



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2024,
Volumen 8, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3

**LA VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y LOS
PILARES ESTRATÉGICOS EMPRESARIALES EN EL
SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE JIPIJAPA**

**THE LINK WITH SOCIETY AND THE STRATEGIC
BUSINESS PILLARS IN THE COMMERCIAL SECTOR OF
THE CITY OF JIPIJAPA**

Ing. Antonio Eduardo Osejos Vásquez
Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador

Ing. Jenny Elizabeth Parrales Reyes
Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador

Ing. Martha Lorena Figueroa Soledispa
Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador

DOI:

La Vinculación con la Sociedad y los Pilares Estratégicos Empresariales en el Sector Comercial de la Ciudad de Jipijapa

Ing. Antonio Eduardo Osejos Vásquez¹

antonio.osejos@unesum.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0692-4565>

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Estatal del Sur de Manabí

Jipijapa, Ecuador

Ing. Jenny Elizabeth Parrales Reyes

jenny.parrales@unesum.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6648-0858>

Universidad Estatal del Sur de Manabí

Jipijapa, Ecuador

Ing. Martha Lorena Figueroa Soledispa

martha.figueroa@unesum.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5479-0333>

Universidad Estatal del Sur de Manabí

Jipijapa, Ecuador

RESUMEN

La vinculación con la sociedad es un aspecto importante para los emprendimientos y comercio del sector comercial en la ciudad de Jipijapa. Interactuar de manera positiva con la comunidad y el entorno en el que operan es esencial para reforzar su imagen corporativa, promover una cultura de responsabilidad social empresarial y contribuir al desarrollo sostenible de la zona. Respecto a los pilares estratégicos empresariales desempeñan un papel fundamental en la creación de valor compartido y en la generación de impactos positivos tanto a nivel económico como social. Por lo antes expuesto, esta investigación tuvo como objetivo diagnosticar la situación actual de los negocios y emprendimientos del sector céntrico de la ciudad de Jipijapa. Para la elaboración del presente artículo se utilizaron diferentes métodos como son el inductivo, analítico y estadístico, así como también se apoyó en técnicas como la observación y la encuesta, con el fin de poder recolectar la mayor información posible para posteriormente realizar el análisis socioeconómico de la ciudad objeto de estudio. La población estuvo constituida por emprendimientos y comercios pertenecientes al área comercial de la ciudad. Se encontró en los resultados de las encuestas que los negocios que han integrado la vinculación con la sociedad en su estrategia empresarial reportan beneficios como un mejor posicionamiento, mayor lealtad de los clientes y una mayor capacidad para atraer y retener talento. Además, han logrado contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad a través de iniciativas como programas de capacitación, apoyo a emprendimientos locales y proyectos de mejora ambiental.

Palabras clave: vinculación, sociedad, sector comercial, estrategias

¹ Autor principal

Correspondencia: antonio.osejos@unesum.edu.ec

The Link with Society and the Strategic Business Pillars in the Commercial Sector of the City of Jipijapa

ABSTRACT

The link with society is an important aspect for entrepreneurship and commerce in the commercial sector in the city of Jipijapa. Interacting positively with the community and the environment in which they operate is essential to strengthen their corporate image, promote a culture of corporate social responsibility and contribute to the sustainable development of the area. Regarding the strategic business pillars, they play a fundamental role in the creation of shared value and in the generation of positive impacts both economically and socially. Therefore, this research aimed to diagnose the current situation of businesses and ventures in the downtown sector of the city of Jipijapa. For the elaboration of this article, different methods were used, such as inductive, analytical and statistical, as well as techniques such as observation and survey, in order to collect as much information as possible to later carry out the socioeconomic analysis of the city under study. The population was made up of enterprises and businesses belonging to the commercial area of the city. It was found in the results of the surveys that businesses that have integrated the link with society into their business strategy report benefits such as better positioning, greater customer loyalty, and a greater ability to attract and retain talent. In addition, they have managed to contribute to the sustainable development of the community through initiatives such as training programs, support for local enterprises, and environmental improvement projects.

