

INSTITUTO SUPERIOR DE FORMACION TRIBUTARIA, COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA
FOTRIEM

Vol. 3 N° 1. Ene-Jun 2024

**REVISTA DE
CIENCIAS EMPRESARIALES,
TRIBUTARIAS, COMERCIALES Y
ADMINISTRATIVAS**

eISSN: 2958-2539
ISSN: 2958-2520

©

Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa

ISSN (online): 2958-2539

Volumen 03 - Número 01

Semestral – Enero a Junio 2024

Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa
(FOTRIEM)

Tte. Héctor Vera N° 1700 esq. Viena, Asunción, Paraguay

Email: revista@fotriem.edu.py

Versión en línea a texto completo:

<https://educaciontributaria.com.py/revista/index.php/rcetca/issue/view/3>

ÍNDICE

Editorial 4

ARTÍCULO ORIGINAL

Estrategias de Marketing Sostenible implementadas en una empresa telefónica para disminuir el CO2, 2022

Rivarola Giménez, B. D., Guida Hermosilla, M. A., Salina Peña, L. M., Kwan Chung, C. K., Becker, S. E.....5-12

Observatorio de Educación Superior

Bernal Macchi, M. G.13-21

Preferencias de remeras personalizadas en consumidores paraguayos

Acosta Funes, E. I., Ocampos Portillo, M. Á, Romero Ramírez Á. G., Vargas Salinas, Y. R., Kwan Chung, C. K.....22-27

Análisis de los impactos económicos y sociales en la adopción de prácticas de la agricultura regenerativa en el Paraguay, 2023

Franco Arguello, M. E., Kwan Chung, C. K28-37

ARTÍCULO DE REVISIÓN

La relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad

Alegre Brítez, M. Á.38-45

Estudio comparativo de la estructura del impuesto a la renta personal de personas físicas de los países de Paraguay y Brasil

Duarte Sánchez, D. D, Samudio Benítez, L. L.46-55

Revisión de técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación de mercado

Duarte Sánchez, D. D, Guerrero Barreto, R. G.....56-63

Conectando saberes y prácticas en la investigación actual

Connecting knowledge and practices in current research

Derlis Daniel Duarte Sánchez^{1*} 

Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa (FOTRIEM). Asunción, Paraguay

Como citar/How to cite:

Duarte Sánchez, D. D. (2024). Editorial. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa*, 3(1), 4.

Correspondencia: derlisduarte@fotriem.edu.py

En un mundo donde la interconexión entre disciplinas, se vuelve cada vez más relevante (Cardozo, 2023), este número presenta una variedad de investigaciones, que exploran la relación entre teorías educativas, prácticas contables, sostenibilidad, y aspectos económicos y sociales. Cada artículo, contribuye a un entendimiento más profundo de los desafíos contemporáneos y ofrece soluciones innovadoras.

Comenzamos con un análisis, sobre la relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad, que nos recuerda la importancia de formar a profesionales no solo competentes, sino también conscientes de su impacto en la sociedad. A su vez, exploramos las estrategias de marketing sostenible implementadas por una empresa telefónica en 2022, demostrando cómo las organizaciones pueden contribuir a la reducción de la huella de carbono mientras fortalecen su imagen corporativa.

El estudio comparativo de la estructura del impuesto a la renta personal en Paraguay y Brasil, ofrece una visión crítica sobre las políticas fiscales en la región, planteando preguntas cruciales sobre equidad y eficiencia. Asimismo, la revisión de técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación de mercado destaca la necesidad de metodologías robustas que informen decisiones empresariales efectivas.

En el ámbito educativo, el Observatorio de Educación Superior proporciona un análisis integral sobre las tendencias y desafíos que enfrenta la educación en nuestros días. También se abordan las preferencias de los consumidores paraguayos por remeras personalizadas, un tema que refleja la importancia del marketing en la era digital y la búsqueda de la individualidad en los productos.

Por último, el análisis de los impactos económicos y sociales de la agricultura regenerativa en Paraguay nos invita a considerar alternativas sostenibles que no solo benefician al medio ambiente, sino que también promueven un desarrollo social inclusivo.






Este número, es un testimonio del compromiso con la investigación interdisciplinaria y la búsqueda de soluciones que respondan a las realidades de nuestra región. Esperamos que, estos artículos no solo informen, sino que también inspiren a nuestros lectores a reflexionar y actuar en sus respectivos campos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cardozo, S. (2023). Una aproximación a la interdisciplinariedad como estrategia de enseñanza-aprendizaje desde la perspectiva de docentes universitarios. *Revista científica en ciencias sociales*, 5(1), 35-43. <https://doi.org/10.53732/rccsociales/05.01.2023.35>

Estrategias de marketing sostenible implementadas en una empresa telefónica para disminuir el CO₂, 2022

Sustainable marketing strategies implemented in a telephone company to reduce CO₂, 2022

Brian David Rivarola Giménez¹ , Marcelo Adrián Guida Hermosilla¹ , Larissa Magalí Salina Peña¹ , Chap Kau Kwan Chung¹ , Silvio Eduardo Becker¹ 


¹Universidad Americana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Asunción, Paraguay

Como citar/How to cite:

Rivarola Giménez, B. D., Guida Hermosilla, M. A., Salina Peña, L. M., Kwan Chung, C. K., y Becker, S. E. (2024). Estrategias de marketing sostenible implementadas en una empresa telefónica para disminuir el CO₂, 2022. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa*, 3(1), 5-12.

Recibido: 05/01/2024. Aceptado: 13/04/2024

*Autor correspondiente: Chap Kau Kwan Chung.
wendy505@hotmail.com

Editor responsable: Derlis Daniel Duarte Sánchez 
derlisduarte@fotriem.edu.py. Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa (FOTRIEM). Asunción, Paraguay

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es identificar las estrategias de Marketing Sostenible implementadas por una empresa telefónica durante el 2022 para disminuir la emisión de CO₂. Se basó en un enfoque cualitativo de diseño no experimental, corte transversal y alcance descriptivo. La técnica de recolección de datos consistió en una revisión de una entrevista pública expuesta en un medio de comunicación digital (Corresponsables, 2021), y a un profesional del área de marketing y ventas de una empresa telefónica con sede en Asunción. La guía de preguntas estuvo compuesta por 10 ítems, fue administrada de manera presencial. Entre los resultados más relevantes destacaron que el rendimiento de la empresa al aplicar un plan de acción ecológico sigue siendo alto, y no se presentan riesgos, por el contrario, ofrece varias oportunidades, estas las que destacan evita desperdicios, maximiza el uso de los recursos de la empresa y presentar un aporte al medioambiente. Se concluye que el Marketing Sostenible muestra beneficios para el medio ambiente, como para la compañía creando mayor control sobre agentes contaminantes, y promoviendo la innovación.

Palabras clave: Marketing Sostenible, huellas de carbono, medio ambiente.

ABSTRACT

The objective of this work is to identify the Sustainable Marketing strategies implemented by a telephone company during 2022 to reduce CO₂ emissions. It was based on a qualitative approach of non-experimental design, cross-sectional and descriptive scope. The data collection technique consisted of a review of a public interview displayed in a digital media outlet (Corresponsables, 2021), and with a professional from the marketing and sales area of a telephone company based in Asunción. The question guide was composed of 10 items and was administered in person. Among the most relevant results, they highlighted that the company's performance when applying an ecological action plan continues to be high, and there are no risks; on the contrary, it offers several opportunities, which include avoiding waste and maximizing the use of resources. of the company and present a contribution to the environment. It is concluded that Sustainable Marketing shows benefits for the environment, as well as for the company by creating greater control over polluting agents, and promoting innovation.

Keywords: Sustainable Marketing, carbon footprints, environment.

INTRODUCCIÓN

Considerando que se reconoce que el medio ambiente es un sistema holístico, físico, dinámico y vulnerable con una capacidad limitada para proveer recursos a nuestro sistema de producción y consumo (Peattie et al, 2013). Los recursos son cada vez más limitados, a esto se le suma que a cada actividad empresarial se añaden costos energéticos. Es decir, se invierte mucho dinero y esfuerzos en obtener materiales del suelo para utilizarlos y luego tirarlos. Por eso, la economía circular desarrolla un ecodiseño de producción, donde se tiene en cuenta la eficiencia, sostenibilidad, responsabilidad y algunos diferenciadores (Balboa y Domínguez, 2014).

En el campo tecnológico, específicamente en el rubro telefónico, se plantea el hecho de reutilizar partes de móviles desechados para la creación de nuevos modelos, y aunque esta práctica es desconocida para la gran parte de sus consumidores finales, se encuentra enmarcado dentro el marketing sostenible, cuyo principal objetivo se enfoca en satisfacer las necesidades de los consumidores actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras (Santander, 2022). Así, las estrategias del marketing sostenible se basan en lo que se conoce como predicar con el ejemplo y además dar voz a tus acciones de impacto positivo en el medio ambiente (Sheedo Studio, 2020).

La Huella de Carbono (HdC), es un indicador que sintetiza los impactos provocados por las actividades del hombre en el entorno, medido en términos de emisiones de gases efecto invernadero y se presenta como una herramienta de estímulo para adoptar estrategias que contribuyan al logro de la sustentabilidad de las organizaciones (Borail, 2006). En este sentido, la HdC de una empresa incluiría todas las emisiones de CO₂ y otros gases de efecto invernadero producidas por su propia actividad, directa o indirectamente. Con respecto a la HdC de un producto, se incluye el ciclo de vida, desde la extracción de las materias primas para su producción hasta su uso y tratamiento como residuo al final de su vida útil. Organizacionalmente, las fuentes directas son todas aquellas que son propiedad o están controladas por la empresa. Las indirectas son el resto de emisiones a consecuencia de la actividad de la organización (García Cubillana, 2021). Así, la evaluación de las emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas con los productos es un proceso complejo. Para comprenderla, es esencial tener en cuenta la contribución de los consumidores a través de su poder adquisitivo que se asocia a un producto o servicio específico (Schneider y Samaniego, 2009).

El cambio climático constituye un problema ambiental y de desarrollo comercial. Por eso se aplica sustentabilidad empresarial, desde la perspectiva estratégica de las empresas, crear productos de valor a largo plazo, garantizando al mismo tiempo que sus operaciones y resultados no tengan un impacto negativo en la sociedad ni en el ambiente (Reyes, 2022). Y es esta misma perspectiva la que comúnmente es referida como Marketing Sostenible, que se enfoca en lograr la convergencia entre la viabilidad financiera de la organización y su compromiso con el bienestar colectivo y ambiental (Lorenzo, 2002).

En este contexto, la responsabilidad empresarial tiene un rol significativo, las compañías de alta tecnología y grandes producciones asumen planes urgentes, encaminados a evitar y sanar esta realidad, para responder de manera eficiente a esta crisis ambiental. Las empresas telefónicas, se enfrentan mediante una evaluación de riesgos y oportunidades, realizando una revisión de sus emisiones de gases y buscando su reducción. Además, adoptan prácticas de economía circular reutilizar recursos, disminuyendo así el requerimiento de nuevos materiales. También en contextos

tecnológicos se enfocan en la durabilidad de los productos (García y Ortega, 2018; Cevallos, 2019; Cáceres et al., 2015).

Como se expone en la literatura, el fenómeno y las implicaciones del Marketing Ecológico debe ser abordado desde la perspectiva social, económica y ambiental, no obstante, este trabajo será más específico, y aborda algunas prácticas como método de reducir las huellas de carbono en una empresa surcoreana que cuenta con sede en Paraguay, creando desde la misma una combinación de productos sostenibles e innovadores que presentan beneficios para el medio ambiente y para sus futuros clientes.

Así surge la siguiente pregunta de investigación, ¿cuáles son las estrategias específicas de marketing sostenible que ha implementado una empresa telefónica, para reducir las emisiones de dióxido de carbono (CO₂)? Desde una perspectiva de opinión que incluya identificación de prácticas, campañas, políticas y tecnologías específicas.

METODOLOGÍA

El trabajo presenta un enfoque cualitativo de diseño no experimental, corte transversal y descriptivo. Se llevó a cabo el análisis de una entrevista en profundidad expuesto en un medio digital (Corresponsables, 2021) a un profesional del área de marketing y ventas de una empresa telefónica localizada en la ciudad de Asunción, 2022. La guía de preguntas estuvo compuesta por 10 ítems, como se detalla en la tabla 1.

Tabla 1. Guía de preguntas de la entrevista

#	Preguntas
1	¿Desde qué año la empresa tomó la iniciativa de reducir el Co ₂ ?
2	¿Cuáles son los aspectos más relevantes del plan de acción para la reducción del Co ₂ implementado por la empresa?
3	¿Para qué año se prevé la eliminación total del Co ₂ en la producción?
4	¿Cuáles serían los indicadores de evaluación de dicho plan?
5	¿Cuáles son los riesgos y oportunidades que se presentan para la empresa en este contexto?
6	¿Los clientes son conscientes de que la empresa está disminuyendo el Co ₂ de sus productos?
7	¿Cuáles son los tipos de alcance que se prevé para disminuir el Co ₂ ?
8	¿Cuál es el nivel de reducción del Co ₂ hasta el presente con los nuevos productos?
9	¿Cuáles son las estrategias que se quieren implementar para la promoción de los nuevos productos?
10	¿Qué significado da la empresa al término “Economía Circular”?

Fuente: Elaboración Propia (2023)

RESULTADOS

Al iniciar, el entrevistado experto comenta que “*la empresa empezó a desarrollar sus iniciativas de reducir su huella de carbono por el año 2018, de ahí en adelante han estado avanzando significativamente*”.

En cuanto a los aspectos más relevantes del plan de acción para la reducción del Co₂ implementado por la empresa nos explicó que sería “*la reutilización de partes de productos anteriores en productos nuevos, utilizar menos recursos y seguir brindando un alto rendimiento. También aplicamos una nueva forma de embalaje más ecológica, un*

diseño minimalista con menos materiales contaminantes que permite que se cambien y reutilicen fácilmente.”

Respecto al año en el que se prevé la eliminación total del CO₂, nos revela que *“en el 2020 la compañía logró su objetivo de energía 100% renovable y para el 2025 esta iniciativa espera incorporar material reciclado en todos los productos móviles, eliminar en su totalidad los plásticos en los empaques y lograr cero residuos en vertederos en los entornos donde la empresa está presente. Ya para el 2050 se espera lograr cero emisiones netas”*.

Referente a los indicadores de evaluación y respuesta mencionó *“nos enfocamos en la evaluación del reciclado en general, los materiales que se reutilizan en los embalajes y dispositivos y la respuesta del consumidor ante ella, tanto si dan buen rendimiento como si dan una buena y convincente presentación al cliente”*.

Respecto a los riesgos y oportunidades que se presentan para la empresa en este contexto cuenta *“no existen riesgos al utilizar materiales reciclados para la producción, el rendimiento sigue siendo alto, y en cuanto a oportunidades, este plan brinda la posibilidad de evitar desperdicios, aprovechar al máximo los recursos y presentar un aporte al medioambiente”*.

Al preguntar si los clientes son conscientes de que la empresa está disminuyendo el Co₂ de sus productos respuesta la respuesta fue *“sí”*, añadiendo, *“los vendedores se encargan de explicar al cliente los detalles del producto y su relación positiva con el medioambiente”*.

Sobre el alcance que se prevén para disminuir el CO₂, el entrevistado manifiesta *“que la empresa se unió a una iniciativa global dedicada a buscar energía al 100% renovable y cero emisiones netas. Este nuevo compromiso abarca un esfuerzo de toda la empresa para mejorar la circularidad de los recursos a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, también buscan realizar inversiones en nuevas tecnologías para reducir las emisiones de los gases de proceso y el consumo de energía en los productos. Así, la compañía tiene planeado explorar nuevas tecnologías y nuevas estrategias sustentables”*.

En relación a la reducción de CO₂ en los nuevos productos hasta ahora, explica que *“la implementación de materiales reciclados inició con la línea de celulares. También nos menciona que gracias al diseño minimalista del embalaje y al cambio de los materiales utilizados a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, desde la fabricación y distribución hasta el uso y la eliminación, uno de sus productos ha recibido el certificado ‘Reducción de CO₂’, que reconoce la reducción de gases de efecto invernadero que se produce en comparación con el modelo anterior”*.

Sobre las estrategias implementadas para promocionar los productos con materiales reciclados, indica que: *“no es muy conveniente destacar esa información en las nuevas promociones masivas, ya que de alguna manera podría resultar un tanto chocante para los clientes ocasionales. A su vez, sí se opta por explicar a través de los vendedores personalmente el ciclo ecológico de vida que presenta el producto, y se garantiza el rendimiento como óptimo y confiable”*.

Por último, lo respondiendo al significado que da la empresa al término “Economía Circular”, el representante indica: *“eso se refiere a la circularidad de los recursos a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, desde el abastecimiento de materias primas hasta el reciclaje y la eliminación. Se refiere al plan de acción mencionado*

anteriormente: reutilizar materia prima de productos anteriores, disminuyendo así los recursos necesarios para la elaboración de uno nuevo”.

Se han omitido en las respuestas: nombre de la empresa, frases coloquiales, risas, y comentarios extras que no hacen referencia a la temática.

DISCUSIÓN

Las respuestas obtenidas hacen mención a lo revelado con la literatura existente, por ejemplo, muchas empresas calculan sus HdC para reducir la contaminación que ocasionan en los procesos de producción, involucrando a los empleados operativos y gerenciales en asuntos ambientales, tratando de promocionar sus productos en el contexto del calentamiento global (CEPAL, 2021). Y es que la crisis ambiental no es de ahora si no que es un tema estudiado desde hace tiempo inclusive en Paraguay; un trabajo resaltante es el del renombrado investigador paraguayo Ramón Fogel publicado en 2012, “Cambio climático, alteraciones ambientales y pobreza en el Paraguay”, el investigador afirma que las verdaderas soluciones a la crisis requieren cambios radicales, asociados a las formas de producción y consumo, que sacralizan el mercado a costa de la biodiversidad y del sustento a la vida de la Tierra. Desde esta perspectiva, el primer aspecto a considerar en las conversaciones climáticas es el compromiso de las naciones y de las empresas que en ellas operan para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (Fogel, 2012).

Aquí es donde señalamos la repuesta otorgada por el entrevistado, economía circular implica la gestión de los recursos dentro del ciclo de vida del producto, desde adquirir materias primas, su distribución hasta su reciclaje y eliminación. La estrategia reduce el uso de recursos naturales, disminuye las emisiones de gases y promoviendo la durabilidad del producto. Esta metodología permitió a la empresa cumplir su objetivo de empezar y concretar la reducción de gases, lo que concuerda con la perspectiva del autor citado de centrarse en la fase de diseño del producto para implementar cambios sostenibles.

Otro punto importante es la comunicación que como se menciona en Becker (2023), las empresas, con sentido de responsabilidad, ayudarán al cuidado del medio ambiente comunicando sus procesos “algunos investigadores indican que la dupla para salvar al planeta de la contaminación es empresa – consumidor”, cuidando no abrumar al consumidor con información, sino por el contrario brindando información acertada y oportuna.

Otro punto señalado por el entrevistado en concordancia con la administración estratégica de la temática es la incorporación de materiales reciclados en sus productos móviles. Además, tienen como meta alcanzar cero emisiones netas para 2050, demostrando su alineamiento con el "Acuerdo de París", un tratado internacional que busca limitar el aumento de la temperatura global. (Naciones Unidas, s.f.). Las empresas preocupadas por el medio ambiente trabajan en el desarrollo de formas sostenibles para responder al cambio climático como mecanismo de responsabilidad social empresarial, en todos los aspectos de sus operaciones comerciales. Adaptándose a políticas verdes para aumentar la eficiencia energética y minimizar el uso de recursos, brindando a los usuarios la seguridad de contribuir a la mitigación del cambio climático a través de productos altamente eficientes, sin sacrificar el rendimiento. (Compromiso RSE, 2021).

Los resultados reflejan un compromiso sólido por parte de la empresa hacia la sostenibilidad y la reducción de su huella de carbono considerando: diseño e innovación de productos, uso de materiales, embalaje, buena comunicación, eliminación de plásticos

y otros contaminantes, Es alentador comprender que empresas de este rubro se proponen metas ambiciosas para el futuro. Por otro lado, considerar la educación al cliente y la promoción de la reutilización son estrategias valiosas (Pérez de las Heras, 2016; Garabiza et al., 2021).

CONCLUSIÓN

Para concluir, se destaca la aplicación de un Marketing con prácticas ecoamigables por parte de la empresa telefónica como modo de aporte en el cuidado del medioambiente, sin perjuicio a sus ingresos. Merece la pena entender por qué a la hora de promocionar estas prácticas consideran no hacerlas públicas de manera amplia. No obstante, se considera el inicio de una consciencia positiva sobre los productos y servicios, cuyos procesos de elaboración contemple algunos límites biofísicos del entorno ambiental.

Las técnicas de mitigación implementadas en sus productos no conllevan riesgos; por el contrario, se centran en mantener el rendimiento óptimo y aumentar la durabilidad. Aprovechar la evolución de los consumidores hacia prácticas más verdes, debe ser considerado como una oportunidad de comunicación.

Con respecto al objetivo de la investigación, los esfuerzos de la empresa se basan en el uso de materia prima: reutilización de partes de productos anteriores en productos nuevos, utilizar diseños de embalaje con materiales menos contaminantes y reducción de plásticos. La empresa prefiere no destacar la información en campañas masivas, ya que podría resultar incomodar al público en general. Sin embargo, se destaca como aspecto positivo la preferencia explicar personalmente a través de vendedores el ciclo ecológico de vida del producto, resaltando un funcionamiento óptimo, sin perjuicio a la confiabilidad.

Las estrategias de Marketing Sostenible presentan beneficios para el medio ambiente como para la empresa y los consumidores, permitiendo abrir puertas a nuevos segmentos del público conscientes de los problemas ambientales, contribuyendo de este modo mejorar la imagen de la marca, su posicionamiento y la constante innovación de productos y procesos.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Declaración de autor: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Contribución de autores

BDRG, MAGH, LMSP: Idea del proyecto, metodología, diseño, recolección de datos, análisis, conclusión, borrador y su versión final.

CKKC y SEB: Revisión general del estudio, ajustes del borrador y versión final.

