintimilla et al., 2020).

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

En cuanto al trabajo con la comunidad el 75% considera que existen fortalezas, las más relevantes son el valorar los productos de emprendimientos, ofrecer productos acordes a la necesidad de la población y procurar la calidad del producto, se generan beneficios a la comunidad, se considera al medioambiente; pero existe una debilidad situada cuando no se considera al mercado meta para las decisiones, puntuación que obtiene un porcentaje nulo del 0%. El considerar a la población es un criterio de sostenibilidad, sin embargo, el no analizar el mercado meta estanca a los emprendimientos de tal modo se considera la segmentación de mercado y la identificación de nichos de mercado como puntos base para establecer un marco estratégico (Pérez y González, 2017).

En relación al trabajo con proveedores, un 71% lo percibe como una fortaleza, las alianzas que se realizan con estos impulsan los procesos de asesoría y capacitación en la utilización de maquinarias e insumos, en el marco de la responsabilidad social empresarial, se prefieren productos que no perjudican al ambiente, se entregan los insumos en tiempos establecidos, pero no se poseen políticas de pago que facilitan la negociación. Entonces los emprendimientos poseen medidas de sostenibilidad, ya que las estrategias para las empresas involucran evaluar a los proveedores en aspectos como experiencia, calidad, precios, tipo de comercializador, asistencia, mantenimiento; pero es crucial establecer normas de negociación que impulsen a sus objetivos (Álvarez y Ramos, 2021).

Otro componente esencial de análisis en los emprendimientos es la dimensión ambiental, estimada como una de las áreas de interés significativa en el modelo de sostenibilidad, en la actualidad existe lineamientos específicos para su abordaje que se reflejan en las normas de calidad ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015, y velan por el cumplimiento de la normativa, posibilitando a las empresas obtener eficiencia y eficacia en el uso de sus recursos (Alzate et al., 2018).

Gestión ambiental

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

De acuerdo a las percepciones de los empleados y administradores, la gestión ambiental de los emprendimientos es una fortaleza, principalmente por que se utilizan insumos amigables con el ambiente obteniendo un porcentaje del 100%, normas sanitarias 73%, normas de salubridad 73%, normas de bioseguridad y ambientales con un 57% de aceptación; sin embargo también se visualiza limitaciones como la deficiencia en el tratamiento a los desechos, ya que se observa un 73% de puntuación y se la categoriza como debilidad, asimismo no existe alianzas estratégicas para preservar la sostenibilidad ambiental que alcanza un 80% de calificación en la sumatoria de los niveles negativos, presentando un desafío para la empresa que de superarlo puede mejorar sustancialmente su gestión ambiental. Al respecto el mejoramiento de la gestión ambiental no solo satisface las necesidades de la naturaleza y la sociedad, sino facilita la gestión con recursos, mediante el uso adecuado de estos (Normas ISO, 2015)

Gestión Administrativa

En el análisis, se observa que a nivel general la gestión administrativa presenta mayores debilidades que fortalezas en un 73% de indicadores. En la cotidianidad de la gestión de los emprendimientos se consideran escuetamente las actividades de planificación, aunque ciertos emprendimientos poseen una filosofía gerencial como misión, visión y objetivos, formulada empíricamente, no se planifica a corto, mediano y menos aún a largo plazo. En lo que refiere a la función administrativa de organización, el 67% posee manuales de procesos y actividades, pero apenas el 20% los aplica; en cuanto a los procesos de dirección, el 67% expresa que la comunicación es una limitante de los procesos organizacionales y el 87% percibe ausencia de liderazgo, ante ello, un 73% no se siente motivado; mientras que las actividades de control mantienen discrepancia, puesto que un 67% indica que no se evalúa el desempeño y en un 80% opinan que no se realiza un control de los recursos y de los procesos.