Keywords: linkage, society, commercial sector, strategies

Artículo recibido 20 mayo 2024

Aceptado para publicación: 21 junio 2024



INTRODUCCIÓN

Las universidades son instituciones especializadas que la sociedad requiere para dotar de capacidades intelectuales a los jóvenes, antes que éstos asuman responsabilidades en la vida social y en el trabajo. Las universidades preparan sus egresados para enfrentarse al ámbito laboral con los elementos necesarios y suficientes para incorporarse a un mercado de trabajo o bien para crear sus propias fuentes de empleo, y esto es posible vinculándose a los sectores productivos desde su formación. Las empresas al contratar profesionales que carecen de las habilidades requeridas para el puesto, reducen sus niveles de competitividad y aumentan el gasto en su capacitación. En muchos casos estos profesionales carecen de habilidades producto del aislamiento del medio laboral, mismo que puede ser subsanado con la vinculación, donde el estudiante participe en las actividades propias de los sectores productivos y donde tenga la oportunidad de demostrar sus conocimientos adquiridos en las aulas y a su vez aprender del entorno laboral del que pronto formará parte (Garrido & García, 2016; Alonso, Balán & Aragón, 2018; citado por Perugachi & Morocho, 2022).

Según lo establecido por la UNESCO la Universidad es un área estratégica para lograr el dominio del conocimiento científico y tecnológico, su pertinencia se mide a través de tres macro procesos definidos, la docencia o formación de profesionales, la investigación científica y la vinculación con la sociedad; este último proceso es fundamental para conocer las necesidades del entorno en que se desempeña y para contribuir a la solución de las mismas (UNESCO, 2016; citado en Castillo, Charpentier, Freire, & Vargas, 2018).

En efecto, la Vinculación con la Sociedad como función sustantiva, constituye un espacio práctico para la formación integral de los estudiantes, para desarrollar el perfil profesional. A través, de la identificación de necesidades del entorno, cuya planificación se desprende del modelo educativo, articulado a las líneas de investigación de la unidad académica que corresponda a los problemas y demandas del contexto. Para cumplir con este nuevo paradigma se determinan líneas operativas: prácticas preprofesionales, educación continua, proyectos y servicios especializados, investigación, divulgación y resultados de aplicación de conocimiento científico, ejecución de proyectos de innovación, y de proyectos de servicios comunitarios o sociales (León, Vélez, & Freire, 2019).



Por consiguiente, la relación o vinculación que mantienen las universidades con el entorno, ya sea social, económico, regional y local, desde la perspectiva de las políticas, leyes o normativas de educación superior a nivel global buscan mejorar la calidad en el ámbito académico y laboral, por lo que, se ha reformado los estatutos y políticas de la vinculación con la sociedad manteniendo así indicadores verificables del cumplimiento de la normativa. Por esto se considera a las Universidades Europeas como punto fuerte de comparación en función a la Ley Orgánica de Calidad de la Educación (LOCE), la cual, busca promover la mejora de la calidad en función a cinco ejes. Desde la perspectiva latinoamericana, un punto central y de relevancia es la situación en la educación en Argentina, por lo que la Secretaria de Políticas Universitarias reforzó la misión de las universidades con la sociedad y encontró la necesidad de fortalecer la construcción del conocimiento (Rajoy, 2013 ; Di Meglio y Harispe, 2015 ; Jara, 2017 citado por Tamayo, Taco, Hallo, & Fajardo, 2020).

Para (Simbaña, 2017), en América Latina, la extensión universitaria, hoy denominada en el Ecuador, Vinculación con la Sociedad, surge irreverente con el movimiento de Córdoba (Argentina) mediante la Reforma Universitaria a inicios del siglo XX. Rápidamente se convirtió en una proclama de la juventud, que trasciende a todos los países del continente, por la contundencia de sus planteamientos, de los cuales sobresalen la autonomía universitaria, la libertad de cátedra y la extensión universitaria, en particular.

El autor también manifiesta que este planteamiento universitario, en función del desarrollo social, se irá consolidando como uno de los pilares fundamentales del quehacer en medio de una profunda e intensa agitación social, que caracteriza a todos los países de América Latina, producto de la confrontación entre las ideas progresistas versus las conservadoras de la sociedad de la época y que, necesariamente, se expresa en el claustro universitario.