Financiamiento: financiación propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balboa, C. H., & Somonte, M. D. (2014). Economía circular como marco para el ecodiseño: el modelo ECO-3. *Informador técnico*, 78(1), 82-90. <https://doi.org/10.23850/22565035.71>
- Becker, S. E (4 de agosto de 2023). *Marketing Ecológico para el uso responsable del agua*. Portal Web Noticia. Universidad Americana. <https://www.americana.edu.py/blog/marketing-ecologico-para-el-uso-responsable-del-agua/>
- Boiral, O. (2006). *Corporate response to global warming: For a proactive strategy*. Faculté des sciences de l'administration, Université Laval. 79-95.

- https://www.researchgate.net/profile/Olivier-Boiral/publication/258820492_Boiral_O_2006_Corporate_Response_to_Global_Warmin_g_International_Journal_of_Business_and_Economics_Perspectives_11_79-95/links/5ab0d961458515e3eb7ace/Boiral-O-2006-Corporate-Response-to-Global-Warming-International-Journal-of-Business-and-Economics-Perspectives-11-79-95.pdf
- Cáceres, S., Segura, D., Merea, M., y Vargas, E. (2019). *Plan Estratégico para la Gestión de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos de Telefonía Móvil, con Economía Circular en el Perú* (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Perú). <https://www.proquest.com/openview/3e0949675a1ff6451a6730f452b5b5ea/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Cevallos, F. (2019). *Modelo de negocio de reciclado y reutilización de terminales de teléfono móvil implementando conceptos de economía circular en Ecuador*. Depósito de Investigación. Universidad de Sevilla. España. <https://idus.us.es/handle/11441/92098>
- CEPAL. (12 de agosto de 2021). *Biblioguías CEPAL*. Obtenido de Qué es la Huella de Carbono. <https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=159523&p=1044389>
- Compromiso RSE. (2021). *Compromiso RSE custommedia*. Los esfuerzos ecológicos de Samsung para un mañana mejor y más sostenible. <https://www.compromisorse.com/rse/2021/03/31/los-esfuerzos-ecologicos-de-samsung-para-un-manana-mejor-y-mas-sostenible/>
- Fogel, R. (2012) *Cambio climático, alteraciones ambientales y pobreza en el Paraguay*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO. <https://www.crop.org/viewfile.aspx?id=353>
- Garabiza, B., Prudente, E., & Quinde, K. (2021). La aplicación del modelo de economía circular en Ecuador: Estudio de caso. *Revista Espacios*, 42(02), 222-237. <https://www.revistaespacios.com/a21v42n02/a21v42n02p17.pdf>
- García Cubillana, J. (2021). *WTW Update*. La importancia de la huella de carbono y su impacto en las empresas. <https://willistowerswatsonupdate.es/riesgos-corporativos-y-directivos/huella-de-carbono-empresas/#>
- García, M. y Ortega, A. (2018). Reparable, Actualizable y Reciclable. La Economía Circular, Como Nuevo Modelo Económico Para Las Compañías Telefónicas En México. *Jóvenes en la Ciencia*, 4, 274-278. <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/2262>
- Lorenzo, M. (2002). Marketing ecológico y sistemas de gestión ambiental: conceptos y estrategias empresariales. *Revista Galega de economía*, 11(2). <https://www.redalyc.org/pdf/391/39111213.pdf>
- Naciones Unidas. (s.f.). Climate Change. *El acuerdo de París*. <https://unfccc.int/es/acerca-de-las-ndc/el-acuerdo-de-paris>
- Peattie, K., Belz, F., y Galí, J. (2013) *Marketing de Sostenibilidad. Una perspectiva Global*. PROFIT Editorial. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6-VRAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=marketing+sostenible#v=onepage&q=marketing%20sostenible&f=false>
- Pérez de las Heras, B. (2016). La gestión eficiente de recursos en la Unión Europea: alcance e impacto de la normativa europea para una economía más sostenible y circular. *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, 55, 781-817. <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rdce.55.01>
- Reyes, J. (2022). *Guía para la sostenibilidad de las empresas*. Safety Culture. <https://safetyculture.com/es/temas/sostenibilidad-empresarial/>
- Santander Universidades. (2022). *Santander Becas*. ¿Cuáles son los principios del marketing sostenible?. <https://www.becas-santander.com/es/blog/marketing-sostenible.html>

- Sheedo Studio. (2021). *Sheedo Studio. ¿Cómo hacer Marketing Sostenible? Estrategias y ejemplos de campañas inspiradoras.* <https://sheedostudio.com/como-hacer-marketing-sostenible/>
- Schneider, H., & Samaniego, J. (2009). *La huella del carbono en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios.* Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 29-34.
https://www.ingenieros.es/files/proyectos/Huella_carbono_prod_dist_consumo.pdf

Observatorio de Educación Superior

Higher Education Observatory

María Graciela Bernal Macchi¹ 


¹Universidad Nacional de Asunción. Facultad de Ciencias Económicas. San Lorenzo, Paraguay

Como citar/How to cite:

Bernal Macchi, M. G. (2024). Observatorio de Educación Superior. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa*, 3(1), 13-21.

Recibido: 01/02/2024. Aceptado: 10/04/2024

*Autor correspondiente: María Graciela Bernal Macchi
gmacchi@gmail.com

Editor responsable: Derlis Daniel Duarte Sánchez 
derlisduarte@fotriem.edu.py. Instituto Superior de
Formación Tributaria, Comercial y Administrativa
(FOTRIEM). Asunción, Paraguay

RESUMEN

En el país existe variada información sobre la Educación Superior. Algunas están sistematizadas en los documentos generados por el Ministerio de Educación y Ciencias, la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES), y por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONES). Otras están en las diversas Instituciones Educativas de Educación Superior (IEES), distribuidas en la República del Paraguay. En estas condiciones, es importante recalcar que, no se puede acceder a las informaciones de manera ágil y oportuna, pues si bien ellas existen, no están suficientemente disponibles para su debido uso en las esferas de decisión, en tiempo oportuno, pues la sistematización de información a nivel nacional y regional, está aún en etapa de desarrollo. En ese sentido, surge la necesidad de contar con un observatorio, que es una herramienta que permite un espacio de interacción y voz a los miembros de la sociedad involucrados. Por ello, el objetivo del trabajo es proponer un modelo de Observatorio de la Educación Superior en la Universidad Nacional de Asunción. Para el desarrollo de la propuesta se aplicará un diseño bibliográfico documental y de campo, a nivel exploratorio, el cual será complementado con un nivel descriptivo. El resultado previsto es el modelo de observatorio, contemplando las funciones del mismo y propuesta del plan de implementación del mismo. Concluyendo que, la propuesta de observatorio planteada contribuiría a la democratización de información y a una toma de decisión basada en buena información en el ámbito de la Educación Superior.

Palabras clave: Democratización; educación, información

ABSTRACT

In the country, there is varied information about Higher Education. Some of it is systematized in documents generated by the Ministry of Education and Sciences, the National Agency for Evaluation and Accreditation of Higher Education (ANEAES), and the National Council of Higher Education (CONES). Others are found in various Higher Education Institutions (HEIs) distributed throughout the Republic of Paraguay. In this context, it is important to emphasize that accessing information in an agile and timely manner is not possible, as although it exists, it is not sufficiently available for proper use in decision-making spheres at the right time, since the systematization of information at the national and regional levels is still under development. In this regard, there is a need for an observatory, which is a tool that allows for interaction and voice for the members of the involved society. Therefore, the objective of this work is to propose a model for a Higher Education Observatory at the National University of Asunción. For the development of the proposal, a bibliographic and field design will be applied at an exploratory level, which will be complemented by a descriptive level. The expected result is the observatory model, including its functions and a proposed implementation plan. In conclusion, the proposed observatory would contribute to the democratization of information and to decision-making based on good information in the field of Higher Education.

Keywords: Democratization; education; information

INTRODUCCIÓN

En el país hay mucha información sobre la gestión educativa. Algunas de ellas están sistematizadas en los documentos generados por el Ministerio de Educación y Cultura. Muchas están dispersas en los diversos centros educativos, distribuidos a lo largo y ancho de los 252 distritos que integran las República del Paraguay. En este sentido es importante recalcar que, en estas condiciones, no se puede acceder a las informaciones de manera ágil y oportuna, pues si bien ellas existen, no están disponibles.

Estas informaciones existentes en los registros de los centros educativos en la República del Paraguay, no están suficientemente disponibles para su debido uso en las esferas de decisión en el tiempo oportuno, pues la sistematización de información a nivel distrital, está aún en etapa de desarrollo.

En ese sentido, surge la necesidad de contar con un Observatorio, método de sistematización, escasamente utilizado en nuestra sociedad, y en muchos casos desconocido. Por ello el objetivo de este trabajo es proponer un modelo de Observatorio, que pueda ser ajustado conforme a la necesidad de la unidad académica que lo implemente.

El Observatorio es una instancia donde se recoge y procesa la información correspondiente al área de interés para la cual se lo crea. Ello posibilitaría sistematizar en tiempo y forma las mismas con el fin de realizar análisis, hacer proyecciones y tendencias. Además, es una herramienta que permite un espacio de interacción y voz a los miembros de la sociedad involucrados.

En este contexto se enfoca a un Observatorio que integre la información de la gestión educativa y genere un espacio para posibilitar, que la universidad asuma el compromiso de reconocer y responder a la diversidad de los alumnos, sus necesidades, la forma de relacionarse entre ellos y la dinámica social que viven en sus comunidades. El hablar de educación implica la utilización de estrategias, métodos y recursos didácticos adecuados para la transmisión de contenidos, para ello es fundamental que los alumnos mediante la innovación educativa construyan un aprendizaje significativo, y puedan lograr asimilar información, renovar sus ideas y resolver los problemas que se les presenta en su vida cotidiana. Ello actualmente se conoce como competencias de acuerdo a la forma educativa vigente, en la cual se pretende que el alumno sea competitivo para el trabajo productivo, la convivencia social y la autonomía, con la que ejerce su formación educativa. Teniendo en cuenta lo mencionado, a continuación, los diferentes autores definen al observatorio desde su perspectiva, utilizando puntos de vistas pero con el mismo significado. Veiga Río y Rodríguez (2008) define al Observatorio Educativo como un órgano colegiado interministerial al que corresponde asesorar, basado en el principio de cooperación territorial y colaboración institucional, sobre situaciones referidas al aprendizaje de la convivencia escolar, elaborar informes y estudios, hacer un diagnóstico en materia de convivencia escolar, y proponer medidas que ayuden a elaborar las distintas políticas estatales, fomentando las actuaciones que faciliten la mejora del clima escolar y la convivencia en los centros educativos.

También menciona algunas Funciones del Observatorio que son:

a) Actuar como órgano de asesoramiento, análisis y difusión de información periódica relativa a la situación de la convivencia en los centros escolares.

b) Recoger y analizar información sobre medidas y actuaciones puestas en marcha desde las diferentes instancias, públicas y privadas, para prevenir, detectar y evitar las situaciones contrarias a la convivencia escolar.

c) Difundir las buenas prácticas educativas favorecedoras de la convivencia escolar.

d) Promover la colaboración entre todas las instituciones implicadas en materia de convivencia escolar.

e) Actuar como foro de encuentro interdisciplinar entre organismos públicos y organismos privados acerca del aprendizaje de la convivencia escolar y de la convivencia social. f) Formular propuestas de actuación tendentes a mejorar la convivencia en los centros educativos.

g) Elaborar informes periódicos para instituciones, sobre la evolución de la convivencia en los centros educativos y las medidas adoptadas para su mejora.

h) Realizar cuantas otras actuaciones le sean encomendadas para el mejor cumplimiento de sus fines.

Por otra parte, el Observatorio Chileno de Ciencia, Tecnología e Innovación, (2007), señala que la toma de decisiones en las instituciones educativas se sustenta en la información y el análisis; sin embargo, si los datos disponibles son insuficientes, poco confiables o desactualizados las tareas o acciones apoyadas en dicha información estarían destinadas al fracaso. Para acceder de manera confiable y oportuna a la información y al conocimiento disponible —en el entorno respecto a un tema o fenómeno social— se requiere una estrategia que lo haga posible, ésta es una entre muchas de las funciones del observatorio

Así mismo Latapí Sarre (2005), expone sobre el caso de Observatorio Ciudadano de Educación al problema general de la participación, a partir del caso particular de OCE, en el problema de la participación de la sociedad (PS) en la Educación y aportar elementos para su solución. Las incertidumbres que enfrenta esta asociación se origina, en buena parte, en indefiniciones conceptuales que afectan a otros muchos organismos sociales que se proponen “participar en la educación”. Siendo la participación evidentemente necesaria para mejorar el carácter democrático de la toma de decisiones política educativa y en última instancia la calidad de servicio educativo, su avance como proceso sociopolítico organizativo se ve frenado por esas indefiniciones. La práctica de la participación debe incorporar un esfuerzo de clarificación que no solo la acompañe sino en parte también ayude a determinar la forma que adopte.

Delgado Fernández y otros (2011) mencionan en un artículo realizado por Mayores Norchales y Beatriz Abreu que el desarrollo tecnológico, ha propiciado que se desarrollen y usen herramientas que apoyen a la gestión de la Vigilancia Tecnológica (VT). Entre las propuestas identificadas se encuentran: portales, web, Observatorios Tecnológicos (OT), bases de datos de información tecnológica y bases de datos de expertos. Los autores (Macías Rivero y otros 2009, p.138) son del criterio que el apoyo tecnológico es fundamental en el servicio de VT para determinar las tendencias del mercado y gestionar los ejes de observación o la cartera de proyectos. Al evaluar las instituciones de educación superior, se observa como el uso de los OT, ha ido en aumento. En el contexto universitario se sugiere que “vigilancia tecnológica debe estar soportada en portales de OT, que involucre la mayor cantidad de actores posibles y el uso de herramientas de captura, análisis, procesamiento y difusión de la información, así como de indicadores de control de este proceso y de los propios programas estratégicos de investigación.

Moreno y otros (2009) expresan que, en el año 1990, se creó el primer observatorio de ciencia y tecnología en el mundo y ese modelo de organización se ha multiplicado en varios países (de la Vega, 2007, p.545). La bibliografía consultada representa una evidencia de este fenómeno, que se ha amparado en la creación de observatorios sobre diversos temas para monitorear de manera sistemática la marcha de un sector o problemática.

De la Vega (2007) define al Observatorio como una herramienta para realizar vigilancia tecnológica, que reconoce cambios en el dominio de información que procesa, gestiona y observa, por lo tanto, teniendo en cuenta comportamientos previos, puede avisar con antelación de ciertas variaciones o diferencias en parámetros que evalúa, generando un conocimiento con un alto grado de importancia al ser actual y novedoso, que puede ser utilizado por los receptores que tengan interés en esa información.

Navegación R.O.U | Red de Observatorios Universitarios (2015) menciona que el observatorio es un escenario posible de visibilidad para artículos, análisis y visiones ensayísticas, listados bibliográficos, un formato creador de sentido, con réplica en los grandes medios de comunicación y áreas especializadas de conocimiento. Se conciben los observatorios como mirada crítica hacia universos informativos para analizar realidades desde estrategias, que gestan espacios de reflexión.

Espino, Rosete Suárez, Carrasco Bustamante, Hadfeg-Fernández, & Delgado-Dapena, (2014) aclaran que el Observatorio mide y procesa elementos concernientes a la tecnología, para aliviar el trabajo de buscar información relevante que tribute al trabajo o intereses personales de los clientes, gracias a la integración en una herramienta de información circunscrita a temas determinados, que provee de informes, resúmenes y alertas, que permitan a los usuarios tomar decisiones.

Bouza Betancourt (2010) expone que un Observatorio captura informaciones externas con el propósito de transformarlas en conocimientos específicos que conducen a sus usuarios a tomar decisiones.

Angulo Marcial (2009) explica que el Observatorio es conocido como un espacio multidimensional constituido por redes temáticas colaborativas que, de forma periódica y sistemática, recogen toda aquella información sobre procesos innovadores internos y externos, relevantes para la institución, tanto cualitativa como cuantitativa para su posterior coordinación y difusión.

Moreno, Echavarría, & Londoño (2009) exponen que el Observatorio es un sistema de información que incorpora diferentes metodologías e instrumentos para aplicarlos a un grupo de instituciones o actividades afines en forma sistemática, periódica y objetiva con el fin de controlar la evolución en el tiempo de determinadas estructuras, variables y procesos.

METODOLOGÍA

Para la elaboración del artículo se realizó una investigación bibliográfica documental, consultando fuentes tales artículos científicos, y documentos de gobierno. Así mismo se procedió a la investigación de campo, por medio de entrevistas en profundidad a referentes calificados en la implementación de observatorios. Para ello se entrevistó a la Directora del Observatorio Laboral y al Profesional Informático, responsable del diseño y programación del Observatorio del Instituto Interamericano de Cooperación Agropecuaria.

Toda esta etapa se realizó a nivel exploratorio para conocer al respecto de la estructura y funcionalidad de dos de los observatorios que están operando con éxito en Asunción, los cuales ya tienen acumulada experiencias, por la trayectoria desarrollada.

Posteriormente, se procedió a una investigación descriptiva para detallar el modelo de observatorio propuesto.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Necesidad del Observatorio

En el contexto en el que se desarrolla la educación con sistemas educativos muy heterogéneos, con una fuerte divergencia en cuanto a lo institucional y no tanto en el diseño de los modelos académicos, sino más bien en la implementación de los mismo, los procesos de integración y de convergencia nacional y regional, se presentan como una oportunidad para atender la necesidad de vincular y articular la información para posibilitar una evaluación exhaustiva y tendencias y proyecciones de los sistemas educativos. Ello posibilitará proponer estrategias eficientes para promover los procesos de integración regional y nacional, y la convergencia de los sistemas de educación a todos los niveles y la articulación entre las instituciones.

La educación en este contexto, ha sufrido las consecuencias de las tendencias contradictorias, por una parte, debido a los continuos ajustes económicos sufre de sucesivos recortes presupuestarios: al mismo tiempo que, por el avance de la sociedad del conocimiento y de los procesos de democratización de sus sociedades, tiene una mayor demanda y crece su estudiantado. Ello ha conducido a la creación de diversas instituciones de educación careciendo de una planificación previa. Debido a ello, los sistemas se han fragmentado, lo cual ha generado un detrimento de la calidad de la educación.

Por ello, resulta fundamental plantear y debatir los problemas y desafíos más importantes que se destacan en la agenda de la educación a nivel nacional y regional. Las políticas de educación deben articularse con las políticas y planes del conjunto de la realidad nacional—de manera de asegurar su integración—, para responder con pertinencia a sus desafíos.

Debería tenderse a aprovechar las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías de la comunicación e información, de manera que estén al servicio de políticas de mejoramiento de la calidad y de la democratización de la educación.

También deberían articularse con los sectores del trabajo y de la producción, de manera de contribuir a su mejoramiento tecnológico y a su mejor funcionamiento en el marco de los requerimientos globales, nacionales y regionales. Estas vinculaciones Entidades Educativas— Sociedad – Sector Productivo requieren de un sistema educativo diseñado para su desarrollo a lo largo de toda la vida.

Desde una perspectiva imprescindible de equidad y justicia social, debe atenderse prioritariamente y de manera innovadora los requerimientos de los sectores sociales pobres, de manera de posibilitar su mejor inclusión en el sistema educativo.

El Observatorio suministra a las entidades nacionales e internacionales, a los responsables de la política educativa, y a la ciudadanía en general, formas integrales de conocimiento y de pensamiento sobre la educación paraguaya que posibilite la elaboración de miradas diversas de la realidad educativa nacional, con objeto de ampliar

el panorama de comprensión sobre su dinámica y sobre su papel estratégico en la construcción de la identidad paraguaya.

El Observatorio posibilita generar, sistematizar y difundir información relevante del sistema educativo universitario paraguayo, teniendo en cuenta el fortalecimiento de las relaciones entre los sistemas educativos, los sistemas de ciencia y tecnología y los procesos culturales, a partir de una mirada amplia y dignificante que no vaya solamente en busca de las deficiencias, necesidades o carencias, sino que ponga en evidencia las potencialidades y riquezas de la educación universitaria en el Paraguay, para posibilitar realizar proyecciones y tendencias sobre la educación superior en la República del Paraguay.

Objetivo del Observatorio

Construir conocimiento sobre el sistema de la educación superior de la República del Paraguay en general, y de la Universidad Nacional en particular, mediante una participación conjunta y progresiva del estado y los agentes involucrados de la sociedad, sobre prácticas y los procesos educativos en el país, a través de la identificación, el intercambio y la valoración de experiencias e innovaciones significativas, que posibiliten la elaboración de miradas diversas de la realidad de la educación superior nacional,

Funciones del Observatorio

Las principales funciones generales serían:

1-Crear una plataforma de información sobre la educación superior, generando un espacio de información sobre el sistema de educación superior.

2-Generar información sobre el sistema de educación superior para mantener actualizado 2-Suministrar formas de conocimiento y de pensamiento sobre la educación superior, con objeto de Elaboración del Informe de la Educación Superior Paraguaya. 4- Realizar, coordinar y articular acciones de investigación sobre la realidad educativa y pedagógica del Paraguay.

5- Propiciar la constitución de espacios de encuentro y participación de los diferentes actores de la educación, mediante una variedad de estrategias (encuentros, foros, seminarios y talleres).

6- Relevar y sistematizar experiencias e innovaciones educativas.

7- Procesar y producir información relevante.

8-Desarrollar Talleres de Formación sobre Observatorio

Modelo Propuesto

El modelo de observatorio propuesto construye en un proceso dinámico y participativo del que surgen las diversas representaciones que reflejen la forma de ser de la universidad, las maneras de educación, los diversos modos de ser del maestro, las manifestaciones de la comunidad educativa, el ingreso de las nuevas tecnologías en las prácticas pedagógicas, etc. En fin, una novedosa aproximación vital a la educación superior en el Paraguay que reconoce sus potencialidades, su papel en la cultura y su inscripción en el mundo contemporáneo.