Quizá la mayoría de limitaciones en los procesos organizacionales, parten de la gestión administrativa que refleja deficiencias considerables, y la falta de estrategias que

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

permitan obtener resultados y posibiliten al emprendimiento alcanzar su visión, y transparentar su misión (Gavilánez et al., 2018). De tal modo, se identifica a la gestión administrativa como un impulsor del posicionamiento; la misma que representa una debilidad para estos emprendimientos. Una vez que se ha conocido la situación interna de los emprendimientos se procede a realizar el análisis del mercado, para obtener un diagnóstico de las oportunidades y amenazas que pudieran aquejar a los emprendimientos, de la organización.

Resultados de la Encuesta aplicada a la población

En el perfil de los consumidores en el mercado potencial de la Organización Tucayta indica que un 60% residen en la zona rural y 40% en la urbana; de ellos el 36% son de hombres y 64% mujeres; 40% se encuentra entre los 35 a 54 años de edad, 36% entre los 25 a 34 años, el 19% entre los 18 a 24 años y el 5% entre los 51 a 64 años de tal manera se establece que la muestra guarda características similares con los datos del INEC en los cuales predomina la población rural, femenina y entre los 18 a 54 años, que son quienes mantienen ingresos y representan el consumo dentro del cantón Cañar, a continuación, se visualizan los resultados.

Se observa que el 66% de la población conoce a la organización Tucayta; pero el 48% reconoce a sus emprendimientos y son clientes de estos; 44% no sabe si sus productos proceden de estos emprendimientos y un 8% no ha consumido sus productos. Aunque existe la oportunidad latente de incrementar la participación en el mercado pues el 100% están dispuestos a consumir la producción de los emprendimientos. Se establece que los emprendimientos no mantienen un posicionamiento en el mercado y su gestión empresarial se ve limitada, de tal forma su sostenibilidad. Pues la falta de reconocimiento en el mercado influye en las ventas que son el soporte de la economía uno de los ejes centrales de la sostenibilidad (Rodríguez et al., 2021).

De los productos demandados los que prevalecen son aquellos alimenticios de procedencia agrícola y tradicionales de la zona, especialmente la patata, fresa, alverja,

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

zanahoria, mellocos entre otros; luego aquellos procesados en molino como: la harina de trigo, la avena, quinua, arroz de cebada, machica; luego están los cárnicos prevaleciendo el consumo de carne de pollo, cuy y conejo en una proporción menor chanco, res, borrego; y el menos demandado es el pan.

En relación a cárnicos la empresa se posiciona en el 41% de la venta de carne de pollo, 30% en la de chanco, 41% en la de cuy, 40% en la de conejo, 13% res y borrego finalmente 7% en trucha. En cuanto a productos de origen agrícola cerca del 100% procede de los emprendimientos locales, así como alrededor del 65% en productos procesados en molinos. El 81% de la población se siente entre neutral y muy satisfecha con los precios de la organización; El 96% con la calidad; 85% con la disponibilidad del producto en el mercado; 82% con el valor nutricional, un 93% con la responsabilidad con el medio ambiente.

El nivel de satisfacción de clientes se muestra superior al comparar las variables entre los emprendimientos de la Tucayta y la oferta a nivel general, resalta la calidad, la responsabilidad con el medioambiente, el precio; el valor nutricional es percibido como igual a los otros y la disponibilidad es la única variable menos valorada en relación aquellos productos de origen agrícola, lo que demuestra que existe un nicho de mercado poco explotado, así como la oportunidad de posicionar a la marca de los emprendimientos aspecto asociado con la expansión en ventas, en el crecimiento de nuevas operaciones y la generación del beneficio común (Olano y Quispe, 2021). Por lo que generaría un aporte significativo a la sostenibilidad económica.

La población mantiene un comportamiento de alto uso de redes sociales en un 56%, este se relaciona con el predominio de población entre los 18 a 35 años, medios de difusión como la radio mantiene un 40% de preferencia especialmente en personas adultas entre 35 a 54 años, de tal manera se identifica una demanda joven en la cual se puede aplicar estrategias de marketing digital mientras la población adulta responde a estrategias de difusión tradicional.