En la provincia de Manabí, especialmente en el cantón Jipijapa, La Universidad Estatal del Sur de Manabí cuenta con un Modelo de vinculación por escenarios sociales; considerando el escenario es un “grupo de personas que se relacionan entre sí en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar para la solución de los problemas comunes. Es una comunidad económico-social integrada que responde al concepto de desarrollo que realiza actividades de interés económico, cultural y social. Esto permite: Concretar los objetivos, misión y visión en los escenarios, Tener claro acciones y resultados. Mayor compromiso.



Más identidad. Más sentido de pertenencia. Un escenario social es para la UNESUM, el espacio permanente de trabajo en el que se realizan diversas acciones tendientes a mejorar su calidad de vida, a partir de oportunidades de índole socio – académicas. Un escenario puede ser: una organización, una comunidad, un gobierno autónomo parroquial, cantonal, una unidad educativa, una familia, una asociación campesina, emprendimientos familiares, etc. (Modelo de vinculación UNESUM, 2018) citado en (Fuentes, Delgado, Merchán, Valverde, & Valverde, 2021).

Con todo y lo anterior, el siguiente trabajo investigativo tiene como objetivo diagnosticar la situación actual de los negocios y emprendimientos del sector céntrico de la ciudad de Jipijapa, mismo que ayudará a fortalecer los emprendimientos y comercios que se enfrentan a un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo, marcado por cambios constantes en las preferencias de los consumidores, avances tecnológicos acelerados y una mayor conciencia sobre la responsabilidad social y ambiental. En este contexto, la vinculación efectiva con la sociedad se presenta como un factor crítico para el éxito y la sostenibilidad de los negocios.

Es decir, al establecer lazos significativos con la comunidad y los diferentes grupos de interés, los emprendimientos y comercios pueden fortalecer su reputación, mejorar la lealtad de los clientes y fomentar la construcción de relaciones duraderas basadas en la confianza y el compromiso mutuo.

Por tal motivo se pretende brindar a los emprendimientos y comercios la oportunidad de comprender y abordar de manera proactiva las necesidades y demandas cambiantes de la sociedad en la que operan.

Al adaptar sus estrategias y prácticas comerciales para satisfacer estas necesidades, las empresas no solo pueden obtener una ventaja competitiva, sino también contribuir de manera significativa al bienestar social y al desarrollo sostenible de sus comunidades.

Asimismo, al alinearse con los valores y las preocupaciones sociales predominantes, los emprendimientos y comercios pueden cultivar una imagen positiva y diferenciarse en un mercado cada vez más saturado, lo que puede resultar en un aumento de la fidelidad de los clientes y en la atracción de nuevos segmentos de mercado comprometidos con la responsabilidad social empresarial.



DESARROLLO

Según Corona (1994) la vinculación con la sociedad es una actividad que permite a las universidades reorganizar sus objetivos y enfoques futuros, teniendo como base la realidad y el ser parte de la comunidad. Estas se identifican a modo de organismos interesados en colaborar con la posible solución de las necesidades que afectan a grupos y zonas vulnerables.

Las universidades y la vinculación con la sociedad, necesitan además que las acciones integren a las entidades del gobierno, funcionarios y protagonistas de los sectores productivos, la tecnología, la ciencia, entre otros; por lo cual el enfoque se convierte en complejo permitiendo una estructura organizacional que, a la vez, mire la docencia y la investigación como parte de la solución.

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, (en adelante Anules, 2000), sostiene que es indudable el aporte de las universidades para el crecimiento de la productividad porque existe una preocupación permanente por la problemática que aflige a la sociedad conllevando a la innovación hacia la búsqueda de estrategias que mejoren el estilo de vida, citado en (Cedeño, Vélez, Ostaíza, & Solórzano, 2018).

En un documento desarrollado por (Quezada, Brito, & Gordillo, 2017) manifiestan que, en el nuevo ordenamiento legal de Ecuador (Constitución, 2008) establece que el sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo, (art. 350). Sistema de educación que tiene que estar articulado al sistema nacional de educación y al Plan Nacional de Desarrollo (art 351).