El Observatorio se apoya para su puesta en marcha y para optimizar su acción en un conjunto de redes integradas por actores e instituciones. Esta Red, se caracteriza por:

- Ser un intento por construir nuevas formas de articulación entre todas las instancias educativas que reconozcan la necesidad de variar los modelos organizativos hacia sistemas abiertos.
- Ser un escenario que propicia el despliegue de formas de ensayo y de invención en un mundo en el cual los movimientos y las readecuaciones adquieren velocidades vertiginosas.
- Querer superar uno de los obstáculos fundamentales: la insularidad que ha caracterizado buena parte del accionar de los actores educativos.
- Dar nuevo aliento a sectores importantes de la educación superior al entrar en contacto con diversidad de experiencias adelantadas en otras latitudes, y,
- Construir un espacio que fortalece y amplía las experiencias educativas en marcha, convirtiéndose a su vez en mecanismo generador de nuevas búsquedas.
- Asumir que la producción de conocimiento –tarea mancomunada de las universidades y de los centros de investigación, en su mayoría vinculados con estas instituciones- es un factor decisivo, cada vez en mayor medida, para el desarrollo equilibrado de los países y de la región en su conjunto.

A su vez el Observatorio propuesto se apoyaría en la red de Información sustentada por la participación de Ministerios de Educación, Organismos y Agencias Internacionales, Universidades y Centros de Investigación, Instituciones Educativas, Organizaciones y asociaciones científicas y gremiales de la educación como también educadores, pedagogos, intelectuales, investigadores y especialistas en educación.

Teniendo en cuenta la necesidad de articulación y convergencia de las instituciones entre sí, éstas deberían asociarse y establecer redes académicas con otras, tanto del país, de la propia región como de otras regiones, de manera de estimular el intercambio de estudiantes, docentes e investigadores y acordar programas articulados de formación, investigación y extensión.

Las políticas sectoriales e institucionales deberían asumir una nueva concepción estratégica de reforma y cambio en la educación, en un marco de planeamiento gestión y evaluación de carácter innovador, en lo institucional, en lo académico, en lo organizativo y en lo pedagógico, tendiendo a superar el modelo actual por otro de educación superior para todos.

A nivel internacional, es necesario superar la fragmentación actual de la educación y su heterogeneidad en cuanto a la calidad, promoviendo procesos de convergencia e integración tanto a nivel nacional como en el conjunto de la región, en el marco de una alianza estratégica tendiente a construir una comunidad latinoamericana de naciones y un espacio común latinoamericano de educación.

Estos lineamientos y desafíos, tanto en el ámbito de las políticas como en el del desarrollo institucional, se plantean para contribuir a construir la nueva agenda deseable, que facilite y promueva un debate amplio en la región, en cada país, sobre los retos y expectativas que se le presentan a la educación en su conjunto y a cada una de sus instituciones.

La pertinencia, eficiencia y el carácter creativo e innovador con que se encaren estas nuevas responsabilidades políticas, sociales y académicas favorecerán, o no, sus mejores y deseables contribuciones a un pleno desarrollo en democracia y con justicia social de los países de América Latina.

En fin, se puede decir también. que el Observatorio Educativo, es como un trayecto que se detiene a contemplar la vida en las aulas, la organización en los centros, la dinámica de la comunidad educativa y la cultura profesional del profesorado.

Su propósito es alterar la realidad vigente, modificando con opciones y actitudes, alternando métodos e intervenciones y mejorando o transformando, según los casos, los procesos de enseñanza y aprendizaje, “Educar es formar personas aptas para gobernarse a sí mismas, y no para ser gobernadas por otros”, como lo expresa un pensamiento de Herbert Spencer.

Estructura del Observatorio

El diseño de la estructura del Observatorio contempla un nivel organizativo y otro operativo. En el primero se plantea crear un Departamento de Observatorio, que responda a la Dirección que corresponda, según el organigrama de la institución o unidad académica.

En el nivel operativo se visualiza organizarlo en secciones de: Recolección y Sistematización, Informática, y Difusión

En este sentido se sugiere que ambas Estructuras tanto la Organizativa, como la Operativa se articulen y vinculen, lo cual posibilitaría un desempeño eficiente, mediante una articulación permanente entre la estructura organizativa y la operativa

Además, en este modelo organizativo, se contempla la posibilidad de desarrollar una modalidad, que posibilite que el Observatorio pueda vincularse a un conjunto de redes integradas por actores e instituciones, lo cual podría apoyar su puesta en marcha y optimizar su acción,

Esta estructura propuesta contribuiría a privilegiar un proceso dinámico y participativo, para el logro de Objetivos del Observatorio

Etapas de implementación

Las etapas que se consideran pertinentes son:

- 1-Presentación del Proyecto, en ella se socializa la idea con los involucrados en el proceso, buscando que la propuesta sea sostenible a partir de una metodología participativa
- 2- Elaboración de Planificación Estratégica, Organizativa, Operativa del Proyecto, esta es la sub siguiente etapa, en la cual la propuesta debe desarrollarse, considerando la Misión, Visión y Valores de la entidad, y posibilitando que la propuesta se integre al Plan Estratégico de la entidad, constituyendo en un componente orgánico del mismo.
- 3- Implementación del Proyecto, es la concreción de la idea, a partir de la cual se debe iniciar un proceso de evaluación en diferentes etapas de la implementación.

CONCLUSIÓN

El Observatorio se concibe como un espacio interactivo, coordinado participativo que captura, organiza, analiza, y comparte información. El Observatorio contribuye a una buena planificación, gestión y construcción del conocimiento. En este contexto, el diseño de la información permite identificar ámbitos, categorías, elementos e indicadores relevantes de la educación superior.

Esta modalidad de trabajo, reúne y congrega a los involucrados directos e indirectos, en un espacio común, que posibilita intercambio de experiencias y saberes, así como la socialización y democratización de la información

Conflicto de interés: La autora declara no tener conflicto de intereses.

Declaración de autor: La autora aprueba la versión final del artículo.

Financiamiento: financiación propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angulo Marcial, N. (2009). ¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones? *Innovación Educativa*, 9(47), 5-17. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414895002>
- Delgado-Fernández, M., Infante-Abreu, M., Abreu-Lee, Y., Infante-Pérez, O., Díaz-Batista, A., Martínez, J. Vigilancia tecnológica en una Universidad de Ciencias Técnicas. *Ingeniería Industrial*, 1(1), 69-75. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433575010.pdf>
- Latapi Sarre, P. La participación de la sociedad en la definición de políticas públicas de educación: El caso de Observatorio Ciudadano de la Educación. *Perfiles educativos*, 27(107), https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-26982005000300002&script=sci_arttext
- García, J., Ulloa Cázarez, R. L., Chan, M. E. (2013). Herramientas para la evaluación educativa: el Observatorio para la educación en ambientes virtual. 1ra. Edición. *Investigación e innovación en sistemas y ambientes educativos*. (129-160). <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/1519/1/Investigaci%C3%B3n%20e%20innovaci%C3%B3n%20en%20sistemas%20y%20ambientes%20educativos.%20Primeras%20contribuciones%20desde%20el%20espacio%20com%C3%BAAn%20de%20educaci%C3%B3n%20superior%20abierta%20y%20a%20distancia.pdf#page=129>
- Moreno, A. V., Echavarría, M. A., & Londoño, M. A. U. (2009). Observatorios y redes de cooperación internacional. *Negocios Internacionales*, 2(1). <https://www.semanticscholar.org/paper/Observatorios-y-redes-de-cooperaci%C3%B3n-internacional-Moreno-Echavarr%C3%ADa/b075515e8af7dbe0f359c5da10bdac2a40514783>
- Moyares Norchales, Y., Infante Abreu, M. B. (2016). Caracterización de los observatorios como plataformas para la gestión de la vigilancia tecnológica en el sector de la Educación Superior. *Enl@ce: Revista Venezolana De Información, Tecnología Y Conocimiento*, 13(1), 11-27. <https://www.redalyc.org/journal/823/82346016002/html/>
- UNESCO. (n.d.). Perfil educativo de Paraguay. Recuperado de <https://siteal.iiep.unesco.org/pais/paraguay#perfil-educacion>
- Vega, I. de la. (2007). Tipología de Observatorios de Ciencia y Tecnología. Los casos de América Latina y Europa. *Revista Española de Documentación Científica*, 30(4), 575-552. <https://doi.org/10.3989/redc.2007.v30.i4.404>
- Veiga Río, E. J., Rodríguez Machado, E. (2008). Desarrollo integral de la convivencia en el marco educativo. Una nueva perspectiva: Del observatorio autonómico al observatorio escolar. *Revista galego-portuguesa de Psicoloxía e educación*, 16(1,2). <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/7610>

Preferencias de remeras personalizadas en consumidores paraguayos

Preferences for personalized t-shirts in Paraguayan consumers

Enzo Iván Acosta Funes¹ , María de los Ángeles Ocampos Portillo¹ , Ángel Gustavo Romero Ramírez¹ , Yhonny Roberto Vargas Salinas¹ , Chap Kau Kwan Chung^{1*} 


¹Universidad del Pacífico. Facultad de Ciencias de la Empresa. Asunción, Paraguay

Como citar/How to cite:

Acosta Funes, E. I., Ocampos Portillo, M. Á., Romero Ramírez Á. G., Vargas Salinas, Y. R., y Kwan Chung C. K. (2024). Preferencias de remeras personalizadas en consumidores paraguayos. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa*, 3(1), 22-27.

Recibido: 15/02/2024. Aceptado: 05/05/2024

*Autor correspondiente: Chap Kau Kwan Chung.
wendy505@hotmail.com

Editor responsable: Derlis Daniel Duarte Sánchez 
derlisduarte@fotriem.edu.py. Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa (FOTRIEM). Asunción, Paraguay

RESUMEN

La presente investigación determina la preferencia de remeras personalizadas en consumidores paraguayos dentro de Asunción. Se basó en un enfoque cuantitativo con corte transversal y descriptivo. La población consistió en 340.532 participantes con residencia en Asunción. La muestra de 151 participantes se calculó bajo un 92,7% de confidencialidad del estudio y 7,3% de margen de error. Se obtuvo una tasa de respuesta del 98% (148). Los criterios de inclusión fueron personas entre 15 a 65 años de edad con residencia en Asunción y participación voluntaria. Los criterios de exclusión fueron pobladores de otras ciudades, niños y adolescentes menores 15 años y adultos mayores de 65 años. Se utilizó la encuesta como técnica mediante un cuestionario constituido en 16 preguntas, enviada vía WhatsApp por conveniencia en 2023. Se muestra que los materiales de alta calidad (P7) y duradera (P8) de las remeras personalizadas han alcanzado la mayor puntuación de respuesta, ambos $\bar{x}=3,8$. Mientras que la más baja correspondió a la frecuencia de compras (P2) con $\bar{x}=3,2$. No obstante, 86% admitieron gustarles las remeras personalizadas y 12,8% aseguran sus compras en tiendas deportivas. Se concluye que la industria del estampado textil desempeña un papel fundamental trascendiendo más allá de su función decorativa y convirtiéndose en un componente esencial de expresión cultural. Asimismo, tecnología e innovación pueden alinearse y transformarse en una estrategia competitiva para las empresas. Se debe buscar un equilibrio entre las necesidades de la demanda, respecto al medio ambiente y eficiencia en las técnicas del ET mediante la creatividad humana.

Palabras clave: Estampado textil, preferencia, remera personalizada, consumidor, Paraguay

ABSTRACT

The present investigation determines the preference of personalized t-shirts in Paraguayan consumers within Asunción. It is based on a quantitative approach with a cross-sectional and descriptive section. The population consisted of 340,532 participants residing in Asunción. The sample of 151 participants was calculated under 92.7% confidentiality of the study and a 7.3% margin of error. A response rate of 98% was obtained (148). The inclusion criteria were people between 15 and 65 years of age residing in Asunción and voluntary participation. The exclusion criteria were residents of other cities, children and adolescents under 15 years of age, and adults over 65 years of age. The survey was obtained as a technique through a questionnaire made up of 16 questions, sent via WhatsApp for convenience in 2023. It is shown that high-quality (P7) and durable (P8) materials of personalized t-shirts have achieved the highest response score, both $\bar{x}=3.8$. While the lowest corresponded to the frequency of purchases (P2) with $\bar{x}=3.2$. However, 86% admitted to liking personalized shirts and 12.8% assured their purchases in sports stores. It is concluded that the textile printing industry plays a fundamental role, transcending beyond its decorative function and becoming an essential component of cultural expression. Likewise, technology and innovation can be aligned and transformed into a competitive strategy for companies. A balance must be sought between the needs of the demand, regarding the environment and efficiency in ET techniques through human creativity.

Keywords: Textile print, preference, personalized t-shirt, consumer, Paraguay

INTRODUCCIÓN

La serigrafía, conocido como *sericum* o *seda* en latín y *graphé* o *acción de escribir, describir y dibujar* en griego, es el método de impresión más utilizado hasta la actualidad (BSDI, 2021) empleada en la reproducción de documentos e imágenes sobre cualquier tipo de material (Arditec Sistemas, 2018). La técnica más empleada para insertar diseños, colores y especialidad a las telas es entendida como el Estampado Textil (ET) (Colchester & Diéguez, 2008; Zavala Feria et al., 2015), es decir, un sistema de acabado de un tejido o hilado donde tiñe de manera localizada en una o varias zonas del mismo (Tapia Ortiz, 2013). Algunas de las técnicas especiales del ET, a parte del estampado normal, se los encuentran en el Estampado de Resistencia (el tejido es estampado en un diseño con un químico que resiste al tinte dejando la tela blanca o de otro color en las áreas de Impresión y el método es parecido al antiguo Batik), Estampado por Descarga (usado en diseños no fáciles de lograr) y, Estampado Flock (produce efectos de tercera dimensión en un diseño específico de la tela) (Cotton Incorporated, 2003).

A lo largo de la historia, el ET ha demostrado su capacidad para reflejar la identidad de una época, la diversidad de culturas y la evolución de las tendencias sociales y estéticas. Cabe mencionar que el ET también cuenta con un impacto económico y comercial significativo. Algunos sectores como es la moda, el diseño de interiores y la industria del entretenimiento dependen en gran medida de los textiles estampados para diferenciar sus productos y generar demanda en un mercado competitivo. Desde prendas de vestir únicas hasta la decoración de espacios, el ET impulsa la innovación y el consumo, creando oportunidades económicas tanto a nivel local como global. La importancia del ET en el mundo empresarial radica en su capacidad para fortalecer la identidad de marca, fomentar la innovación, contar historias persuasivas y responder a las demandas cambiantes de los consumidores. A medida que las empresas buscan establecer conexiones significativas con su audiencia y destacar en un mercado competitivo, el ET se erige como un recurso esencial que va más allá de la superficie y se convierte en una herramienta estratégica para el éxito empresarial.

Algunas investigaciones realizadas sobre el ET se encuentran en: aplicación de la innovación tecnológica en la moda (Valsagna, 2016), sistema de automatización en el ET (Torres Guevara, 2016), técnicas de ET (Hernández Huera, 2020); gestión de producción (Tapia Ortiz, 2013), como elemento cultural (Naranjo Ruales, 2015); como elemento visual (Caudana, 2015), en el arte (Ballester Mengual, 2022), guía de técnicas de estampados textiles (Abreda y Montiel, 2016), en el turismo (Pérez Lippi, 2014), riesgos químicos en el ET (Bernal Contreras y Núñez Gallego, 2022). en el desarrollo económico (Espinel González et al., 2018), modalidad de negocio (Ortega y Castro, 2023), etc. Por todo lo expuesto, surge la necesidad de determinar las preferencias de remeras personalizadas en consumidores paraguayos dentro de la presente investigación.

METODOLOGÍA

Se basó en un enfoque cuantitativo, diseño no experimental con corte transversal y descriptivo. Se tomó como población a 340.532 sujetos de la ciudad de Asunción, Paraguay, dato proporcionado por el INE (Instituto nacional de Estadísticas [INE], 2021). La muestra de los 151 participantes se calculó bajo un 92,7% de confidencialidad del estudio y 7,3% de margen de error. Se obtuvo una tasa de respuesta del 98% (148). Los criterios de inclusión fueron personas entre 15 a 65 años de edad con residencia en

Asunción y participación voluntaria. Asimismo, los criterios de exclusión fueron pobladores de otras ciudades, niños y adolescentes menores 15 años y adultos mayores de 65 años. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos mediante un cuestionario constituido en 16 preguntas (4 sociodemográficas, 11 cerradas y 1 abierta), enviada vía WhatsApp por conveniencia en el mes de junio de 2023. Se utilizó la escala de Likert de 5 puntos (1=Muy importante a 5=Sin importancia).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de haber encuestado a 148 participantes con residencias en la ciudad de Asunción, se obtiene los siguientes resultados:

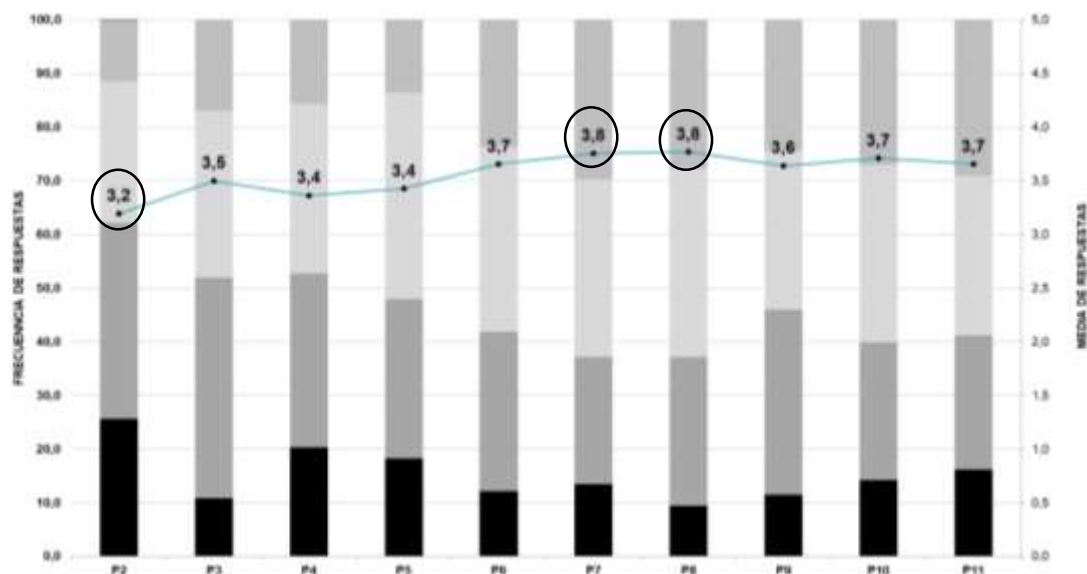
En la tabla 1 se visualiza que 57,4% son del sexo femenino, 59,5% se encuentra dentro del rango de los 20 a 30 años de edad, 65,5% son solteros, 25,7% son independiente y 62,1% no perciben un salario mensual. Ej. Estudiantes y ama de casa.

Tabla 1. Características sociodemográficas de los encuestados (n=148)

Variable		Frecuencia	%
Sexo	Femenino	85	57,4
	Masculino	63	42,6
Edad (años)	Menos de 20	37	25,0
	20-30	88	59,5
	31-40	17	11,5
	41-50	6	4,0
Estado civil	Soltero/a	97	65,5
	Casado/a	17	11,5
	Concubino/a	20	13,5
	Divorciado/a	9	6,1
	Viudo/a	5	3,4
Tipos de profesional	Dependiente	18	12,2
	Independiente	38	25,7
	Otros	92	62,1

Fuente: Elaboración propia (2023)

En el gráfico 1 se muestra que la P7 “¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada está hecha con materiales de alta calidad?” y P8 “¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada sea duradera?” han alcanzado la mayor puntuación de respuesta ($\bar{x}=3,8$), no así para la P2 “¿Con que frecuencia realiza usted compras de remeras personalizadas?” ($\bar{x}=3,2$). Asimismo, 86% de los encuestados admitieron gustarles las remeras personalizadas, 12,8% mencionaron que realizan las compras en tiendas deportivas famosas como Adidas, Diadora y Vagos, 8,1% de los Shoppings, 2,7% de forma online y 1,4% con amigos y/o conocidos. Otros datos interesantes a resaltar son: De los 14% de los participantes quienes no les gustan las remeras personalizadas, 60% son del sexo femenino, 70% se encuentran entre 20 a 30 años de edad y 55% solteros. Asimismo, estos encuestados son sensibles al precio y comparten un sentimiento de respetuosidad con el medio ambiente, ambos con $\bar{x}=4,0$. No obstante, los factores de un diseño original y atractivo ($\bar{x}=3,8$) en las remeras personalizadas son otros requerimientos necesarios para ellos.

Gráfico 1. Distribución de las respuestas de los encuestados (n=148)

#	Preguntas
P1	¿A usted le gustan las remeras personalizadas?
P2	¿Con que frecuencia realiza usted compras de remeras personalizadas?
P3	¿Qué tan importante es para usted que una remera tenga un diseño único?
P4	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada tenga un proceso de personalización fácil y rápida?
P5	¿Qué tan importante es para usted que la remera refleje tu personalidad o interés?
P6	¿Qué tan importante es para usted que la remera tenga un diseño original y atractivo?
P7	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada está hecha con materiales de alta calidad?
P8	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada sea duradera?
P9	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada tenga un precio accesible?
P10	¿Qué tan importante es para usted que una remera personalizada sea respetuosa con el medio ambiente?
P11	¿Qué tan probable será que comprara una remera personalizada si cumple con sus expectativas en cuanto a diseño, calidad, ajuste, durabilidad, precio, facilidad de personalización y respeto al medio ambiente?
P12	¿Dónde realiza las compras de remeras personalizadas?

Fuente: Elaboración propia (2023)

Indiscutiblemente, el estampado textil es una técnica versátil y duradera que ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo, adaptándose a las demandas de la industria y ofreciendo oportunidades creativas ilimitadas a las empresas del sector industrial. Con la incorporación de nuevas tecnologías en el sector textil, las técnicas del ET han desarrollado con el correr del tiempo novedosas innovaciones en el proceso del estampado donde actualmente se tiene al estampado tradicional y otras técnicas especiales. Cabe mencionar que el recurso humano también forma parte importante en el

proceso del ET puesto que con profesionales capacitados en el área es posible obtener resultados óptimos y consistentes. Sin duda alguna, el ET es una técnica de innovación del producto y dichos cambios planificados y sistemáticos recae como una estrategia para la competitividad y subsistencia en el sector.