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

En la actualidad el uso de redes sociales como medios de publicidad es masivo, permite llegar a mayor cantidad de personas en menor tiempo, a menores costos, también significa una oportunidad para concretar negocios, dar seguimiento a clientes e incluso para dar soporte a la gestión administrativa, es por ello que la actualización de las empresas en medios tecnológicos es una estrategia que permite trabajar en el largo plazo (Gavilanes et al., 2022).

CONCLUSIONES

La sostenibilidad de los emprendimientos de la organización Tucayta depende de cuatro dimensiones sistemáticas que son: económica, social, ambiental y la gestión administrativa. Las cuales son ejecutadas dentro de cada uno de estos, pero dependen de factores externos que acontecen alrededor del país y la industria; no se puede hablar de emprendimientos sostenibles si faltan o no se cumple una de estas dimensiones.

La dimensión de sostenibilidad económica de los emprendimientos de la organización Tucayta en la actualidad requiere posicionar los productos en el mercado, dinamizar la economía comunitaria, mejorar la competitividad e incrementar las ventas y los rangos de rentabilidad una estrategia es tomar acciones ofensivas ante las debilidades de la competencia y mediante el control de la gestión de costos y uso de recursos.

La dimensión de la sostenibilidad social de los emprendimientos de la organización Tucayta se fundamenta en crear escenarios positivos para las comunidades, sus socios, clientes, involucrados y la población satisfaciendo las necesidades en general a través de generar empleo, mejorar las condiciones de vida, fomentar la asociatividad, rescatar valores culturales por ello se propone trabajar en procesos organizativos de actividades y funciones de empleados y administrativos, socialización y evaluación de normas establecidas.

Así también la dimensión de la gestión ambiental busca mejorar los procesos productivos sobre la base de estándares de economía circular, proyectar a la comunidad las buenas prácticas de sostenibilidad ambiental, cumplir con normas de calidad y responsabilidad

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

ambiental en la producción y comercialización de productos, para ello se deben establecer alianzas estratégicas con organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales usando una estrategia ofensiva de firmar acuerdos que contribuyan con la conservación y preservación de la naturaleza. Sin una buena gestión administrativa no es posible generar sostenibilidad entonces es recurrente desarrollar competencias en el talento humano, tecnificar procesos de producción y comercialización. Finalmente se concluye que los emprendimientos de la organización Tucayta pueden ser sostenibles, si consideran la propuesta y mejoran la misma.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A todos los agentes sociales involucrados en el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Alarcón, N. (2020). Competitividad y sostenibilidad a la luz de los modelos de gestión organizacional. [Competitiveness and sustainability in the light of organizational management models]. En *hacia la medición de factores de competitividad*. (págs. 47-67). Bogotá: Corporación Universitaria Republicana. <https://n9.cl/yzc27>
- Álvarez, V., & Ramos, A. (2021). Selección de proveedores, factor de éxito en la gestión de compras del producto restauración. [Selection of suppliers, a success factor in the management of restoration product purchases]. *Revista Científica REICOMUNICAR*, 4(7), 15-26. <https://n9.cl/ax5zr>
- Alzate, A., Ramírez, J., & Bedoya, L. (2018). Modelo para la implementación de un sistema integrado de gestión de calidad y ambiental en una empresa . [Model for the implementation of an integrated quality and environmental management system in a company]. *SIDERÚRGICA. Ciencias Administrativas*, 7(13), 6-12. <https://n9.cl/nqgfe>