Así mismo los autores plantean que sobresalen del sistema de educación superior, tres aspectos claves a considerar: la solución de problemas del país en correspondencia con los objetivos del régimen de desarrollo y de los cuales, se establecen entre otros, mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución; construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable, y por otra, la articulación a los objetivos del plan nacional de



desarrollo. Con el cual se reafirma el rol de la planificación a través del Estado, en el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente (art. 275).

Por otra parte, ellos indican que se reconoce el sistema de educación superior que su gestión estará regida por los siete principios que son: autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad, autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento, en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global (art. 352).

Beneficios para los sectores productivos

Los tiempos actuales cuestionan cómo será el futuro a mediano y largo plazo, cómo se reactivará la economía y cómo cambiarán las actividades laborales y profesionales en los distintos ámbitos de nuestro entorno; son muchas las dudas, pero debe ser precisamente la investigación quién de respuestas a estas preguntas las que sirvan de guía para hacer lo propio, prepararse, capacitarse y poder reducir la problemática social, en la medida de lo posible, ante una creciente competitividad laboral

Así mismo, es importante considerar que la necesidad de nuevos profesionales no sólo radica en conocimientos, sino que deben contar con habilidades y competencias que faciliten su inserción en el mercado laboral, y esto se logra a través de la investigación y la vinculación, pues es aquí donde el futuro profesional se enfrenta a plantear soluciones prácticas a las necesidades de los diversos sectores, poniendo de manifiesto sus sapiencias adquiridas en las aulas y de sus vivencias obtenidas de su vinculación con la sociedad y de sus prácticas pre profesionales (Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, 2016 ; Vega, 2021citado en Perugachi & Morocho, 2022).

Beneficios para la universidad

Las diversas modalidades que aplique la universidad ecuatoriana, sea en vinculación con la sociedad o en extensión universitaria, relaciona los problemas específicos del ámbito social, al ámbito educativo; permitiendo a la docencia buscar información y actualizar el conocimiento requerido para dar solución a los problemas sociales, con creatividad en un ambiente propicio para la investigación, generando con



ello resultados y experiencias aplicables a la práctica, este conocimiento llevado a las aulas motiva el interés de los alumnos en buscar una solución apropiada.

A través de la vinculación y la investigación se canalizan las funciones sustantivas universitarias, generando una sinérgica al resolver un problema social; permitiendo mejorar los procesos de enseñanza–aprendizaje, involucrando a los estudiantes en la problemática de la sociedad que requiere soluciones prácticas y urgentes (Pavón et al., 2017; citado por Perugachi & Morocho, 2022).

Pilares estratégicos

Para (IDA, 2018), una técnica útil en esta etapa es la definición de los pilares estratégicos, donde se establecen conceptos claves y transversales. Mismas que se convierten en la piedra angular de cualquier acción dentro de la organización, es decir, son las directrices que alinean los distintos componentes del servicio.

Estos atributos deben nacer desde las necesidades de las personas internas y externas; y la organización, su estrategia y propuesta de valor.

Estableciendo los pilares trabajamos la coherencia y consistencia del servicio. También, se ve la propuesta de valor en todos los puntos de contacto con las personas. En ese sentido, el diseño del servicio debe mantener una secuencia narrativa y puntos de contacto a estos atributos.

Crecimiento empresarial

La página (Spark, 2023) define lo siguiente, el crecimiento de una empresa es la base de su supervivencia. Es un objetivo necesario y común para cualquier compañía que busque tener éxito y prosperar a largo plazo en un mercado altamente competitivo, pero encontrar formas de expandir el negocio puede ser desafiante para una empresa de alto crecimiento. Por eso, es importante contemplar desde el momento cuál es la estrategia de crecimiento empresarial que seguirá la compañía.

Una estrategia de crecimiento empresarial consiste en el diseño de un plan y unas acciones determinadas con el objetivo de aumentar la participación de mercado de la compañía y desarrollar ventajas competitivas, lo que se traduce en un incremento de los ingresos.