En cuanto a las variables *alta calidad* (P7) y *durabilidad* (P8) de los materiales textiles (ambos con $\bar{x}=3,8$), los encuestados confirman que son dos aspectos de suma importancia para que adquieran los productos. No basta tener una remera con un estampado personalizado o bonito si el material en sí no tiene la calidad ni durabilidad esperada por el consumidor final. Actualmente, los clientes (actuales o potenciales) demandan muchos aspectos en un producto y sus necesidades deben ser alcanzadas con relación al precio pagado.

Con relación a la frecuencia de compras de las remeras personalizadas (P2), éste ha alcanzado la menor media de respuestas ($\bar{x}=3,2$). Se entiende que no es un producto de primera necesidad, por lo tanto, no puede ser adquirido de forma diaria o semanal. Esta variable se encuentra muy relacionada con el precio y uso. Con referencia al primero, si el precio del producto duplica o triplica al valor de una remera con diseños y colores pre establecidos, entonces, existe una alta probabilidad que el comprador opte por dicha alternativa exceptuando los casos de regalos para cumpleaños, día de la amistad y fechas u ocasiones especiales. El segundo hace hincapié en la frecuencia de uso, mientras haya mayor utilización, mayor rotación habrá en las ventas/compras del producto. En caso de que no haya una diferencia abismal en el precio de las remeras convencionales versus remeras personalizadas, los clientes optarán por adquirir un producto mucho más personalizado, puesto que 86% de los encuestados admitieron gustarles las remeras personalizadas. No obstante, también existen una pequeña proporción de individuos (12,8%) que no son sensibles al precio por lo que prefieren adquirir sus remeras personalizadas en tiendas deportivas de calidad como Adidas y un 8,1% en los Shoppings.

Otro punto relevante a mencionar es la respetuosidad del proceso del ET hacia el medio ambiente ($\bar{x}=3,7$). Los encuestados afirman su apoyo hacia la protección del ecosistema mediante el uso consciente y adecuado de los productos químicos.

CONCLUSIÓN

Se concluye que la industria del ET desempeña un papel fundamental y multifacético en el mundo contemporáneo, trascendiendo más allá de su función decorativa y convirtiéndose en un componente esencial de nuestra vida cotidiana y la expresión cultural. Su importancia radica en la capacidad para enriquecer nuestra experiencia visual, cultural y emocional. Desde el arte hasta la moda, la economía hasta la identidad, el ET sigue siendo una forma relevante y poderosa de comunicación humana y expresión creativa, moldeando nuestra percepción del mundo y conectando a las personas a través de los hilos de la historia y la cultura. Por lo tanto, el ET puede ser una poderosa herramienta de afirmación de identidad, permitiendo a individuos y grupos expresarse, compartir su historia y mostrar su afiliación cultural en un mundo cada vez más globalizado.

Finalmente, el ET no es una novedad, pero la creatividad humana puede enriquecer los procesos de su elaboración, manteniendo de esta manera un equilibrio entre las necesidades de la demanda, enriquecimiento de la expresión artística, respecto al medio ambiente y eficiencia en las técnicas del ET. La combinación entre “tecnología e innovación” puede alinearse y transformarse en una estrategia competitiva y efectiva para

aquellas empresas que realizan trabajos de estampados textiles dentro de la industria a que pertenecen.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Declaración de autor: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Contribución de autores

EIAF, MAOP, AGRR, YRVS: Idea del proyecto, metodología, diseño, recolección de datos, análisis, conclusión, borrador y su versión final.

CKKC: Revisión general del estudio, ajustes del borrador y versión final.

Financiamiento: financiación propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreda, J. A., y Montiel, M. A. (2016). *Guía digital de las técnicas de estampado textil dirigida a estudiantes de la Universidad Nueva Esparta*. Municipio El Hatillo. [Tesis de Grado]. Universidad Nueva Esparta. <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/handle/123456789/2754>
- Arditec Sistemas. (2018). La serigrafía y sus procesos de producción. <https://eurocoatgroup.com/en/serigrafia-y-sus-procesos-de-produccion/>
- Ballester Mengual, J. I. (2022). "Pattern" como forma de expresión. *Colección de estampados textiles inspirados en el arte*. [Tesis de Grado]. Universitat Politècnica de València. <http://hdl.handle.net/10251/184158>
- Bernal Contreras, D. M., & Núñez Gallego, B. L. (2022). *Programa de gestión de riesgo químico para microempresas de estampación de textiles*. [Tesis de Grado]. Corporación Universitaria Minuto de Dios. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14571/2/UVDT.SST_BernalDiana-Nu%c3%blenzBrian_2022.pdf
- Briggs Goode, A. (2013). *Diseños de Estampados Textiles*. Barcelona: Blume.
- BSDI. (2021). *La serigrafía y sus utilidades*. <https://bsdi.es/la-serigrafia-y-sus-utilidades/>
- Caudana, M. C. (2011). La imagen vestida. El estampado textil vestimentario como hecho visual de interés disciplinar. *POLIS*, 1(13), 108–111. <https://doi.org/10.14409/polis.v1i13.436>
- Colchester, C., & Diéguez, R. D. (2008). *Textiles: tendencias actuales y tradicionales*. Blume.
- Cotton Incorporated. (2003). *Estampado textil*. <https://www.cottoninc.com/wp-content/uploads/2017/12/ISP-1004-Estampado-Textil.pdf>
- Espinel González, P. A., Aparicio Soto, D. M., & Mora, A. J. (2018). Sector Textil Colombiano y su influencia en la economía del país. *Punto de Vista*, 9(13). <https://doi.org/10.15765/PDV.V9I13.1118>
- Hernández Huera, S. A. (2020). *Elaboración de un estampado textil reflectivo a base de microesferas de vidrio*. [Tesis de Grado]. Universidad Técnica del Norte. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10662>
- Instituto nacional de Estadísticas (INE). (2021). *Paraguay: Proyecciones de la población nacional, áreas urbana y rural, por sexo y edad, 2021*. https://www.ine.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/documento/7eb5_Paraguay_2021.pdf
- Naranjo Ruales, S. V. (2015). *Morfología de elementos figurativos de la cultura Yatzaputzan para el estampado textil*. [Tesis de Grado]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/1231>
- Ortega, G. F. G., & Castro, J. A. R. (2023). *Diseño de una modalidad de negocios aplicada a una línea de camisetas personalizadas*. [Tesis de Grado]. Centro Universitario Tecnológico. <http://repositorio.unitec.edu/handle/123456789/9234>

Análisis de los impactos económicos y sociales en la adopción de prácticas de la agricultura regenerativa en el Paraguay, 2023

Analysis of the economic and social impacts of the adoption of regenerative agriculture practices in Paraguay, 2023

Marcelo Emmanuel Franco Arguello¹ , Chap Kau Kwan Chung¹ 


¹Universidad Americana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Asunción, Paraguay

Como citar/How to cite:

Franco Arguello, M. E., y Kwan Chung, C. K. (2024). Análisis de los impactos económicos y sociales en la adopción de prácticas de la agricultura regenerativa en el Paraguay, 2023. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa*, 3(1), 28-37.

Recibido: 10/03/2024. Aceptado: 15/05/2024

*Autor correspondiente: Chap Kau Kwan Chung.
wendy505@hotmail.com

Editor responsable: Derlis Daniel Duarte Sánchez 
derlisduarte@fotriem.edu.py. Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa (FOTRIEM). Asunción, Paraguay

RESUMEN

La Agricultura Regenerativa (AR) surge como una estrategia prometedora para abordar la presión creciente sobre los recursos naturales y mejorar la seguridad alimentaria de la población. El objetivo del estudio trata de analizar los impactos económicos y sociales en la adopción de prácticas de la agricultura regenerativa en el Paraguay, 2023. Se adoptó un enfoque cualitativo, diseño no experimental de corte transversal y descriptivo. Se realizó tres entrevistas a expertos en agronomía y medio ambiente con énfasis a la AR, mediante un entorno virtual de una hora cada una aproximadamente por juicio en el 2023. El instrumento de recolección de datos consistió en una guía de 13 preguntas abiertas. Los resultados más relevantes son: interés por parte de los agricultores y la comunidad agrícola en la adopción de prácticas regenerativas; requiere de grandes inversiones para infraestructuras y capacitaciones; agricultores reconocen que la sostenibilidad es un componente clave para el éxito a largo plazo del sector, es esencial contar con la colaboración del gobierno, industria agrícola, organizaciones no gubernamentales y comunidades locales para su implementación. Asimismo, entre los beneficios se encuentran una mayor eficiencia en el uso de recursos, reducción de costos a largo plazo, apertura de nuevos mercados para productos agrícolas sostenibles, conservación de la biodiversidad, reducción de la exposición a productos químicos dañinos, etc. Se concluye que la AR tiene el potencial de mejorar la sostenibilidad agrícola y socioeconómica en el Paraguay, como así, un impacto positivo en la seguridad alimentaria de todos los individuos.

Palabras clave: Agricultura regenerativa, impacto social, sostenibilidad agrícola, innovación agrícola, impacto económico

ABSTRACT

Regenerative Agriculture (RA) emerges as a promising strategy to address the growing pressure on natural resources and improve the food security of the population. The objective of the study is to analyze the economic and social impacts in the adoption of regenerative agriculture practices in Paraguay, 2023. A qualitative approach, cross-sectional and descriptive non-experimental design was adopted. Three interviews were carried out with experts in agronomy and the environment with emphasis on AR, through a virtual environment of approximately one hour each per trial in 2023. The data collection instrument consisted of a guide of 13 open questions. The most relevant results are: interest on the part of farmers and the agricultural community in the adoption of regenerative practices; requires large investments for infrastructure and training; Farmers recognize that sustainability is a key component for the long-term success of the sector, it is essential to have the collaboration of the government, agricultural industry, non-governmental organizations and local communities for its implementation. Likewise, among the benefits are greater efficiency in the use of resources, long-term cost reduction, opening of new markets for sustainable agricultural products, conservation of biodiversity, reduction of exposure to harmful chemicals, etc. It is concluded that AR has the potential to improve agricultural and socioeconomic sustainability in Paraguay, as well as a positive impact on the food security of all individuals.

Keywords: Regenerative agriculture, social impact, agricultural sustainability, agricultural innovation, economic impact

INTRODUCCIÓN

La agricultura es relevante e indispensable para la sobrevivencia de la humanidad, por lo que la solución más efectiva trata de la transformación de la agricultura convencional a una regenerativa, es decir, una actividad que vela por el bienestar del ser humano y de la naturaleza misma (Rainforest Alliance, 2023).

En el contexto global actual, donde la interconexión y la dependencia entre la producción agrícola, el medio ambiente y la sociedad se hacen cada vez más evidentes, la búsqueda de soluciones sostenibles en el ámbito agrícola se presenta como una necesidad urgente (Seufert, Ramankutty & Foley, 2012; Ibarra Vrska, 2019).

En particular, la adopción de prácticas de Agricultura Regenerativa (AR) emerge como una estrategia que promete abordar múltiples desafíos concurrentes. A medida que la población mundial continúa creciendo y las presiones sobre los recursos naturales aumentan, la implementación de sistemas agrícolas que promuevan la restauración del suelo, la conservación de la biodiversidad y la mejora de la seguridad alimentaria se vuelve esencial (Farinati, 2023).

La AR es un enfoque agrícola que busca revitalizar los sistemas agrícolas a través de prácticas que promuevan la salud del suelo (diversificación de cultivos) y la sostenibilidad ambiental (reducción de uso agroquímicos) (Farinati, 2023).

El pensador indio Sadhguru, uno de los líderes del movimiento Salvemos el Suelo, busca sensibilizar al mundo acerca de la necesidad de cambiar la perspectiva en torno a los problemas ambientales “El suelo es el único material mágico que convierte la muerte en vida” (We Are Water Foundation, 2023). Es un método que puede lograr su objetivo de alimentar a la creciente población global sin causar daño a los suelos, contribuyendo a la salud y recuperación de los mismos (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2021).

Esta práctica busca rehabilitar el suelo y mantener su fertilidad para evitar la expansión de áreas agrícolas, lo que tiene un impacto directo en la producción de cultivos y en la biodiversidad del entorno. Las técnicas de AR se basan en principios que incluyen la eliminación de tratamientos agresivos, el uso de cultivos de cobertura, la mejora de la biodiversidad, la incorporación de la ganadería y la conservación de raíces vivas de cultivos perennes (Ivanchuk, 2023). Además, se resalta que la AR afronta el cambio climático, las sequías y las inundaciones mediante la retención de agua en el suelo y el secuestro de carbono.

Avanzar hacia sistemas agroalimentarios sostenibles implica la necesidad de adquirir un conocimiento más profundo de la ecología de los sistemas agrarios, lo que a su vez permite desarrollar enfoques de gestión específicos para cada contexto. Esta transición también involucra la implementación de prácticas integradas de mitigación y adaptación, que abarcan aspectos económicos, ambientales, culturales y psicológicos en la agricultura, con el objetivo de fortalecer la resiliencia de los agroecosistemas (Gosnell, Gill, & Voyer, 2019).

Es tan relevante transformar la alimentación y la agricultura, que los avances en estas materias inciden de manera sustantiva en alcanzar los ODS y según las recomendaciones de la FAO, fomentar el conocimiento de los productores y desarrollar sus capacidades es clave para lograrlo (Eyzaguirre, 2023).

La agricultura de precisión y el uso de tecnología digital se han convertido en herramientas importantes para mejorar la calidad del Sistema de Siembra Directa y

umentar la productividad (Revista Productiva, 2022). En las últimas décadas, se han implementado acciones para transformar las prácticas agrícolas hacia un modelo menos perjudicial para el medio ambiente. Un ejemplo de esto es el concepto de agricultura sostenible, que se refiere a prácticas agrícolas orientadas a generar cantidades apropiadas de alimentos de alta calidad, manteniendo la rentabilidad y asegurando la sostenibilidad ambiental. (López Ivich, 2023).

Los sistemas agrícolas regenerativos buscan mejorar el entorno natural al tiempo que garantizan el abastecimiento de agua y alimentos para la sociedad. Aportan beneficios tales como fortalecer la resiliencia climática de los ecosistemas, incrementar y preservar de manera más efectiva la diversidad biológica y los recursos naturales, además de lograr niveles de productividad superiores (The Nature conservancy, 2020).

En la actualidad, la población global se sitúa en 8.000 millones de individuos, según lo reflejado en el Informe Cocampo sobre la Inversión en Suelo Rústico en 2022. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura proyecta que alcanzará los 10.000 millones de personas para el año 2050. Este incremento poblacional implica un aumento superior al 50% en la producción de alimentos, destacando así la importancia crucial de la agricultura y la ganadería (Oporto y García, 2023).

Por lo tanto, la AR definida como un enfoque que busca revitalizar los sistemas agrícolas a través de la mejora de la salud del suelo y la promoción de prácticas ambientalmente responsables, surge como una posible solución (Ivanchuk, 2023).

La implementación de estas prácticas puede requerir inversiones significativas y un cambio en la mentalidad de los agricultores, por lo que se torna necesario comprender cómo estas prácticas afectarán la economía local, la distribución de ingresos y la adaptación de las comunidades a los cambios. Además, la disminución en la necesidad de insumos químicos y la optimización de la gestión de la tierra pueden llevar a un uso más eficiente de los recursos económicos (Diario Campo, 2023). Esto significa mayores rendimientos de cultivos, lo que tiene un impacto directo en los ingresos de los agricultores y en la seguridad alimentaria del país este sistema buscar aprovechar de manera estratégica los procesos naturales, lo que permite reducir entre 40 y 50% los costos de producción (Revista Productiva, 2022). Cabe mencionar la importancia que tiene la agricultura como la ganadería, ambos pueden desempeñar un papel crucial en la promoción de soluciones naturales para combatir el cambio climático (The Natural Resources Defense Council [NRDC], 2021).

En las investigaciones recopiladas, es evidente una tendencia hacia los estudios sobre AR como una alternativa en la producción de alimentos que aporta elementos para la consideración de la resiliencia de los socio-ecosistemas (Brown, Schirmer, & Upton, 2021). Estos estudios abordan tanto aspectos ecológicos como sociales, considerando elementos económicos, culturales, ambientales y territoriales (Codur & Watson, 2018). Otros estudios se centran en analizar el impacto de la transición de la agricultura convencional a la agricultura sostenible en áreas como el calentamiento global, así como las propiedades biofísicas del suelo y su contribución a la biodiversidad del suelo (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 1972). Además, un estudio realizado en Alemania demuestra que el uso de insecticidas redujo el 75% en la biomasa de insectos voladores en los últimos 27 años (Giller et al., 2021). Por todo lo expuesto, esta investigación pretende analizar los impactos económicos y sociales en la adopción de prácticas de la agricultura regenerativa en el Paraguay, 2023.

METODOLOGÍA

Este estudio adoptó un enfoque cualitativo, diseño no experimental de corte transversal y descriptivo. La metodología se basó en la realización de tres entrevistas en profundidad con participantes que cumplieron con los criterios de inclusión establecidos. Los perfiles de los entrevistados incluyeron a un experto en agronomía con experiencia en proyectos de agricultura regenerativa, un especialista en medio ambiente con conocimiento en prácticas sostenibles en el sector agrícola y un agricultor con experiencia en la implementación de técnicas de agricultura regenerativa en su finca. El instrumento de recolección de datos consistió en una guía de 13 preguntas abiertas diseñada específicamente para explorar las perspectivas de los participantes sobre la agricultura regenerativa en Paraguay. Las entrevistas se llevaron a cabo en un entorno virtual y tuvieron una duración de aproximadamente una hora cada una por juicio en el 2023. Se aplicó las 13 preguntas abiertas a los entrevistados y se alentó a los participantes a compartir sus opiniones y conocimientos sobre la agricultura regenerativa en Paraguay (ver cuadro 1).

Cuadro 1. *Guía de preguntas de la entrevista*

#	Preguntas
1	¿Cómo describiría la situación actual de la agricultura regenerativa en Paraguay y su impacto en la sostenibilidad agrícola?
2	¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrenta la adopción de prácticas de agricultura regenerativa en Paraguay?
3	¿Cómo ha observado que ha evolucionado la percepción y la aceptación de la agricultura regenerativa entre los agricultores y la comunidad agrícola en el país?
4	¿Podría proporcionar ejemplos concretos de proyectos o iniciativas de agricultura regenerativa que haya presenciado en Paraguay?
5	¿Qué oportunidades vislumbra para la colaboración entre diferentes actores, como el gobierno, la industria y las comunidades locales, en la promoción de la agricultura regenerativa en el país?
6	¿Cuáles son los beneficios económicos que puede aportar la agricultura regenerativa a los agricultores en Paraguay?
7	¿Cómo cree que la agricultura regenerativa puede influir en la seguridad alimentaria en Paraguay?
8	¿Cómo contribuye la agricultura regenerativa a la biodiversidad y la salud del suelo en el contexto paraguayo?
9	Desde una perspectiva económica, ¿Cuáles son los costos y beneficios a largo plazo que los agricultores pueden esperar al adoptar la agricultura regenerativa?
10	¿Cuáles son los factores más influyentes que motivan a los agricultores a adoptar prácticas de agricultura regenerativa en Paraguay?
11	¿Cuáles son las estrategias clave para promover una mayor adopción de prácticas de agricultura regenerativa entre los agricultores paraguayos?
12	¿Cómo considera que las empresas agrícolas pueden colaborar de manera efectiva en el impulso de la agricultura regenerativa y su sostenibilidad en Paraguay?
13	¿Cuál es su visión sobre el futuro de la agricultura regenerativa en Paraguay y su contribución al desarrollo sostenible?

Fuente: Elaboración propia (2023)

RESULTADOS

Después de haber entrevistados a 3 expertos del área de la temática, se obtiene los siguientes resultados:

Situación actual de la AR en el Paraguay

La situación actual de la AR en Paraguay muestra una coexistencia entre las prácticas tradicionales de la agricultura convencional y, un creciente interés por parte de los agricultores y la comunidad agrícola en la adopción de prácticas regenerativas. Si bien la agricultura convencional aún prevalece, se observa una tendencia hacia la diversificación de métodos agrícolas. Esto es una respuesta a la creciente conciencia sobre la necesidad de abordar los desafíos ambientales y sociales asociados con la agricultura convencional, como lo es la degradación del suelo y la dependencia de insumos químicos.

Desafíos en la adopción de prácticas regenerativas

Los desafíos en la adopción de prácticas de la AR en el Paraguay son diversos y multifacéticos. En primer lugar, muchos agricultores pueden mostrar resistencia al cambio debido a la comodidad y familiaridad de las prácticas convencionales. Además, la transición hacia la AR a menudo requiere inversiones iniciales significativas tanto en infraestructuras como en capacitaciones. Esto puede llegar a convertirse en un obstáculo financiero para los agricultores, especialmente para aquellos con recursos limitados. Además, la disponibilidad de recursos técnicos y financieros puede ser un factor limitante en la adopción masiva de estas prácticas.

Percepción y aceptación de la AR

La percepción y aceptación de la AR están experimentando una evolución positiva en el país. A medida que se difunden más informaciones y evidencias sobre los beneficios ambientales y económicos de estas prácticas, más agricultores están dispuestos a considerar la adopción de métodos regenerativos. La percepción favorable también se ve influenciada por la creciente demanda del mercado por productos agrícolas sostenibles. Los agricultores están reconociendo cada vez más que la sostenibilidad es un componente clave para el éxito a largo plazo en el sector agrícola.

Ejemplos de proyectos de la AR

La investigación ha identificado ejemplos concretos de proyectos de agricultura regenerativa en Paraguay. Estos proyectos son diversos en su enfoque, pero comparten la característica de implementar técnicas sostenibles para mejorar la salud del suelo, promover la biodiversidad y reducir la erosión. La siembra directa, la rotación de cultivos y la agroforestería son prácticas que se han utilizado con éxito para lograr estos objetivos.