- Amaya, V., Ordeñana, X., & Zambrano, J. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020. [Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020]. Escuela de Negocios de la ESPOL. <https://n9.cl/y4p3a>
- Contreras, O., Talero, L., & Escobar, L. (2020). Sostenibilidad, stakeholders y crisis de empresa: Un análisis estructurado de percepciones.[Sustainability, stakeholders and business crisis: A structured analysis of perceptions]. *Suma de negocios*, 11(24), 64-72. <https://n9.cl/uf4os>
- Garzón, M. (2021). El concepto de gobierno corporativo. [The concept of corporate governance]. *Visión de Futuro*, 25(2), 154-177. <https://n9.cl/vjpf2>
- Gavilanes, M., Gavilanez, F., & Chávez, N. (2022). La gestión estratégica empresarial desde las tecnologías de la información y la comunicación. Puntos y reflexiones. [Strategic business management from information and communication technologies. points and reflections]. *Alfa publicaciones*, 4(1), 46-61. <https://n9.cl/yfv4h>
- Gavilánez, M., Espín, M., & Arévalo, M. (2018). Impacto de la Gestión Administrativa en las PYMES del Ecuador. [Impact of Administrative Management on SMEs in Ecuador]. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1(1), 1-17. <https://n9.cl/hfw5y>
- Instituto Nacional de estadísticas y Censos [INEC]. (2020). Directorio de Empresas y Establecimientos 2019. [Directory of Companies and Establishments 2019]. <https://n9.cl/6mpj>
- ISO. (2015). Qué es la norma ISO 14001 y para qué sirve?. [What is the ISO 14001 standard and what is it for?]. <https://n9.cl/t16gs>
- Meleán, M., & Torres, F. (2021). Gestión de costos en las cadenas productivas: reflexiones sobre su génesis. [Cost management in production chains: reflections on its genesis]. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 131-146. <https://n9.cl/uyce7>
- Mineira, F. (2020). Paradigmas, enfoques y métodos de investigación: Análisis teórico. [Paradigms, approaches and research methods: Theoretical analysis]. *ATLANTIC*. <https://n9.cl/iap27>

- Normas ISO. (2022). Nomas Iso 26000. [ISO 26000 Standards]. <https://n9.cl/b8m9g>
- Olano, B., & Quispe, M. (2021). Plan de marketing estratégico para el posicionamiento de la marca Agua del Norte. [Strategic marketing plan for the positioning of the Agua del Norte brand]. *Horizonte empresarial*, 8(1), 249-256. <https://n9.cl/kl9r1>
- Ordóñez, et al. (2019). Emprendimiento comunitario con enfoque de género: Un estudio en el cantón Cañar.[Community entrepreneurship with a gender approach: A study in the Cañar canton]. *Redalyc*, 2-13. <https://n9.cl/l9jlq>
- Palella, S. Y Martins, F. Metodología de la investigación cuantitativa. [Quantitative research methodology]. (4ª ed.). Editorial FEDUPEL. 2015. Venezuela.
- Pérez, G., & González, G. (2017). Mercado Meta. [Target market]. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 6(11), 1-12. <https://n9.cl/tq0dm>
- Ruiz, R. (2021). Emprendimiento y artesanías: una revisión de la literatura desde la teoría basada en recursos y capacidades. [Entrepreneurship and crafts: a review of the literature from the theory based on resources and capabilities]. *Revista científica Anfibios*, 4(1), 27-33. <https://n9.cl/85n1r>
- Sainz, O. (2015). Atención al Cliente y Validación Funcional. [Customer Service and Functional Validation]. *Management Review*, 1(1), 62-77. <https://n9.cl/p2se7>
- Sánchez, M. (2018). Desde los métodos cualitativos hacia los modelos mixtos: Tendencia actual de investigación en ciencias sociales. [From qualitative methods to mixed models: Current trends in social science research]. *RISTI*, 1-8.<https://n9.cl/hn628>
- Vintimilla, M., Erazo, J., & Narváez, C. (2020). Branding e identidad corporativa en el sector financiero popular y solidario. [Branding and corporate identity in the popular and supportive financial sector]. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 5(10), 255-286. <https://n9.cl/hw64q4>
- Vizueta, V. (2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador. [The factors that affect enterprises in Ecuador].*INNOVA*, 122-133. <https://n9.cl/79fri>

CIENCIAMATRIA
Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología
Año VIII. Vol. VIII. Nro. 3. Edición Especial 3. 2022
Hecho el depósito de ley: FA2021000002
ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X
Instituto de Investigación y Estudios Avanzados Koinonía (IIEAK). Santa Ana de Coro. Venezuela

Jeniffer Ignacia López-Shishingo; Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes

©2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)