Colaboración entre actores

Un hallazgo clave es la importancia de la colaboración entre diversos actores en el impulso de la AR en la región. Esta colaboración involucra al gobierno, la industria agrícola, las organizaciones no gubernamentales y las comunidades locales. La sinergia entre los actores es fundamental para abordar los desafíos y las barreras que enfrentan los agricultores al adoptar prácticas regenerativas. La colaboración también fomenta la difusión de mejores prácticas y la promoción de políticas favorables a la sostenibilidad.

Beneficios económicos de la AR

La adopción de prácticas de la AR se asocia con beneficios económicos significativos para los agricultores en el Paraguay. Estos beneficios incluyen una mayor eficiencia en el uso de recursos, la reducción de costos a largo plazo y la apertura de nuevos mercados para productos agrícolas sostenibles. Las respuestas dadas por los entrevistados muestran que, a pesar de las inversiones iniciales requeridas (Buritica Fernández & Londoño Aristizabal, 2022), los agricultores pueden esperar un retorno positivo a medida que implementan dichas prácticas.

Impacto en la seguridad alimentaria

Los entrevistados afirman que la adopción de las prácticas de la AR tiene un impacto positivo en la seguridad alimentaria. Al aumentar la resiliencia de los cultivos frente a eventos climáticos extremos y mejorar la productividad agrícola, se contribuye a garantizar un suministro más estable de alimentos para la población. Esto es particularmente relevante en un contexto global de crecimiento de la población y desafíos climáticos.

Beneficios para la biodiversidad y salud del suelo

La AR destaca por sus beneficios ambientales. Se ha observado que estas prácticas contribuyen a la conservación de la biodiversidad al proporcionar hábitats para especies nativas y al reducir la exposición a productos químicos dañinos. Además, mejoran la salud del suelo al aumentar la materia orgánica y reducir la erosión, lo que a su vez beneficia a la agricultura a largo plazo.

Costos y beneficios a corto y largo plazo

Todos los entrevistados aseveran que la adopción de prácticas de la AR puede implicar costos iniciales pero los beneficios a largo plazo superan a dichas inversiones. A medida que los agricultores implementan prácticas sostenibles, se observa una disminución en los gastos relacionados con la compra de insumos químicos y una mayor eficiencia en el uso de recursos como el agua y la energía. Los beneficios económicos a largo plazo, que incluyen la mejora de la calidad del suelo y la diversificación de los ingresos, son evidentes.

Motivaciones para la adopción

Los agricultores en Paraguay se ven motivados a adoptar prácticas de AR por una serie de razones. Entre ellas, se destaca una creciente conciencia sobre la sostenibilidad ambiental y el deseo de reducir el impacto negativo en el entorno. Además, la percepción de mayores beneficios económicos a largo plazo y la posibilidad de acceder a mercados que valoran la sostenibilidad son factores motivadores.

Estrategias para promover la adopción

Las estrategias efectivas para promover la adopción de prácticas de la AR incluyen la educación y capacitación de los agricultores en estas prácticas. Los entrevistados sugieren que los programas de capacitación respaldados ofrecidos por el gobierno y organizaciones agrícolas puedan ser altamente efectivos. Además, la creación de incentivos financieros y políticas de apoyo, como subsidios para la transición a métodos regenerativos, juegan un papel clave en la promoción de estas prácticas.

Rol de las empresas agrícolas

Las empresas agrícolas tienen un rol importante en el impulso de la AR en el Paraguay. A través de la inversión y desarrollo de tecnologías sostenibles, estas empresas pueden proporcionar recursos técnicos y financieros para la capacitación de agricultores en prácticas regenerativas. Además, al colaborar con agricultores y comunidades locales, se fomenta la implementación exitosa de dichas prácticas en el terreno.

Visión futura

La visión hacia el futuro de la AR en Paraguay es optimista. Se espera que esta forma de agricultura desempeñe un papel central en el desarrollo sostenible del país. A medida que más agricultores adopten prácticas regenerativas, se prevé un aumento en la resiliencia de la agricultura, la conservación de recursos naturales y una mayor seguridad alimentaria. Esto contribuirá a un futuro más sostenible y equitativo en el sector agrícola paraguayo.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación destacan la importancia y el potencial de la agricultura regenerativa en Paraguay, así como los desafíos y oportunidades que enfrenta. La discusión se centra en los principales hallazgos y su relevancia para la sostenibilidad agrícola y socioeconómica en la región.

En cuanto al impacto positivo en la productividad agrícola, los datos recopilados durante las entrevistas con expertos respaldan la idea de que la adopción de prácticas de la AR tiene un impacto positivo en la productividad agrícola en el Paraguay. En comparación con el hallazgo de los autores Seufert, Ramankutty & Foley (2012), la mejora de la salud del suelo y la reducción de la dependencia de insumos químicos han contribuido a un aumento constante en la producción a lo largo del tiempo. Estos resultados son coherentes y concuerdan con el presente estudio de investigación.

Con respecto a la conservación de la biodiversidad y calidad del suelo, la investigación ha confirmado que las prácticas regenerativas tienen un impacto positivo en la conservación de la biodiversidad y la calidad del suelo en diferentes regiones de Paraguay.

Asimismo, la sostenibilidad económica y beneficios a largo plazo muestran que a pesar de los costos iniciales asociados con la transición hacia prácticas regenerativas, los beneficios económicos a largo plazo son considerables. La reducción de los gastos en insumos químicos y la eficiencia mejorada en el uso de recursos contribuyen a la sostenibilidad económica de los agricultores. Estos resultados respaldan la idea de que la inversión inicial en prácticas regenerativas es rentable.

Cabe mencionar que la adopción de prácticas de la AR también ha tenido un impacto positivo en las comunidades rurales de Paraguay. La generación de empleo local y el fortalecimiento de la resiliencia de las comunidades son aspectos socioeconómicos cruciales. Esto alinea la agricultura regenerativa con el desarrollo rural sostenible.

Finalmente, los factores socioeconómicos y ambientales son los que influyen en la adopción de prácticas de agricultura regenerativa. Asimismo, la educación y la sensibilización son claves para superar las barreras culturales y tradicionales y para promover un cambio de mentalidad en los agricultores.

CONCLUSIÓN

En base a los resultados de esta investigación, se puede concluir que la adopción de prácticas de la AR en el Paraguay tiene un impacto positivo en múltiples aspectos. En primer lugar, se ha evidenciado que estas prácticas contribuyen significativamente a aumentar la productividad agrícola en las fincas del país. La mejora en la salud del suelo y la reducción del uso de insumos químicos han llevado a un incremento constante en la producción de cultivos a lo largo del tiempo. Esto respalda la viabilidad de la agricultura regenerativa como una estrategia para mejorar la seguridad alimentaria y aumentar la producción agrícola de manera sostenible en Paraguay.

Además del beneficio en términos de productividad, la investigación ha confirmado que la AR también tiene un impacto positivo en la conservación de la biodiversidad y la calidad del suelo en diferentes regiones del país. Estos aspectos son fundamentales para la sostenibilidad a largo plazo de la agricultura y para mantener los ecosistemas saludables. Los hallazgos de esta investigación respaldan la idea de que la adopción de prácticas regenerativas puede contribuir a la preservación del entorno natural en Paraguay.

Desde una perspectiva económica, aunque la transición hacia prácticas de la AR puede requerir inversiones iniciales, los resultados indican que esta inversión se traduce en beneficios económicos a largo plazo. La reducción de los gastos relacionados con insumos químicos y la mayor eficiencia en el uso de recursos se reflejan en una sostenibilidad económica para los agricultores. Esto sugiere que la agricultura regenerativa puede ser una estrategia rentable a largo plazo en Paraguay.

Además, la adopción de prácticas de la AR ha demostrado tener un impacto positivo en las comunidades rurales de Paraguay. La generación de empleo local y el fortalecimiento de la resiliencia de estas comunidades son aspectos socioeconómicos fundamentales. Esto no solo mejora las condiciones de vida de las poblaciones rurales, sino que también contribuye al desarrollo rural sostenible en el país. Por último, se ha identificado que factores socioeconómicos y ambientales influyen en la adopción de prácticas de la AR por parte de los agricultores paraguayos. La educación y la sensibilización juegan un papel crucial en superar las barreras culturales y tradicionales, y en promover un cambio de mentalidad en los agricultores hacia enfoques más sostenibles.

En base a los hallazgos de esta investigación, se proponen una serie de sugerencias para promover y respaldar la adopción de prácticas de la AR en el Paraguay. En primer lugar, se destaca la importancia de promover activamente la AR a nivel gubernamental y a través de organizaciones agrícolas. Esto podría lograrse mediante la implementación de programas de capacitación y asesoramiento dirigidos a los agricultores para facilitar la transición hacia enfoques más sostenibles. Además, se podrían considerar incentivos financieros, como subsidios, para fomentar la adopción de estas prácticas. Asimismo, la educación y la sensibilización se identificaron como factores críticos en la adopción de prácticas de agricultura regenerativa. Por lo tanto, se recomienda el desarrollo de campañas educativas y de concienciación destinadas tanto a agricultores como a la comunidad en general. Estas campañas deben resaltar los beneficios económicos, ambientales y sociales de la agricultura regenerativa para motivar un cambio de mentalidad y una mayor aceptación.

La investigación y el monitoreo continuo de los impactos de la agricultura regenerativa son esenciales. Se sugiere realizar estudios de seguimiento a largo plazo para evaluar la sostenibilidad económica y ambiental de estas prácticas en diferentes regiones del país. Esto permitirá ajustar estrategias y políticas según sea necesario y respaldará la toma de decisiones informadas.

Las políticas agrícolas sostenibles deben considerar la integración de principios de la AR. Esto podría incluir la promoción de prácticas de conservación del suelo, la reducción de la dependencia de agroquímicos y la inversión en investigación agrícola sostenible. La colaboración intersectorial entre el gobierno, la industria agrícola, las ONG y la academia es fundamental para lograr una implementación efectiva de prácticas sostenibles y la difusión de conocimientos. Asimismo, se podría considerar la implementación de incentivos económicos, como subsidios o créditos favorables, para aquellos agricultores que adopten prácticas de la AR.

Cabe destacar que es esencial establecer mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el progreso en la adopción de prácticas regenerativas y su impacto a lo largo del tiempo. Esto permitirá realizar ajustes y mejoras en las estrategias y políticas implementadas. En conjunto, estas sugerencias buscan respaldar una transición exitosa hacia la agricultura regenerativa en Paraguay y promover un enfoque más sostenible en la producción agrícola del país. La colaboración, la educación y la inversión en investigación son elementos clave para lograr estos objetivos.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Declaración de autor: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Contribución de autores

MEFA: Idea del proyecto, metodología, diseño, recolección de datos, análisis, conclusión, borrador y su versión final.

CKKC: Revisión general del estudio, ajustes del borrador y versión final.

Financiamiento: financiación propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Buritica Fernández, M., & Londoño Aristizabal, N. (2022). *Inversiones en agricultura regenerativa* (Tesis de Maestría). Universidad EAFIT. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/31547>
- Brown, K., Schirmer, J., & Upton, P. (2021). Regenerative farming and human wellbeing: Are subjective wellbeing measures useful indicators for sustainable farming systems? *Environmental and Sustainability Indicators*, 11. <https://acortar.link/EOsjOz>
- Codur, A.-M., and Watson, J. (2018). “Climate smart or regenerative agriculture? Defining climate policies based on soil health” <https://sites.tufts.edu/gdae/files/2019/10/ClimatePolicyBrief9.pdf>
- Diario Campo. (2023). *Reciclaje natural de nutrientes y reducción de costos con la agricultura regenerativa*. <https://acortar.link/ihGhZY>
- Eyzaguirre, A. (2023). *Agricultura regenerativa: Convencimiento, confianza y estímulo. Acción Empresas*. <https://acortar.link/CEXQjw>
- Farinati, J. (2023). *Agricultura regenerativa: un enfoque holístico y sustentable*. <https://acortar.link/LCNTrX>

- Giller, K. E., Hijbeek, R., Anderson, J. A., & Sumberg, J. (2021). Regenerative agriculture: an agronomic perspective. *Outlook on Agriculture*, 50(1), 13-25. <https://doi.org/10.1177/0030727021998063>
- Gosnell, H., Gill, N., & Voyer, M. (2019). Transformational adaptation on the farm: Processes of change and persistence in transitions to 'climate-smart' regenerative agriculture. *Global Environmental Change*, 59. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2019.101965>
- Ibarra Vrska, I. P. (2019). Agricultura regenerativa y el problema de la sustentabilidad. Aportes para una discusión. *Textual*, 74, 51-85. <https://doi.org/10.5154/r.textual.2019.74.02>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2021). *Agricultura regenerativa: Es posible producir alimentos y contribuir a la salud del ambiente*. <https://acortar.link/dbZWcJ>
- Ivanchuk, N. (2023). *Agricultura Regenerativa: Camino A Un Futuro Seguro*. <https://eos.com/es/blog/agricultura-regenerativa/>
- López Ivich, K. (2023). Agricultura regenerativa: Transición a una gestión ecosistémica de la agricultura. *Regeneration International*. <https://acortar.link/GqINS5>
- The Natural Resources Defense Council (NRDC). (2021). *Agricultura regenerativa 101*. <https://www.nrdc.org/es/stories/agricultura-regenerativa-101#apoyar>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (1972). *Declaración de Estocolmo sobre el Medio Humano 1972*. Conferencia de Las Naciones Unidas Sobre El Medio Ambiente Humano, <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0579218.pdf>
- Oporto, E., & García, D. (2023). *¿Qué es la agricultura regenerativa?* <https://www.cocampo.com/es/es/noticias/que-es-agricultura-regenerativa/>
- Rainforest Alliance. (2023). *Transformando la agricultura tradicional a regenerativa*. <https://acortar.link/FCLUjb>
- Revista Productiva. (2022). *El SSD es la piedra angular para construir la agricultura de carbono*. En Nota de tapa de la edición N° 95 de septiembre de Revista Productiva 20-24. <https://acortar.link/Utq0CS>
- The Nature Conservancy. (2020). *Considerando el estado actual e importancia de América Latina, nuestra estrategia trabaja en la transformación de paisajes agropecuarios*. <https://acortar.link/GS3UJH>
- Seufert, V., Ramankutty, N., & Foley, J.A. (2012). Comparing the yields of organic and conventional agriculture. *Nature*, 485: 229–232.
- We Are Water Foundation. (2023). *Agricultura regenerativa: Devolver la vida al suelo*. *Regeneration International (RI)*. <https://acortar.link/y9pXOr>

La relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad

The relationship between educational theories and accounting techniques

Miguel Ángel Alegre Brítez¹ 


¹Universidad Nacional de Asunción, Facultad de Ciencias Económicas. San Lorenzo, Paraguay

Como citar/How to cite:

Alegre Brítez, M. Á. La relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa*, 3(1), 38-45.

Recibido: 02/02/2024. Aceptado: 05/05/2024

*Autor correspondiente: Miguel Ángel Alegre Brítez
malegre333@gmail.com

Editor responsable: Derlis Daniel Duarte Sánchez 
derlisduarte@fotriem.edu.py. Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa (FOTRIEM). Asunción, Paraguay

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue analizar la relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad, así como identificar los beneficios mutuos que esta relación puede generar. Se realizó un análisis documental de la literatura existente sobre la relación entre la educación y la contabilidad. La educación y la contabilidad tienen una relación interdependiente y pueden generar beneficios mutuos. La contabilidad puede ser una herramienta útil para la gestión educativa y la educación puede mejorar la comprensión y el uso de la información financiera. Se recomienda la implementación de estrategias educativas que incluyan la enseñanza de habilidades financieras en los programas educativos y la utilización de la información financiera como una herramienta de gestión en las instituciones educativas.

Palabras clave: Educación, contabilidad, gestión educativa, habilidades financieras, información financiera

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the relationship between educational theories and accounting techniques, as well as to identify the mutual benefits that this relationship can generate. A documentary analysis of the existing literature on the relationship between education and accounting was carried out. Education and accounting have an interdependent relationship and can generate mutual benefits. Accounting can be a useful tool for educational management, and education can improve the understanding and use of financial information. The implementation of educational strategies that include the teaching of financial skills in educational programs and the use of financial information as a management tool in educational institutions is recommended.

Keywords: Education, accounting, educational management, financial skills, financial information

INTRODUCCIÓN

La educación es un proceso continuo y complejo que tiene como objetivo el desarrollo integral del ser humano. Desde tiempos remotos, la educación ha sido objeto de interés y estudio, lo que ha generado diversas teorías y enfoques pedagógicos que han buscado mejorar el proceso educativo (Viteri Terán, 2023; Zacarías Gutiérrez, 2023; Zamora García, 2023). Por su parte, la contabilidad se encarga del registro, la clasificación y la interpretación de la información financiera de una organización (Reyes-Alvarado, 2023; Torres López, 2023). A simple vista, la educación y la contabilidad pueden parecer dos campos de conocimiento completamente diferentes, pero en los últimos años ha surgido un interés por explorar las posibles conexiones entre ambas disciplinas (Moreno Caro, 2023; Pincay Cedeño et al., 2023).

La relación entre la educación y la contabilidad puede ser abordada desde diferentes enfoques teóricos. En primer lugar, desde la perspectiva de la teoría de la educación, es posible analizar cómo las diferentes corrientes pedagógicas han abordado el papel de la contabilidad en la formación de los individuos (Sarría Ramírez, 2022; Tomalá Escobar & Jaramillo Lema, 2022; Villarreal & Córdoba Martínez, 2022). Por ejemplo, la corriente conductista ha utilizado la contabilidad como un medio para incentivar el aprendizaje a través de la retroalimentación, mientras que la corriente humanista ha buscado que la contabilidad sea una herramienta para el desarrollo integral de la persona. Desde la perspectiva de la teoría contable, se puede analizar cómo la información financiera puede ser utilizada como una herramienta de gestión en el ámbito educativo. La contabilidad puede ayudar a tomar decisiones informadas y a mejorar la eficiencia y eficacia en la gestión de los recursos en las instituciones educativas (Gómez Mateus & Tellez Florez, 2021; Ledezma Torres, 2021).

En el ámbito educativo, la contabilidad puede ser una herramienta útil para la gestión y toma de decisiones (Correa García, 2019; Cruz Varón & Gaitán Urbano, 2019). Por ejemplo, la contabilidad puede ser utilizada para llevar un registro de los ingresos y gastos de la institución, lo que permite tener una visión clara de la situación financiera de la misma y tomar decisiones informadas en cuanto a la asignación de recursos. Asimismo, la contabilidad puede ser utilizada para medir la eficacia y eficiencia de las políticas y programas educativos implementados. En este sentido, la contabilidad puede ser un aliado importante para la gestión educativa y la mejora continua de la calidad educativa (Cruz Varón & Gaitán Urbano, 2019; Gómez Contreras et al., 2019).

Por otro lado, la educación puede mejorar la comprensión y el uso de la información financiera. En este sentido, se ha propuesto la inclusión de habilidades financieras en los programas educativos. La enseñanza de habilidades financieras permite que los individuos comprendan mejor la información financiera, lo que les permite tomar decisiones informadas en cuanto a sus finanzas personales y empresariales (Ledezma Torres, 2021; Ortega Cárdenas, 2021). La inclusión de habilidades financieras en los programas educativos puede tener beneficios a largo plazo, ya que puede contribuir a la formación de ciudadanos responsables y con una cultura financiera sólida.

En este sentido, la relación entre la educación y la contabilidad es interdependiente y puede generar beneficios mutuos. La contabilidad puede ser una herramienta útil para la gestión educativa y la educación puede mejorar la comprensión y el uso de la información financiera (Contreras Cano & Marín Herrera, 2021; Cano Morales & González Echeverri, 2021). Se recomienda la implementación de estrategias educativas que incluyan la

enseñanza de habilidades financieras en los programas educativos y la utilización de la información financiera como una herramienta de gestión en las instituciones educativas.

Además, es importante tener en cuenta que la contabilidad no solo puede ser útil para la gestión de las instituciones educativas, sino que también puede ser utilizada como una herramienta de enseñanza. La contabilidad, al ser una disciplina que se encarga de la interpretación de la información financiera, puede ser utilizada para enseñar a los estudiantes sobre conceptos económicos y financieros (Alves Dios & Cosenza, 2019; Barragán Galindo & Quintero Pedraza, 2019; Scavone et al., 2018). Por ejemplo, se pueden utilizar ejemplos de estados financieros para enseñar a los estudiantes sobre los diferentes elementos que los componen, como los activos, pasivos y patrimonio. Asimismo, se puede utilizar la contabilidad para enseñar a los estudiantes sobre la importancia de la gestión financiera en las organizaciones y la necesidad de tomar decisiones informadas en relación con el uso de los recursos.

Por otro lado, la educación también puede ser una herramienta útil para mejorar la comprensión y el uso de la información financiera. En la actualidad, existe una gran necesidad de profesionales capacitados en el área de la contabilidad y las finanzas. Muchas empresas y organizaciones requieren de contadores y financieros capacitados para llevar a cabo sus operaciones y tomar decisiones informadas en relación con el uso de sus recursos (Rodríguez Tovar et al., 2020; Valero Zapata et al., 2020; Vera-Colina et al., 2020). La educación puede desempeñar un papel clave en la formación de estos profesionales y en la mejora de la comprensión y el uso de la información financiera en el ámbito empresarial.

En resumen, la relación entre la educación y la contabilidad puede ser abordada desde diferentes enfoques teóricos y prácticos. Desde la perspectiva de la teoría de la educación, es posible analizar cómo la contabilidad puede ser utilizada como una herramienta para la formación integral de los individuos. Desde la perspectiva de la teoría contable, se puede analizar cómo la información financiera puede ser utilizada como una herramienta de gestión en el ámbito educativo. Asimismo, tanto la educación como la contabilidad pueden ser utilizadas como herramientas para mejorar la comprensión y el uso de la información financiera en diferentes ámbitos, como el empresarial y el educativo.

Como consecuencia de lo mencionado, la pregunta general de la investigación es ¿Cómo se relacionan las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad? El objetivo general de la investigación es Analizar la relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad para identificar posibles conexiones y beneficios mutuos. Además, la hipótesis general de la investigación es «Existe una relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad que puede ser utilizada para mejorar la gestión educativa y la comprensión y uso de la información financiera»

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este estudio se realizó un análisis documental exhaustivo de la literatura existente sobre la relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad. Se utilizaron varias bases de datos, como Scopus, Web of Science, ERIC y Dialnet, para llevar a cabo la búsqueda de artículos científicos y libros relacionados con el tema. Se utilizaron las palabras clave «educación», «contabilidad», «gestión educativa» e «información financiera» para optimizar los resultados de búsqueda. La búsqueda se realizó en español, y se consideraron artículos publicados desde el año 2000 hasta 2022.

Se aplicaron criterios de inclusión rigurosos para la selección de los artículos. Estos criterios incluían que los artículos abordaran la relación entre la educación y la contabilidad, que utilizaran una perspectiva teórica para analizar el tema y que tuvieran un enfoque científico y riguroso en su metodología. Una vez que se obtuvieron los artículos relevantes, se analizaron en detalle para identificar patrones, tendencias y hallazgos comunes en la literatura existente. Se utilizó un enfoque sistemático para sintetizar y resumir la información obtenida de los artículos incluidos en el estudio. De esta manera, se pudo ofrecer una visión general y crítica de la relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad, y se destacaron las principales implicaciones para la práctica y la investigación futura en este campo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados del análisis documental realizado sobre la relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad, así como su discusión.

Relación entre la educación y la contabilidad

La educación y la contabilidad están estrechamente relacionadas, ya que la contabilidad puede ser una herramienta muy útil para la gestión educativa, y la educación puede mejorar la comprensión y el uso de la información financiera (Nacagahua Rubio, 2022; Ruata Avilés, 2022; Villarreal & Córdoba Martínez, 2022). Por un lado, la contabilidad puede ayudar a los gestores educativos a tomar decisiones informadas, ya que les proporciona información financiera relevante y precisa sobre el rendimiento y la eficiencia de la institución educativa. Esto les permite identificar áreas de mejora y optimizar la gestión de los recursos, para que la institución pueda funcionar de manera más efectiva y eficiente.

También, la educación puede ayudar a las personas a comprender mejor la información financiera, a tomar decisiones informadas y a mejorar su desempeño en su vida financiera (Rodelo Sehuanes et al., 2021; Rojas Rojas & Sánchez Grijalba, 2021). Los cursos de contabilidad y finanzas pueden proporcionar a los estudiantes conocimientos y habilidades prácticas para gestionar sus propias finanzas, tomar decisiones de inversión y comprender mejor los informes financieros de las empresas.

En resumen, la educación y la contabilidad están estrechamente relacionadas y se complementan entre sí. La contabilidad puede mejorar la gestión educativa, mientras que la educación puede mejorar la comprensión y el uso de la información financiera.

Perspectivas teóricas de la relación entre la educación y la contabilidad

La relación entre la educación y la contabilidad puede ser analizada desde diferentes perspectivas teóricas. Desde la teoría de la educación, se pueden identificar corrientes pedagógicas que han utilizado la contabilidad como herramienta para el aprendizaje (Cornejo Gutiérrez & Viramontes Miranda, 2021; Dimartino et al., 2021; Flores Anchundia et al., 2021). Por ejemplo, el conductismo ha aprovechado la retroalimentación que proporciona la contabilidad sobre el desempeño financiero para motivar a los estudiantes a mejorar su rendimiento. Por otro lado, el enfoque humanista ha visto en la contabilidad una habilidad necesaria para el desarrollo integral de la persona.

Desde la perspectiva de la teoría contable, la información financiera puede ser utilizada como herramienta de gestión en el ámbito educativo. La contabilidad puede ayudar a tomar decisiones informadas y mejorar la eficiencia y eficacia en la gestión de recursos en las instituciones educativas (Contreras Cano & Marín Herrera, 2021; Cornejo Gutiérrez & Viramontes Miranda, 2021). Por ejemplo, la contabilidad puede ser utilizada para la elaboración de presupuestos, la planificación estratégica, la evaluación de programas educativos y la identificación de áreas de mejora en la gestión de los recursos.

En resumen, la relación entre la educación y la contabilidad es compleja y puede ser abordada desde diferentes perspectivas teóricas. La contabilidad puede ser vista como una herramienta para el aprendizaje y el desarrollo integral de la persona, así como una herramienta de gestión en el ámbito educativo.

Beneficios mutuos de la relación entre la educación y la contabilidad

La relación entre la educación y la contabilidad puede generar beneficios mutuos. Por un lado, la educación puede mejorar la comprensión y el uso de la información financiera en el ámbito personal y profesional (Chávez García et al., 2022; Collante Caiafa & Caballero Urieles, 2022; Córdoba Martínez, 2022). Por otro lado, la contabilidad puede ser una herramienta útil para la gestión educativa, ya que puede ayudar a tomar decisiones informadas, a identificar áreas de mejora y a optimizar la gestión de los recursos.

En el ámbito personal, la educación en contabilidad puede ayudar a las personas a tomar mejores decisiones financieras y a comprender la importancia de llevar un registro preciso y organizado de sus ingresos y gastos. Esto puede contribuir a una mejor planificación financiera y a una mayor estabilidad económica (Salvatierra Pita, 2020; Scavone & Marchesano, 2020).

En el ámbito profesional, la educación en contabilidad es esencial para aquellos que trabajan en áreas financieras y contables, ya que les proporciona una comprensión más profunda de los estados financieros y de los procesos contables (Salvatierra Pita, 2020; Scavone & Marchesano, 2020). Además, una formación sólida en contabilidad puede abrir puertas a oportunidades de carrera en el ámbito financiero y empresarial.

Por otro lado, la contabilidad puede ser una herramienta valiosa para la gestión educativa. Los sistemas contables pueden utilizarse para realizar un seguimiento de los ingresos y gastos de una institución educativa, lo que puede ayudar a tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos. También puede ayudar a identificar áreas de mejora y a optimizar la gestión de los recursos, lo que puede contribuir a una gestión más eficiente y efectiva de la institución educativa.

En resumen, la educación en contabilidad y la contabilidad en sí misma pueden generar beneficios mutuos. La educación en contabilidad puede mejorar la comprensión y el uso de la información financiera en el ámbito personal y profesional, mientras que la contabilidad puede ser una herramienta útil para la gestión educativa, contribuyendo a una gestión más eficiente y efectiva de los recursos.

CONCLUSIÓN

La relación entre las teorías de la educación y las técnicas de contabilidad es estrecha y ambas disciplinas pueden beneficiarse mutuamente. La contabilidad puede ser una herramienta valiosa para la gestión educativa, mientras que la educación puede mejorar la comprensión y el uso de la información financiera. En este sentido, se recomienda la

implementación de estrategias educativas que incluyan la enseñanza de habilidades financieras en los programas educativos, desde la educación primaria hasta la educación superior. De esta manera, se puede formar a los estudiantes para que tengan una mejor comprensión del lenguaje financiero y puedan tomar decisiones más informadas en el futuro.

Además, se recomienda la utilización de la información financiera como una herramienta de gestión en las instituciones educativas. Esto implica el uso de técnicas contables para llevar un registro preciso de los ingresos y gastos, lo que permite una mejor planificación y control de los recursos. En conclusión, la educación financiera y la contabilidad pueden trabajar juntas para mejorar la gestión y la toma de decisiones en el ámbito educativo. Por lo tanto, se deben implementar estrategias y programas que fomenten la comprensión y el uso de la información financiera en el sector educativo.

Conflicto de interés: El autor declara no tener conflicto de intereses.

Declaración de autor: El autor aprueba la versión final del artículo.

Financiamiento: financiación propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves Dios, S., & Cosenza, J. P. (2019). Consideraciones acerca del desarrollo de un modelo de educación ambiental emancipatoria para la formación del profesional contable. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 27(2), 127-144. <https://doi.org/10.18359/rfce.3905>
- Barragán Galindo, F., & Quintero Pedraza, I. V. (2019). Percepción de los pequeños comerciantes de honda con relación al tema de cultura organizacional, contable e innovación. *Revista Innova ITFIP*, 4(1), 33-43. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7964687>
- Cano Morales, A. M., & González Echeverri, W. D. G. (2021). El discurso ético de lo ecuánime en la formación del contador público colombiano con visión mundial. *Revista CIES Escolme*, 12(1), Art. 1. <http://www.escolme.edu.co/revista/index.php/cies/article/view/328>
- Chávez García, E. M., Navas Montes, Y., & Pacheco Mendoza, S. R. (2022). Prospectiva como herramienta de decisiones en la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Estatal de Bolívar. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 10(1), 95-102. <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/541>
- Collante Caiafa, C. E., & Caballero Urieles, G. J. (2022). Análisis de la formación posgradual en la disciplina contable a partir de la aceptación de las NIIF en un departamento colombiano, 2009-2018. *Cuadernos de Contabilidad*, 23. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc23.afpd>
- Contreras Cano, G. S., & Marín Herrera, S. (2021). Definiciones, temáticas, metodologías y factor humano en la educación contable: Un análisis documental en el contexto mundial en los periodos 2014-2020. *Revista Visión Contable*, 23, Art. 23. <https://doi.org/10.24142/rvc.n23a8>
- Córdoba Martínez, J. X. (2022). Evolución y retos de la regulación contable internacional. Una reflexión. *Revista Visión Contable*, 25, Art. 25. <https://doi.org/10.24142/rvc.n25a2>
- Cornejo Gutiérrez, V., & Viramontes Miranda, J. de D. (2021). Revisión de literatura: Cuadros de mando y visualizaciones de datos financieros en la enseñanza Contabilidad para mejorar las habilidades estudiantiles: Resumen 2CP21-182. *Memorias de Ciencia y Tecnología*, 1(2). <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/memoriascyt/article/view/4827>
- Correa García, J. A. (2019). La profesión contable y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). *Contaduría Universidad de Antioquia*, 74, Art. 74. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/339223>
- Cruz Varón, J. P., & Gaitán Urbano, M. A. (2019). *Análisis de la importancia que le dan los Contadores Públicos y los Jefes de Despacho a la responsabilidad social del ejercicio*

- profesional contable dentro de la elaboración del presupuesto municipal de Candelaria vigencia 2019 desde la ética del consecuencialismo.*
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/19193>
- Dimartino, C., Boff, M. F., & Barbei, A. A. (2021). El impacto del COVID-19 en la educación contable: Revisión bibliográfica y propuesta de investigación para el abordaje de un modelo educativo. *Documentos de Trabajo del CECIN*.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/137111>
- Flores Anchundia, L. I., Jara Jiménez, M. M., Montúfar Chango, K. L., & Terán Jama, T. T. (2021). Estrategias metodológicas para mejorar la enseñanza de contabilidad: Methodological strategies to improve accounting education. *South Florida Journal of Development*, 2(5), 8042-8062.
<https://www.southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/992>
- Gómez Contreras, J. L., Monroy Bermúdez, L. de J., & Bonilla Torres, C. A. (2019). Caracterización de los modelos pedagógicos y su pertinencia en una educación contable crítica. *Entramado*, 15(1), 164-189. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.5428>
- Gómez Mateus, A. M., & Tellez Florez, M. T. (2021). *Diagnóstico de la Formación del Contador Público Frente a las NIIF en UNIMINUTO UVD* [PhD Thesis, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/13283>
- Ledezma Torres, D. R. (2021). Incidencia de las pasantías en el perfil del profesional contable. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), Art. 4.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.645
- Moreno Caro, O. C. (2023). ¿Qué es una genuina educación política? La formación cívica desde la perspectiva del pensamiento político de Hanna Arendt. *Pedagogía y Saberes*, 58.
<https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/PYS/article/view/16586>
- Nacagahua Rubio, M. Á. (2022). *Conocimientos e importancia en normas internacionales de educación contable en los estudiantes de la escuela profesional de contabilidad, UNAP, 2021*. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3194798>
- Ortega Cárdenas, C. (2021). Saber pedagógico en contaduría pública: Percepción estudiantil, métodos de enseñanza y perspectiva de investigación. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 3(1), 7-29.
<https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/rcca/article/view/441>
- Pincay Cedeño, M. L., Sánchez-Miranda, N. A., Guerrero Campos, F., & Solano Cavero, J. K. (2023). Estrategias innovadoras para mejorar el desempeño docente en la educación general básica. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 17, 65-77. <http://encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/378>
- Reyes-Alvarado, S. (2023). Análisis de las implicaciones del Covid-19 en estudiantes de licenciatura y en jóvenes participantes del Programa Interinstitucional de Seguimiento al Talento Académico. *Revista Científica Retos de la Ciencia*, 7(14), 101-110.
<https://retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/416>
- Rodelo Sehuanes, M. A., Chamorro González, C. L., & Archibold Barrios, W. (2021). Formación (en competencias) investigativa (s) en los estudiantes de contaduría pública: Caso Universidad del Atlántico, Colombia, 2015-2019. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 29(2), 67-85.
- Rodríguez Tovar, M. A., Trujillo Prada, M. A., Ramírez Ramírez, C. A., & Jaramillo Ramírez, P. M. (2020). Laboratorio Contable: Una estrategia didáctica para la enseñanza del ciclo contable. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 4(3).
<https://www.redalyc.org/journal/5736/573667939002/>

- Rojas Rojas, W., & Sánchez Grijalba, A. M. (2021). Pensando la contaduría pública en su ejercicio profesional: Contextos y presupuestos. *Innovar*, 31(80), Art. 80. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n80.93671>
- Ruata Avilés, S. A. (2022). Evaluación de software contable de aplicación, para la enseñanza de la contabilidad en estudiantes de Ingeniería de sistemas. *Universidad y Sociedad*, 14(5), Art. 5. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3258>
- Salvatierra Pita, K. A. (2020). *Software educativo contable para la carrera de Contabilidad y [BachelorThesis, Jipijapa.UNESUM]*. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2317>
- Sarría Ramírez, S. M. (2022). *Incidencia del enfoque de estilos de aprendizaje en la formación por competencias del área contable*. Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/46465>
- Scavone, G. M., Ferreyra, D., & Podestá, A. (2018). *Análisis de la influencia de principios y valores en el ejercicio profesional contable*. <http://rid.fce.unam.edu.ar/xmlui/handle/123456789/103>
- Scavone, G. M., & Marchesano, M. (2020). *Revelaciones sobre riesgo e incertidumbre en escenarios de crisis sostenidas*. XVI Simposio Regional de Investigación Contable y XXVI Encuentro Nacional de Investigadores Universitarios del Área Contable (Modalidad virtual, 3 de diciembre de 2020). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/111503>
- Tomalá Escobar, E. E., & Jaramillo Lema, G. S. (2022). *Connotación del código de ética contable en la prevención de fraudes en el mercado bursátil en Ecuador*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/18744>
- Torres López, A. del V. (2023). La educación emocional en el currículo universitario venezolano: ¿Presente o ausente? *Revista Electrónica Educare*, 27(1), 1-13. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8719179>
- Valero Zapata, G. M., Patiño Jacinto, R. A., & Vargas Toledo, H. (2020). Feminización y Feminización de la Profesión Contable en Colombia. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 76, Art. 76. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.n76a01>
- Vera-Colina, M. A., Melgarejo, Z., & Niño Galeano, C. (2020). Educación contable, cuarentena y medios digitales: Retos, oportunidades, tensiones y experiencias desde Colombia. *Gestión y Tendencias*, 5(2), Art. 2. <https://doi.org/10.11565/gesten.v5i2.116>
- Villarreal, J. L., & Córdoba Martínez, J. X. (2022). El reporte integrado como reto para la formación profesional contable en el siglo XXI. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 80, 13-29. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.n80a01>
- Viteri Terán, F. S. (2023). *Whatsapp como herramienta de microlearning en el proceso de enseñanza aprendizaje en educación básica superior* [Master's Thesis]. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/13466>
- Zacarías Gutiérrez, M. (2023). Enseñar a ser docente: Voz del profesorado de México y Argentina Teaching to be a teacher: voice of teachers from Mexico and Argentina. *Revista Construyendo Paz Latinoamericana*, 17, 11-23. <http://www.revistacopala.net/index.php/ojs/article/view/191>
- Zamora García, J. L. (2023). *Propuesta didáctica basada en las metodologías activas a través del uso del software GeoGebra para la enseñanza-aprendizaje de las matemáticas*. [PhD Thesis, Ecuador-Pucese-Maestría en Pedagogía con Mención en Educación Técnica y ...]. <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/3343>

Estudio comparativo de la estructura del impuesto a la renta personal de personas físicas de los países de Paraguay y Brasil

Comparative study of the structure of the personal income tax of individuals in the countries of Paraguay and Brazil

Derlis Daniel Duarte Sánchez¹ , Lilian Luisa Samudio Benítez^{1*} 

¹Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa. Asunción, Paraguay

Como citar/How to cite:

Duarte Sánchez, D. D., Samudio Benítez, L. L. (2024). Estudio comparativo de la estructura del impuesto a la renta personal de personas físicas de los países de Paraguay y Brasil. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativas*, 3(1), 46-55.

Recibido: 15/03/2024. Aceptado: 06/05/2024

*Autor correspondiente: Lilian Luisa Samudio Benítez
lililuisab32@gmail.com

Editor responsable: Derlis Daniel Duarte Sánchez.
<https://orcid.org/0000-0002-6717-2873>
derlisduarte@fotriem.edu.py. Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa (FOTRIEM). Asunción, Paraguay

RESUMEN

El Impuesto a la Renta Personal afecta a las personas físicas en Paraguay y Brasil. Mientras Brasil tiene un sistema tributario complejo, dividido en Unión, Estados, Distrito Federal y Municipios, Paraguay presenta un sistema más sencillo, aunque también incluye este impuesto. Este estudio comparativo analiza la estructura del Impuesto a la Renta Personal en ambos países durante 2021. Se utilizó un enfoque cualitativo con diseño no experimental y descriptivo, empleando investigación documental y revisión bibliográfica. Para el análisis de datos, se aplicó la categorización de los elementos de la obligación tributaria y teoría fundamentada. Los principales resultados demuestran que, existen semejanzas entre el Impuesto a la Renta Personal de Paraguay y el impuesto a la Renta de Personas Físicas de Brasil, ambos individualizan como contribuyente a la persona física, grava la renta obtenida por los mismos, se tributa por lo generado en el país, y es determinada de forma anual el impuesto debido, en cuanto a la base imponible resulta de la diferencia entre el ingreso obtenido y los gastos incurridos y en ambos países las tasas del impuesto son progresivas, en proporción al ingreso o renta neta. De igual manera se observa diferencias en cuanto al monto establecido para la tributación de tal impuesto, en Brasil es a partir de reales 22.847,77 en guaraníes unos 29.702.000 en guaraníes, siendo que Paraguay se diferencia el monto es de 80.000.001 para servicios personales y 20.000.001 para ganancias de capital en la enajenación de bienes muebles. En Brasil se practican las retenciones en la fuente a los prestadores de servicios dependientes por parte de los empleadores, de manera mensual según una escala de ingresos, esto se presenta de forma mensual a la Receta Federal, ya los independientes o autónomos lo realizan mediante el carnê-leão, entre otros.

Palabras clave: Elementos de la obligación tributaria, individuo, impuesto a la renta personal, tarifas progresivas

ABSTRACT

The Personal Income Tax affects individuals in Paraguay and Brazil. While Brazil has a complex tax system divided into the Union, States, Federal District, and Municipalities, Paraguay has a simpler system that also includes this tax. This comparative study analyzes the structure of the Personal Income Tax in both countries during 2021. A qualitative approach was used with a non-experimental and descriptive design, employing documentary research and literature review. For data analysis, the categorization of tax obligation elements and grounded theory were applied. The main results demonstrate that there are similarities between Paraguay's Personal Income Tax and Brazil's Individual Income Tax. Both identify the individual as the taxpayer, tax the income earned by them, and are levied on income generated within the country. The tax due is determined annually, with the taxable base resulting from the difference between income earned and expenses incurred. In both countries, tax rates are progressive, proportional to net income. However, there are differences in the amounts established for tax liability. In Brazil, the threshold starts at 22,847.77 reais (approximately 29,702,000 guaraníes), while in Paraguay it is set at 80,000,001 guaraníes for personal services and 20,000,001 guaraníes for capital gains from the sale of movable assets. In Brazil, employers practice withholding tax from dependent service providers monthly, according to an income scale, while independent workers do this through the carnê-leão, among other methods.

Keywords: Elements of tax obligation, individuals, income taxes for individuals, progressive rates

INTRODUCCIÓN

Gómez Sabaíni y Morán (2016), sostienen que desde mediados del siglo pasado en los países latinoamericanos se han producido varios cambios estructurales en materia económica que han influido significativamente en las estrategias tributarias de los sucesivos gobiernos, con distintos grados de profundidad e impulso al paso del tiempo. De esta forma, en materia de diseño tributario, se pueden observar dos modelos esenciales, que en las últimas décadas han tenido un impacto decisivo en el desarrollo de la estructura tributaria: por un lado, partiendo del modelo utilizado por los países europeos, adoptando el IVA en Occidente, y por otro lado, cambios en ISR que siguen el modelo norteamericano.

De acuerdo con Gómez Sabaini & Martner Fanta (2008), la composición de la estructura tributaria mostró cambios significativos entre 1990 y 2006, reflejando varias circunstancias típicas: Primero, los ingresos del comercio exterior representaron una porción menor de los ingresos tributarios totales, lo que se debió en parte a la desaparición de los impuestos a la exportación en todo el país, esto se debe a una reducción significativa en los aranceles de importación nominales y efectivos, y en segundo lugar, la participación del impuesto sobre la renta, aunque aumentó en el mismo período, tiene una tasa más baja, no obstante esta afirmación debe reconsiderarse ya que el impuesto de sociedades parece haber sido más alto en los últimos años. En este contexto, cabe mencionar la falta de información sobre la tributación de las empresas y, en mayor medida, de las personas físicas o físicas en la mayoría de los países.

El Brasil es un país con un sistema tributario complejo, en total, entre impuestos, tasas y contribuciones federales, estatales y municipales, tiene una lista de 92 tributos. Los impuestos federales son responsables por cerca del 60% (sesenta por ciento) del total de la recaudación tributaria del país, siendo los que existen en mayor cantidad y son también los más reconocidos por sus siglas. En general su destino es el mantenimiento del Gobierno Federal, entre los impuestos federales se encuentran: II: Impuesto de Importación, para las mercancías procedentes del exterior; IOF: Impuesto sobre Operaciones Financieras, para préstamos, acciones y otras acciones financieras; IPI: Impuesto sobre Productos Industrializados, para la industria; IRPF: Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, sobre la renta del ciudadano; IRPJ: Impuesto de Sociedades, sobre la renta de las CNPJ; COFINS: Contribución a la Financiación de la Seguridad Social; PIS: Programa de Integración Social; CSLL: Cotización Social sobre los Ingresos Netos; INSS: Instituto Nacional de la Seguridad Social OF, II, IPI, IRPF, IRPJ, COFINS, PIS / PASEP, CSLL, INSS (Dau, 2020).

Según datos de la Dirección Nacional de Ingresos Tributarios (2022), en el Paraguay hay tres tipos de impuestos: Impuestos y tasas municipales: administran las municipalidades; los impuestos aduaneros: administra la Dirección Nacional de Aduanas; y los impuestos nacionales administrada por la Subsecretaría de Estado de Tributación SET, y rigen en todo el país. Corresponde enfatizar que los impuestos nacionales y aduaneros son los que determinan la solvencia de los gastos establecidos en la Ley General de Presupuesto de la Nación. En lo que respecta a los impuestos de acuerdo a la Ley N° 6380/2019 “De Modernización y Simplificación del Sistema Tributario Nacional” los impuestos nacionales vigentes en el Paraguay son los siguientes: Impuestos a las rentas: IRE: Impuesto a la Renta Empresarial; IDU: Impuesto a los Dividendos y a las Utilidades; IRP: Impuesto a la Renta Personal; INR: Impuesto a la Renta de los No

Residentes y los Impuestos al consumo: IVA: Impuesto al Valor Agregado y ISC: Impuesto Selectivo al Consumo.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2022), sostiene que la recaudación tributaria como porcentaje del PIB de Paraguay en 2020 (13.4%) estuvo por debajo del promedio de ALC (21.9%) en la edición de este año de las Estadísticas tributarias de América Latina y el Caribe a 8.5 puntos porcentuales y por debajo del promedio de la OCDE (33.5%) (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2022). Por otra parte, la recaudación tributaria como porcentaje del PIB de Brasil en 2020 (31.6%) estuvo por encima del promedio de ALC (21.9%) en la edición de este año de las Estadísticas tributarias de América Latina y el Caribe a 9.7 puntos porcentuales y por debajo del promedio de la OCDE (33.5%).

Datos Macro (s.f.) proporciona datos económicos de Brasil y manifiesta que Brasil es la economía número 13 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2021 fue de 1.263.790 millones de euros 1.495.729 millones de dólares, con una deuda del 93,01% del PIB. Su deuda per cápita es de 5.906 € euros por habitante 6.990 \$ dólares por habitante (Brunéi, 2022). En cuanto a Paraguay es la economía número 99 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2021 fue de 12.372 millones de euros 14.642 millones de dólares, con una deuda del 37,72% del PIB.

Por todo lo anteriormente expuesto, se nota que la economía de Brasil es mucho mayor que el de Paraguay, motivo por el cual nace la necesidad de realizar un estudio comparativo sobre la estructura del Impuesto a la Renta Personal entre ambos países, partiendo específicamente con un estudio comparativo de cada uno de los elementos que conforman la obligación tributaria de dicho impuesto, con la finalidad de conocer diferencias y similitudes, por lo tanto, se presenta a continuación la problemática.

¿Cómo es la Estructura del Impuesto a la Renta Personal en los países de Paraguay y Brasil en el año 2021? ¿Cuál es la Estructura del Impuesto a la Renta Personal de Paraguay en el año 2021?, ¿Cómo es la estructura del Impuesto a la Renta Personal de Brasil en el año 2021?, ¿Cuáles son las diferencias y semejanzas existentes entre la estructura del Impuesto a la Renta Personal de Paraguay y Brasil en el año 2021?

METODOLOGÍA

La investigación está basada desde el enfoque cualitativo, porque se describe y se compara la estructura del impuesto a la renta personal entre Paraguay y Brasil, enfocado a los elementos de la obligación tributaria.

Según el profesor Miguel Alegre (2022), en una publicación sobre investigación cualitativa afirma que el análisis de los medios o instrumentos cualitativos propone una mirada más amplia del fenómeno social, pues no se limitan a medir dicho fenómeno con las herramientas cuantitativas, sino que lo hacen con relación a la realidad y nos permiten llegar a resultados más profundos.

El diseño de la investigación es no experimental. Según Salgado Leiva (2007), el concepto de diseño dentro de una investigación cualitativa se refiere a un enfoque general utilizado en el proceso de investigación, es más flexible y abierto, donde la dirección de la acción está guiada por el dominio (los participantes y la evolución de los acontecimientos), de esta forma, el diseño se va adaptando a las condiciones de la escena y el entorno.

Se ha optado por la investigación documental por que trasciende el simple procesamiento de datos. Botero Bernal, (2003), manifiesta en su trabajo de investigación d que la investigación documental es la base metódica tradicional de la investigación jurídica, dada su importancia para el mundo académico se recapacita en este artículo acerca del concepto de documento, archivo, libro, etc.

En la investigación en primer lugar se utiliza el análisis de contenido, categorización, dimensión, triangulación, mapas conceptuales, matriz de inducción, explicar paso a paso que no quede duda de los hallazgos. Herrera (2022), afirma que la investigación cualitativa podría entenderse como una categoría de diseños de investigación que extrae descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, transcripciones de grabaciones de campo, cintas de audio y video, registros escritos de cualquier tipo, fotografías o películas y artefactos. Se utilizan los siguientes métodos: método bibliográfico. El trabajo se realizó en el año 2022.

RESULTADO Y DISCUSIÓN

N	ELEMENTOS	PARAGUAY	BRASIL
1	Denominación	Impuesto a la Renta Personal	Impuesto a la Renta de Personas Físicas
2	Naturaleza	Grava la Renta	Grava la Renta
3	Sujeto Activo	Estado Paraguayo	Estado brasileño
4	Sujeto Pasivo	Persona física (ingresos > 80.000.000)	Persona física (ingresos > 22.838,64 BRL)
5	Monto Gravado	Ingresos > 80.000.000 (servicios)	Ingresos > 22.838,64 BRL
6	Hecho Generador	Rentas de actividades personales	Rentas de bienes de capital y trabajo
7	alcanzadas	Diversas categorías de servicios y ganancias	Ingresos por trabajo, alquiler, y otros
8	Elemento Espacial	Rentas de fuente paraguaya	Criterio de residencia
9	Elemento Temporal	Obligatoriedad al finalizar el ejercicio fiscal	Determinación anual al cierre del ejercicio
10	Base Imponible	Deducción de gastos relacionados	Diferencia de rentas percibidas y egresos
11	Exoneraciones	Intereses de bonos, indemnizaciones	Becas, pensiones, donaciones
12	Tasas	Progresivas: 8%, 9%, 10%	Progresivas: 7.5%, 15%, 22%, 27.5%
13	Deducciones Admitidas	Gastos personales y familiares	Gastos médicos y educativos
14	Presentación	Sistema Marangatú	Programa de Generación de Declaraciones
15	Plazo de Presentación	Hasta marzo del año siguiente	1° de marzo a fin de abril del año siguiente
16	Regulación Tratamiento del	Subsecretaría de Estado de Tributación	Secretaria de la Receta Federal
17	Aguinaldo	Exonerado	Tributa en la fuente

Fuente. Constitución de la República del Paraguay, Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, Ley 12761/12, Ley N° 11.482, Ley N° 12.469, Ley N° 13.149, Ley N° 7.713, Ley N° 9.250, Ley N° 4064/10, Ley N° 6.380/19, Ley N° 4673/12, Decreto 3457/2020, Decreto 3667/2020, Decreto 4661/2020, Decreto 7041/2022, Decreto N° 3.184/2019, Resolución General N° 33-20, Resolución General N° 35-20, Resolución General N° 38-20, Resolución General N° 40-20, Resolución General N° 42-20, Resolución General N° 55-20, Resolución General N° 69-20, Resolución General N° 82-21, Resolución General N° 94-21.

DISCUSIÓN

En la presente investigación fue realizada una revisión e interpretación de las normativas que rigen al Impuesto a la Renta Personal de Paraguay, tales procedimientos permitieron a la autora concluir para el objetivo número uno que es describir la estructura del impuesto a la renta personal de Paraguay en el año 2021, enfocado en los elementos esenciales de la obligación tributaria, o sea, se identifica al contribuyente que es la persona física que reside en el territorio nacional, pudiendo ser estos paraguayos o extranjeros, los hechos generadores lo constituyen las rentas obtenidas por las personas físicas mencionadas, en cuanto al ámbito territorial abarca aquellas rentas que se producen en el país, el nacimiento de la obligación tributaria del impuesto se configura al término del ejercicio fiscal, finalizando con la determinación de la base imponible que resulta de la diferencia entre los ingresos y gastos o por presunción y por último las tasas aplicadas, que son por un lado progresivas en base la renta neta y son del 8%, 9% y 10% para la categoría de rentas derivadas del servicio personal, y una tasa única del 8% para las rentas de ganancia de capital.

En tanto que, para concluir el objetivo específico número dos que es examinar la estructura del Impuesto a la Renta Personal de Brasil en el año 2021, fueron analizadas las normativas de ese país, abordando a los cinco elementos esenciales de la obligación tributaria, la legislación ha establecido que son contribuyentes las personas físicas por los ingresos que provengan del capital, del trabajo personal, o bien por la combinación de ambos conceptos, en cuanto al hecho generador del impuesto constituye la obtención de esas rentas mencionadas, con relación al espacio que abarca el impuesto se menciona que alcanza a las rentas generadas en el país, mientras que la base imponible resulta de la suma de todas las rentas percibidas en el año a excepción de lo que se tributa en la fuente y las pagadas de forma definitiva, a esto se descuentan los egresos admitidos, y por último las tasas establecidas de forma progresiva en función a una tabla que contienen los rangos de ingresos, y son de 7,5%, 15%, 22% y 27,5%.

Para concluir con el objetivo número tres que es de establecer semejanzas y diferencias entre la estructura del Impuesto a la Renta Personal de Paraguay y Brasil en el año 2021 se realizó una investigación comparativa y detallada de cada uno de los elementos que configuran la obligación tributaria de dicho impuesto en cada país. Entre las similitudes se puede mencionar mismo tipo de contribuyente, hecho generador gravado los ingresos por la realización de servicios personales, y las ganancias de capital, alcanza las rentas generadas en el país, la determinación del impuesto debido es anual, la base imponible es resultante de la contrastación entre el ingreso obtenido y los gastos incurridos y tiene varios porcentajes como tasas, o sea son progresivas.

Dentro de las diferencias relevantes entre uno y otro país se encuentra el monto establecido para la tributación de tal impuesto, en Brasil es a partir de reales 22.847,77 en guaraníes unos 29.702.000, siendo que Paraguay se diferencia el monto este 80.000.001 para servicios personales y 20.000.001 en la enajenación de bienes muebles para ganancias de capital. Otro punto diferencial en Brasil se practican las retenciones en la fuente a los prestadores de servicios dependientes por parte de los empleadores, de manera mensual según la tabla de ingresos, ya los independientes o autónomos lo realizan mediante el carnê-leão. Otra diferencia es que existe limitaciones en cuanto la deducción de los gastos de educación y gastos personales de los dependientes, siendo que en Paraguay la limitación es que sean cubiertos por ingresos gravados por el impuesto, y

finalmente otro dato diferenciador es que en Brasil el aguinaldo está afectado por el impuesto, y se tributa conforme a la tabla, dentro de las rentas tributadas exclusivamente en la fuente, la cual lo exime de ser considerado para la determinación de la base para la declaración jurada anual, por la cual no es posible que le sea restituido al sujeto pasivo en cuestión, mientras que en Paraguay este ingreso no está gravado por el IRP ni ningún otro impuesto.

Por lo tanto, esta investigación, refleja la existencia de similitudes entre la estructura del Impuesto a la Renta Personal de Paraguay y el Impuesto a la Renta de Personas Físicas de Brasil, principalmente con la entrada en vigencia de la Ley 6.380/2019, de la misma manera que existen también características que los diferencian una de la otra.

CONCLUSIÓN

Se concluye que, la comparación entre la estructura del Impuesto a la Renta Personal en Paraguay y Brasil revela tanto similitudes como diferencias significativas, lo que refleja la complejidad y diversidad de los sistemas tributarios en América Latina.

A pesar de que ambos países comparten un enfoque en las gravámenes de rentas y utilizan tasas progresivas, las discrepancias en los umbrales de tributación, las deducciones permitidas, destacan las particularidades de cada sistema. Brasil presenta un marco más complejo y un nivel de recaudación tributaria superior, mientras que Paraguay enfrenta desafíos en la ampliación de su base tributaria y la modernización de su sistema.

Esta investigación resalta la necesidad de seguir explorando y analizando las estructuras tributarias en la región, considerando el contexto económico y social específico de cada país, lo que podría informar políticas más efectivas y equitativas en materia tributaria.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Declaración de autor: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Contribución de autores:

LLSB: Idea del proyecto, metodología, diseño, recolección de datos, análisis, conclusión, borrador y su versión final.

DDDS: Revisión general del estudio, ajustes del borrador y versión final.

Financiamiento: financiación propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alegre, M. (2022). *Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa. Una reflexión conceptual*. Población y desarrollo, 28(54), 93-100. Obtenido de <https://revistascientificas.una.py/index.php/RE/article/view/2408/2234>

Constitucion de la República del Paraguay. (1992). Asuncion: Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nacion. Obtenido de https://www.bacn.gov.py/CONSTITUCION_ORIGINAL_FIRMADA.pdf

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. (1988). Brasilia: Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos. Obtenido de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm#art153iii

- Dau, G. (10 de junio de 2020). Rede Jornal Contábil. Obtenido de <https://www.jornalcontabil.com.br/quais-sao-impostos-sao-federais-estaduais-ou-municipais/>
- Decreto 3457/2020. (2020). Asunción: Subsecretaria de Estado de Tributación (SET). Obtenido de set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/Biblioteca?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp
- Decreto 3667/2020. (2020). Asunción: Subsecretaria de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20e>
- Decreto 4661/2020. (2020). Asunción: Subsecretaria de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Decreto 7041/2022. (2022). Asunción: Subsecretaria de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Decreto N° 3.184/2019 *Reglamento del Impuesto a la Renta Personal*. (2019). Asunción: Sub Secretaria de Estado de Tribucion. SET. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/Normativas/decretos/2019&c>
- Decreto N° 9.580. (2018). Brasilia: Presidência da República. Obtenido de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm
- Gómez Sabaini, J. C., & Martner Fanta, R. (2008). Las finanzas públicas y el pacto fiscal en América Latina. CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7110/S0800779_es.pdf
- Gómez Sabaíni, J. C., & Morán, D. (2016). La situación tributaria en América Latina: Raíces y hechos estilizados. Cuadernos de Economía. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3349512
- Herrera, J. (2022). La investigación cualitativa. Repositorio UDG Virtual. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/1167>
- Hidalgo, J., Narváez, C., & Álvarez, J. C. (2019). Devolución del crédito fiscal del impuesto al valor agregado (IVA) al sector exportador bananero en el Ecuador. Recuperado el 26 de 12 de 2021, de http://593dp.com/index.php/593_digital_publisher/article/view/108
- Impuestospay.com. (Diciembre de 2019). Obtenido de Impuestospay.com: <https://impuestospay.com/impuestos/decreto-n-3-184-2019/>
- Instrução Normativa RFB N° 2065, de 24 de Fevereiro de 2022. (2022). Brasil. Obtenido de *Dispone la presentación de la Declaración Anual de Ajuste del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas para el año 2022, año calendario 2021, por parte de las personas físicas residentes en Brasil.*

- Instrução Normativa RFB N° 2065. (2022). Brasília. Obtenido de <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=123084>
- Instrução Normativa RFB N° 1500. (2014). Brasília: Receita Federal do Brasil. Obtenido de <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=57670>
- Instrução Normativa RFB N° 2020. (12 de Abril de 2021). Diário Oficial da União, pág. 60. Obtenido de <https://www.jusbrasil.com.br/diarios/DOU/2021/04/12/Secao-1?p=5>
- Instrucción Normativa RFB N° 1558. (2015). Brasília. Obtenido de <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=62637#1515203>
- Jehniffer, J. (25 de MARZO de 2022). <https://investidorsardinha.r7.com/>. Obtenido de <https://investidorsardinha.r7.com/aprender/rendimentos-isentos-e-nao-tributaveis/>
- Lei 12761/12 | Lei n° 12.761, de 27 de dezembro de 2012. (2012). Brasília: Jusbrasil). Obtenido de <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/1033691/lei-12761-12>
- Lei N° 11.482, de 31 de mayo de 2007. (2007). Brasília: Presidência da República. Obtenido de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2007/lei/111482.htm
- Lei N° 12.469, de 26 de agosto de 2011. (2011). Brasília: Presidência da República. Obtenido de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/112469.htm
- Lei N° 13.149, de 21 de Julho de 2015. (2015). Brasília: Presidência da República. Obtenido de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2015/lei/113149.htm
- Lei N° 7.713, de 22 de diciembre de 1988. (1988). Brasília: Presidência da República. Obtenido de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/17713.htm
- Lei N° 9.250, de 26 de diciembre de 1995. (1995). Brasília: Presidência da República. Obtenido de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9250.htm#art32
- Leitão Paes, N. (2014). *Imposto de Renda da Pessoa Física –Uma análise comparativa do Brasil em relação à América Latina*. doi:<https://doi.org/10.1590/S0104-06182014000200008>
- Ley 2421/04 “Reordenamiento Administrativo y de Adecuación Fiscal”. (2004). Asunción: Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación. Obtenido de <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/2275/ley-n-2421-reordenamiento-administrativo-y-de-adequacion-fiscal>
- Ley N° 4064/10 “Que modifica y amplia disposiciones de la creación del Impuesto a la Renta del Servicio de Carácter Personal. (2010). Asunción: Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación. Obtenido de <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/572/ley-n-4064-modifica-y-amplia-disposiciones-de-la-creacion-del-impuesto-a-la-renta-del-servicio-de-caracter-personal>

- Ley N° 6.380/19 "De Modernización y Simplificación del Sistema Tributario Nacional". (2019). Asunción: Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación. Obtenido de <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/9332/ley-n-6380-de-modernizacion-y-simplificacion-del-sistema-tributario-nacional>
- Ley N° 4673/12 "Que modifica y amplía disposiciones de la creación del Impuesto a la Renta del Servicio de Carácter Personal". (2012). Asunción: Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación. Obtenido de <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/1235/ley-n-4673-modifica-y-amplia-disposiciones-de-la-creacion-del-impuesto-a-la-renta-del-servicio-de-caracter-persona>
- Receita Federal Do Brasil. (2021). Brasilia. Obtenido de <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/orientacao-tributaria/tributos/irpf-imposto-de-renda-pessoa-fisica#dedu--o-mensal-por-dependente>
- Receita Federal Do Brasil. (2021). Brasilia. Obtenido de <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/orientacao-tributaria/tributos/irpf-imposto-de-renda-pessoa-fisica#rendimentos-previdenciarios-isentos-para-maiores-de-65-anos>
- Resolución General N° 33-20. (2020). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Resolución General N° 35-20. (2020). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Resolución General N° 38-20. (2020). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Resolución General N° 40-20. (2020). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Resolución General N° 42-20. (2020). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Resolución General N° 55-20. (2020). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>

- Resolución General N° 69-20. (2020). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Resolución General N° 82-21. (2021). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Resolución General N° 94-21. (2021). Asunción: Subsecretaría de Estado de Tributación. Obtenido de <https://www.set.gov.py/portal/PARAGUAY-SET/detail?folder-id=repository:collaboration:/sites/PARAGUAY-SET/categories/SET/biblioteca-virtual/Impuestos%202020%20en%20adelante/irp/reglamentaciones-irp&content-id=/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/do>
- Salgado Lévano, A. C. (2007). *Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos*. Liberabit, 13(13). Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729-48272007000100009&script=sci_arttext&tlng=en
- Subsecretaría de Estado de Tributación. (2022). SET. Obtenido de SET: <https://www.set.gov.py/portal/rest/jcr/repository/collaboration/sites/PARAGUAY-SET/documents/2022/set-en-aula/Presentacion%20Conociendo%20Los%20Impuestos%20en%20el%20Paraguay.pdf>

Revisión de técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación de mercado

Review of techniques and instruments for data collection in market research

Derlis Daniel Duarte Sánchez¹ , Rafaela Guerrero Barreto^{1*} 


¹Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa. Asunción, Paraguay

Como citar/How to cite:

Duarte Sánchez, D. D., Guerrero Barreto, R. G. (2024). Revisión de técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación de mercado. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativa*, 3(1), 56-63.

Recibido: 06/03/2024. Aceptado: 15/05/2024

*Autor correspondiente: Rafaela Guerrero Barreto guerrerafaela.48@gmail.com

Editor responsable: Derlis Daniel Duarte Sánchez  derlisduarte@fotriem.edu.py. Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa (FOTRIEM). Asunción, Paraguay

RESUMEN

Las técnicas e instrumentos de obtención de datos en una investigación de mercado hacen referencia a los procedimientos y recursos empleados para obtener información acerca del público objetivo, la competencia y otros elementos pertinentes del mercado. En la investigación se tuvo como objetivo, describir técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación de mercado. Se utilizó una metodología de enfoque cualitativo, descriptivo, no experimental de revisión de literatura, se analizó 8 planes de negocios donde aplicaron cuestionario de encuesta en el estudio de mercado y 6 planes que aplicaron entrevistas, los trabajos fueron obtenidos de revistas científicas y repositorios institucionales. Los principales hallazgos demuestran que, la encuesta en investigación de mercado es una herramienta clave para recopilar datos directos de consumidores y comprender sus preferencias, necesidades y comportamientos. Con utilización preguntas estructuradas, proporciona datos cuantitativos que informan decisiones estratégicas sobre productos, servicios y estrategias de marketing. Por otra parte, la entrevista en investigación de mercado se presenta como un método interactivo y profundo para obtener información cualitativa valiosa. Al permitir el diálogo directo con los participantes, ofrece perspectivas detalladas sobre percepciones, experiencias y opiniones, enriqueciendo la comprensión del comportamiento del consumidor y proporcionando datos fundamentales para la toma de decisiones estratégicas en el ámbito empresarial. Su naturaleza flexible y centrada en el diálogo permite explorar aspectos subjetivos que no siempre pueden capturarse mediante métodos cuantitativos.

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, encuesta, entrevista

ABSTRACT

The data collection techniques and instruments in a market research study refer to the methods and tools used to gather relevant information about the target audience, competition, and other relevant aspects of the market. The research aimed to describe data collection techniques and instruments in market research. A qualitative, descriptive, non-experimental literature review methodology was used, analyzing 8 business plans that applied survey questionnaires in market studies and 6 plans that used interviews; the studies were obtained from scientific journals and institutional repositories. The main findings demonstrate that the survey in market research is a key tool for collecting direct data from consumers and understanding their preferences, needs, and behaviors. With the use of structured questions, it provides quantitative data that informs strategic decisions about products, services, and marketing strategies. On the other hand, the interview in market research is presented as an interactive and in-depth method for obtaining valuable qualitative information. By allowing direct dialogue with participants, it offers detailed insights into perceptions, experiences, and opinions, enriching the understanding of consumer behavior and providing fundamental data for strategic decision-making in the business field. Its flexible and dialogue-centered nature allows for exploring subjective aspects that may not always be captured by quantitative methods.

Keywords: Consumer behavior, survey, interview

INTRODUCCIÓN

Los mercados actuales exigen empresas que posean un conjunto de actitudes y valores que permitan adaptarse rápidamente a las contingencias e innovar constantemente. Dentro de este conjunto de actitudes se destacan el valor que el cliente tiene para la organización y la importancia del mercado para la empresa (Fernández et al., 2017).

Un mercadeo efectivo que redunde en incremento en ventas y una operación eficiente que racionalice los recursos disponibles son piezas fundamentales para consolidar la rentabilidad que mantiene a la empresa en competencia. Por lo tanto, cualquier estrategia de mercadeo que se plantee debe procurar que quienes toman las decisiones de compra en el mercado objetivo, lleguen sucesivamente a identificar a la empresa como contratista potencial, recordarla cuando se estudien proyectos pertinentes y considerarla dentro de los proponentes para trabajos específicos (Velásquez & Caldas, 2003).

Según Ordonez & Arboleda, (2017), que se debe tener presente que el concepto de mercadeo se enfoca en el cliente y sus necesidades como la fuente de rentabilidad de las empresas. De esta forma, la orientación al mercado es la manera como el concepto de mercadeo se ha llevado a la práctica e implementado en las organizaciones.

Las empresas pueden controlar su mercado con productos competitivos, con innovaciones y costos bajos para atraer nuevos consumidores (estrategia cooperativa). También pueden mejorar su participación mediante una estrategia competitiva para atraer a los clientes de la competencia, basados en publicidad, ventas personales, Promoción o relaciones públicas (Ramírez, 2016).

Según González et al., (2019), mediante una investigación de mercados, se procura reducir los riesgos asociados con la comercialización de un producto o servicio, si bien no garantiza el éxito en su introducción al mercado. Por lo tanto, se estructura en dos fases:

Fase de Planeación: Incluye la formulación del problema, la construcción del marco teórico, el diseño del estudio y la programación de actividades.

Fase de Ejecución: Engloba la preparación de la muestra, la recopilación y procesamiento de datos, el análisis de resultados, y la elaboración y presentación del informe.

La investigación puede adoptar enfoques básicos o aplicados, cualitativos o cuantitativos, dependiendo de la naturaleza de la situación de marketing y las variables bajo estudio. Además, se distingue entre investigación de producto para consumo final o intermedio. Es esencial destacar que cada dato recopilado debe ser relevante y no ejercer una influencia significativa en la toma de decisiones.

Según Tobar (2019), las tres principales técnicas de investigación que se usan en los estudios de mercado son: las entrevistas o encuestas personales, las entrevistas o encuestas por teléfono y las entrevistas o encuestas por correo. Cada una de ellas, contribuye de diferente manera a la hora de obtener información sobre los clientes y productos de una empresa.

Por lo anterior, en el presente trabajo abordaremos técnicas de realización de investigación de mercado, con base en la revisión de literatura. Por lo tanto, se plantea la pregunta principal de investigación ¿Cuáles son las técnicas e instrumento de recolección de datos en investigación de mercado? Y como objetivo, describir técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación de mercado.

METODOLOGÍA

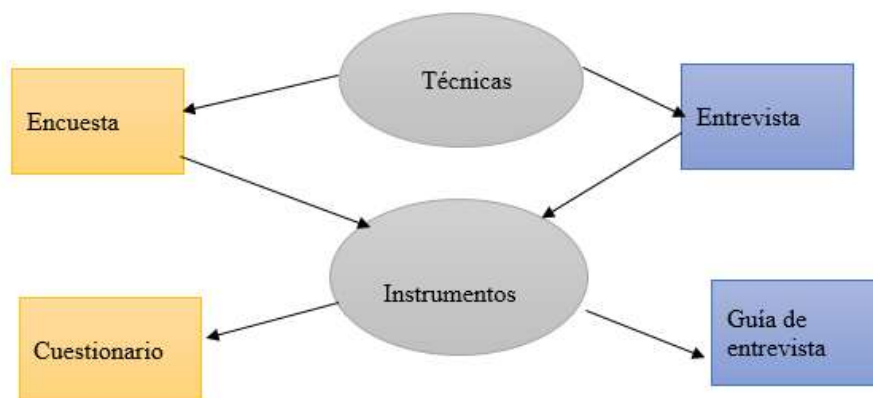
Se utilizó una metodología de enfoque cualitativo, no experimental, descriptivo, de revisión de literatura, según Arnau Sabatés & Sala Roca (2020), la revisión de la literatura es una fase imprescindible, en cualquier trabajo de investigación, puesto que nos ayuda a situar la investigación y a sustentarla teórica y conceptualmente a partir de lo que otros investigadores e investigadoras han escrito previamente sobre la temática.

Se buscó la información en Google Académico, se incluyó 8 trabajos ha aplicado encuestas y 6 entrevistas en la elaboración de planes de negocios, sección de estudios de mercados, que fueron publicados como artículos científicos y trabajos finales de grados en repositorios de universidades. Los resultados se presentan de forma narrativa, conforme a la revisión y triangulación de los datos.

RESULTADOS

Con base en los resultados encontrados, las técnicas e instrumentos de recolección de datos más tradicionales en investigación de mercado son los siguientes:

Figura 1. *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*



Fuente. Elaboración propia, con base en la revisión de literatura del manuscrito.

Encuesta en investigación de mercados

La encuesta constituye un enfoque empírico adicional para la investigación, implicando la creación de un cuestionario. Su implementación a gran escala facilita la obtención de las opiniones y evaluaciones de los individuos (encuestados) seleccionados en la muestra, en relación con asuntos específicos (Pascual et al., 2021).

De lo anterior, en la investigación de mercados, los estudios de marketing, que hoy en día se realizan, en particular, son con base a encuestas (Gobantes Marin, 2010). La estadística en la investigación de mercados se utiliza mucho como recurso inferencial. Al trabajar con muestras representativas de poblaciones, muchos investigadores extrapolan sus hallazgos a lo que teóricamente quisiera toda la población; sin embargo, se debe tomar en cuenta que muchas de las inferencias realizadas no siguen con rigurosidad los aspectos metodológicos indispensables para que dichas inferencias sean confiables (Villegas Zamora, 2019).

Afirma Vargas (2017), que el formulario es un método poco costoso que resulta útil cuando los índices de alfabetización son altos y los encuestados colaboran. Es por ello, que se debe elegir poblaciones a que puedan colaborar, hay empresas por ejemplo que no

permiten o personas mismas que no quieren colaborar, pero es la técnica más tradicional en estudio de mercado.

En la investigación de Mendoza Bazantes et al., (2021), sobre “plan de negocios para la cooperativa industrial de calzado para fortalecer su imagen corporativa”, como instrumento han aplicado encuestas a 96 personas, y como resultado se tuvo que, hay necesidad de la aplicación de un plan de negocios para ayudar a mejorar la empresa.

En otro estudio, los autores Baque Villanueva et al., (2020), sobre “Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria”, han utilizado el cuestionario de encuesta como instrumento de recolección de datos, así como también conocer las necesidades y/o características que debe contener un plan de negocio de acuerdo a las necesidades de la población estudiada. Los mismos, han encuesta a 24 emprendedores, cuyos resultados; permitió proponer una nueva estructura de plan de negocio adaptado a las necesidades y los requerimientos de los emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria en la provincia de Los Ríos.

Por consiguiente, Sarmiento et al., (2022), en la investigación titulada “Plan de negocios para la empresa M&B Soluciones Empresariales Creativas de la ciudad de Cuenca-Ecuador”, como método han aplicado la encuesta dirigida a 255 consumidores de la población general de la ciudad de Cuenca.

Los autores Olivo & Avendaño (2019), en la investigación titulada “Plan de negocios para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de chocolate”, han aplicado encuestas a de la muestra con un nivel de confiabilidad del 95% y error de 5% de la población de 13.641 habitantes.

Por último, Zhingre Orellana et al., (2020), en la investigación titulada “Plan de negocios para evaluar la viabilidad en el sector microempresarial de repuestos de vehículos”, ha utilizado encuesta que aplicaron de forma aleatoria a los propietarios de vehículos de un mercado específico.

Entrevista en investigación de mercados

La entrevista es una técnica que implica la obtención de información a través de una comunicación directa entre el entrevistador o entrevistadores y los entrevistados. En este proceso, los entrevistados responden a preguntas previamente elaboradas por el entrevistador, que se diseñan considerando las dimensiones que se buscan estudiar (Pascual et al., 2021). Por lo tanto, existen autores que aplican estas técnicas en investigación de mercado, por ejemplo;

En el trabajo de Sarmiento et al., (2022), en la investigación titulada “Plan de negocios para la empresa M&B Soluciones Empresariales Creativas de la ciudad de Cuenca-Ecuador”, en primer lugar aplicaron investigación cuantitativa y luego, aplicaron investigación cualitativa, en la que se aplicó la técnica de la entrevista, categorizada o dirigida por una parte a los emprendedores, en la cual se determinaron aspectos relevantes sobre sus necesidades básicas de consolidación, de asesoría, de procesos de producción y comercialización.

En este contexto, el autor Navarro, (2015), en su publicación “Análisis situado del plan de negocios en español y portugués: perspectivas de emprendedores, docentes y estudiantes”, como técnica a utilizado la entrevista como proceso de recolección de datos.

Además, en el estudio de Arias Aparicio et al., (2015), titulado “Plan de negocios para implementar un módulo de cafetería en San Isidro”, como método en primer lugar, han

realizado entrevistas a expertos donde han detectado factores críticos, con base a esos resultados, han preparado una encuesta donde obtuvieron la demanda insatisfecha del 89% de la población.

Por consiguiente, los autores Anchundia Sedamanos et al., (2019), en su trabajo titulado “Plan de negocios para la elaboración y comercialización de mermelada de pitahaya en la ciudad de Guayaquil”, han utilizado entrevista porque para un trabajo de investigación la entrevista es uno de los mejores elementos a utilizar porque permite conocer la perspectiva de un experto en el tema o simplemente desde un sujeto que se encuentra en el área de interés para el investigador. Es por ello, que para la entrevista aplicada se tienen dos objetivos que son: conocer los datos relevantes en cuanto a los problemas de alimentación de la población de Guayaquil e información de producción de la pitahaya.

De esa manera, la entrevista se presenta como un soporte para la obtención de resultados en donde se dirige la misma a dos expertos que podrán dar bases teóricas para el plan de negocios de comercialización y producción de pitahaya.

En el trabajo de Gamonal Ramirez & Tafur Gonzales (2021), titulada “Plan de Negocios para Implementar un Minimarket en la Ciudad de Lambayeque – 2019” han utilizado la entrevista, la cual se realizó a la población que está conformada por los propietarios de negocios pequeños y moradores de la residencial el Portal de la Magdalena, dando como resultado que el proyecto es viables debido a que se encuentra en un sitio estratégico en el cual no existe mayor competencia.

En otro estudio similar, Sandoval & Franchesca, (2014), en el trabajo titulado “Plan de negocios para la puesta en marcha de un fast food saludable en la ciudad de Piura”, en el trabajo, se ha contemplado llevar a cabo entrevistas con expertos en nutrición y salud con el fin de obtener información precisa y fidedigna sobre la situación en Piura. Esta iniciativa busca proporcionar datos cualitativos de alta calidad que puedan complementar los análisis cuantitativos realizados.

DISCUSIÓN

La realización de encuestas se ha consolidado como una herramienta indispensable en la elaboración de planes de negocios y estudios de marketing. Gobantes Marin (2010), destaca la importancia de las encuestas en la investigación de mercados, subrayando su papel crucial en la recopilación de datos. Aunque Villegas Zamora (2019), advierte sobre la necesidad de seguir rigurosamente los aspectos metodológicos para obtener inferencias confiables, la encuesta sigue siendo una estrategia valiosa, especialmente en contextos donde los índices de alfabetización son altos, como señala Vargas (2017). Ejemplos específicos, como el estudio de Mendoza Bazantes et al. (2021) sobre una cooperativa industrial de calzado, muestran cómo las encuestas identifican necesidades cruciales para el desarrollo empresarial. Además, proyectos como el de Baque Villanueva et al. (2020), ilustran cómo las encuestas son esenciales para entender las características específicas que debe abordar un plan de negocios. Los casos de Sarmiento et al. (2022), Olivo & Avendaño (2019), y Zhingre Orellana et al. (2020), refuerzan la noción de que las encuestas proporcionan datos fundamentales para evaluar la viabilidad y necesidades del mercado, contribuyendo de manera integral a la creación y mejora de planes de negocios.

Por otra parte, la utilización de entrevistas como método de recolección de datos en la investigación de mercado, es una práctica común entre los investigadores y se ha aplicado

con éxito en diversos estudios. Sarmiento et al. (2022), integraron tanto la investigación cuantitativa como cualitativa, destacando la importancia de la entrevista para comprender las necesidades y desafíos específicos de los emprendedores. Esto resalta la versatilidad de la entrevista como herramienta de investigación que puede proporcionar información valiosa y detallada. El autor Navarro (2015), respalda esta perspectiva al emplear la entrevista como método de recolección de datos en su estudio sobre el análisis situado del plan de negocios. La riqueza de información obtenida a través de las entrevistas, permite explorar perspectivas subjetivas y experiencias de los emprendedores, docentes y estudiantes. Arias Aparicio et al. (2015) y Anchundia Sedamanos et al. (2019), también reconocen la eficacia de la entrevista. En ambos casos, la entrevista se utilizó para obtener información valiosa de expertos y abordar aspectos específicos relacionados con el plan de negocios, como la demanda insatisfecha y los problemas de alimentación en la población. Gamonal Ramirez & Tafur Gonzales (2021) y Sandoval & Franchesca (2014), aplicaron entrevistas para evaluar la viabilidad y obtener información cualitativa adicional. Estas entrevistas, no solo proporcionaron datos sobre la viabilidad del proyecto, sino que también permitieron obtener perspectivas de expertos en áreas específicas, como la competencia en el lugar estratégico y la situación nutricional en una ciudad determinada.

Por lo tanto, la entrevista se destaca como una herramienta esencial en la investigación de planes de negocios, ya que ofrece la posibilidad de explorar a fondo las percepciones, experiencias y conocimientos de diferentes actores clave, enriqueciendo así la comprensión global del entorno empresarial y las oportunidades de negocio.

Según Alonso et al., (2017), las técnicas proyectivas revelan aspectos del inconsciente del consumidor, y las entrevistas en profundidad son clave para entender procesos en empresas productoras. Por último, al calificar la calidad de un producto o servicio, se recaba información subjetiva que complementa, pero no sustituye, un análisis cuantitativo.

CONCLUSIÓN

La investigación de mercado; es un proceso fundamental que permite a las empresas comprender mejor a sus consumidores y su entorno. Las técnicas de recolección de datos, como las encuestas y entrevistas, son esenciales para obtener información precisa que guíe las decisiones estratégicas. Con un enfoque bien estructurado y una orientación centrada en el cliente, las empresas pueden no solo sobrevivir, sino prosperar en un mercado en constante cambio.

Es por ello que, existen técnicas como las encuestas y las entrevistas en profundidad son herramientas clave en la investigación de consumidores y empresas. Las encuestas se han consolidado como una herramienta fundamental en la elaboración de planes de negocios, especialmente con el avance de la tecnología que facilita su aplicación electrónica. A pesar de las advertencias sobre la rigurosidad metodológica, las encuestas siguen siendo esenciales, sobre todo en contextos con alta alfabetización. La combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, como encuestas y entrevistas, permite una exploración más rica y completa del entorno empresarial. En conclusión, ambas técnicas son complementarias y desempeñan roles cruciales en la creación y mejora de planes de negocios, proporcionando datos valiosos que enriquecen la comprensión de las oportunidades en el mercado.

El presente trabajo se centra en la revisión de dos técnicas: encuestas y entrevistas. Si bien existen otros métodos, como la revisión documental y la observación, se sugiere que estos sean explorados por otros autores en futuras investigaciones.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Declaración de autor: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Contribución de autores:

RGB: Idea del proyecto, metodología, diseño, recolección de datos, análisis, conclusión, borrador y su versión final.

DDDS: Revisión general del estudio, ajustes del borrador y versión final.

Financiamiento: financiación propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, J. C., Arboleda, A. M., Rivera-Triviño, A. F., Mora, D. Y., Tarazona, R., & Ordoñez-Morales, P. J. (2017). Técnicas de investigación cualitativa de mercados aplicadas al consumidor de fruta en fresco. *Estudios Gerenciales*, 33(145), 412-420. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.10.003>
- Anchundia Sedamanos, K. J., Vaque Zambrano, K. L., & Dávila Medina, F. (2019). Plan de negocios para la elaboración y comercialización de mermelada de pitahaya en la ciudad de Guayaquil. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/comercializacion-mermelada-guayaquil.html>
- Arias Aparicio, C. E., Jabbour Maldonado, J. M., & Prías Montenegro, J. R. (2015). Plan de negocios para implementar un módulo de cafetería en San Isidro. *Repositorio de la Universidad del Pacífico - UP*. <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1596>
- Arnau Sabatés, L., & Sala Roca, J. (2020). *La revisión de la literatura científica: Pautas, procedimientos y criterios de calidad*. https://ddd.uab.cat/pub/recdoc/2020/222109/revliltcie_a2020.pdf
- Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202020000400120&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Fernández, L. V., Merigó, J. M., & Nicolas, C. (2017). Universidades influyentes en investigación sobre orientación al mercado. Una visión general entre 1990 y 2014. *Estudios Gerenciales*, 221-227. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.07.001>
- Gamonal Ramirez, U., & Tafur Gonzales, R. (2021). *Plan de Negocios para Implementar un Minimarket en la Ciudad de Lambayeque – 2019*. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/9301>
- Gobantes Marin, F. (2010). *Estudio de Técnicas de Recolección de Datos para la Investigación de Mercados: ¿Que Técnica Usar Para Cada Proyecto?* <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/103970>
- González, J. G., Ontiveros, M. D. la C., Torres, N. M., Morales, H. N., & Gress, E. S. H. (2019). Un enfoque general de la investigación de mercado. *Ciencia Huasteca Boletín Científico de la Escuela Superior de Huejutla*, 7(14), Article 14. <https://doi.org/10.29057/esh.v7i14.4130>
- Mendoza Bazantes, C. C., Estrada Miño Colcha, E. E., & Tanqueño Colcha, O. P. (2021). Plan de negocios para la cooperativa industrial de calzado para fortalecer su imagen corporativa.

- Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 18(5), 122-137. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v5i18.112>
- Navarro, F. D. (2015). *Análisis situado del plan de negocios en español y portugués: Perspectivas de emprendedores, docentes y estudiantes*. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/112884>
- Olivo Olivo, M. A., & Avendaño, J. (2019). Plan de negocios para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de chocolate. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 4(3), 103-118. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164288>
- Ordóñez, G. C., & Arboleda, D. S. (2017). Metaanálisis de la relación entre la orientación al mercado y los resultados de la empresa. *Estudios Gerenciales*, 87-94. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.10.006>
- Pascual, V. A., Rodríguez, A. A. H., & Palacios, R. H. (2021). Métodos empíricos de la investigación. *Ciencia Huasteca Boletín Científico de la Escuela Superior de Huejutla*, 9(17), Article 17. <https://doi.org/10.29057/esh.v9i17.6701>
- Ramírez, M. C. L. (2016). Gestión de mercado basada en la eficiencia de los procesos de aprendizaje. *Mercados y Negocios*, 33, Article 33. <https://doi.org/10.32870/myn.v1i33.4431>
- Sandoval, C., & Franchesca, L. (2014). *Plan de negocios para la puesta en marcha de un fast food saludable en la ciudad de Piura*. <https://hdl.handle.net/11042/1767>
- Sarmiento, B. A., Rojas, B. N. R., & Ordoñez, M. E. C. (2022). Plan de negocios para la empresa M&B Soluciones Empresariales Creativas de la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Revista Enfoques*, 6(22), Article 22. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v6i22.134>
- Tobar, L. A. (2019). *La investigación aplicada a los estudios de mercado*. <https://ri.ufg.edu.sv/jspui/handle/11592/9304>
- Vargas, A. (2017). *Investigación de Mercados*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>
- Velásquez, J. R. C., & Caldas, S. B. (2003). APLICACIÓN DE LOS CONJUNTOS DE SELECCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE MERCADEO. *Estudios Gerenciales*, 13-38. https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/104
- Villegas Zamora, D. A. (2019). La importancia de la estadística aplicada para la toma de decisiones en Marketing. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 31-44. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2521-27372019000200004&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Zhingre Orellana, S. O., Erazo Álvarez, J. C., Narváez Zurita, I., & Moreno Narváez, V. P. (2020). Plan de negocios para evaluar la viabilidad en el sector microempresarial de repuestos de vehículos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 370-396. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7439116>