Los objetivos pueden referirse a incrementar el promedio de ventas, aumentar el número de clientes, alcanzar una mayor cuota de mercado nacional o internacional, acceder a un nuevo segmento o elevar la productividad. Para ello, conviene analizar diversos factores que influyen en la mejora del negocio,



como la innovación, el capital humano, el control de costes o la optimización de procesos. En conjunto, estos factores ayudan a la mejora de los márgenes y permiten desarrollar regularmente nuevos servicios y productos. Además, generan nuevas tendencias en el mercado y permiten diferenciarse mejor de la competencia.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para (Romero, 2019), la sección materiales y métodos es quizás el epígrafe más importante para evaluar la calidad general de cualquier producto de difusión de investigación, pues es el que explica a los lectores qué procedimientos, enfoques, diseños y tratamiento hemos realizado en la investigación, lo que permitirá replicar los estudios, comprender la linealidad entre el planteamiento de los objetivos y los resultados obtenidos, determinar su idoneidad y pertinencia, así como evidenciar cualquier sesgo en la forma en la que se diseñó y llevó a cabo el estudio.

Para la elaboración del presente estudio se utilizaron diferentes métodos y técnicas con el fin de poder recolectar la mayor información posible para posteriormente realizar el análisis socioeconómico de la ciudad de Jipijapa, dentro de los métodos está el inductivo, que al aprovechar este enfoque, se obtiene una visión holística y fundamentada de la realidad empresarial en Jipijapa, lo que permite generar recomendaciones y soluciones más relevantes y efectivas para abordar los desafíos y potenciar las oportunidades identificadas durante el proceso de diagnóstico; el método analítico, proporciona una metodología rigurosa y efectiva para diagnosticar la situación actual de los emprendimientos y comercios, lo que les permite comprender mejor su entorno, identificar oportunidades y desafíos, y diseñar estrategias para mejorar su desempeño y competitividad, el método estadístico, es una herramienta fundamental en el diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos y comercios, ya que permite recopilar, analizar y presentar datos de manera objetiva y sistemática.

Las principales técnicas que apoyaron la obtención y el levantamiento de la información del presente estudio fueron: la observación, permitió observar directamente las actividades, operaciones, y dinámicas en el entorno comercial, donde se pueden obtener percepciones y datos valiosos que podrían no ser evidentes a través de otras metodologías de investigación; la encuesta, permitió obtener información valiosa y detallada directamente de la población objetivo. Al utilizar encuestas, se pueden

recopilar datos cuantitativos y cualitativos de manera sistemática y estructurada, lo que facilita la obtención de una visión amplia y representativa de diversos aspectos relevantes para el análisis.

La población a la cual estuvo dirigida esta investigación fue a dueños de pequeños negocios del sector céntrico de la ciudad, por lo tanto, toda la información recabada proporciona un enfoque metodológico sólido para el diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos y comercios, ya que permite obtener una visión representativa y generalizada de la población objetivo en la ciudad de Jipijapa.

RESULTADOS

Tomando las palabras de (Castro, Mattos, & Aliaga, 2018), los resultados es la sección de un artículo original que presenta los hallazgos más relevantes que se encontraron al aplicar los métodos descritos por los autores. Debe presentar los datos más representativos del estudio a través de una exposición precisa, clara y sencilla 3. Usualmente combina la argumentación textual de lo que se encontró con tablas y figuras que complementen los resultados principales y secundarios.

Por lo tanto, una vez obtenidos los resultados de las encuestas aplicadas a emprendimientos y comercios, fue necesario tabularlas para posterior conocer los criterios de los microempresarios, mismas que se presentan a continuación.

Tabla 1 Motivos para crear la empresa

| Pregunta | Etiquetas de fila | N° | % |
|--------------------------------------|----------------------------|----|------------|
| ¿Qué le motivó a iniciar la empresa? | Heredado de algún familiar | 5 | 3% |
| | Iniciativa de emprender | 50 | 30% |
| | Ser fuente de empleo | 11 | 7% |
| | Situación económica | 99 | 60% |
| | Total | | 165 |

A través de esta pregunta se determinó los motivos por los cuales los emprendedores y comerciantes decidieron iniciar con la empresa, dando como resultado que la mayor parte de encuestados en un 60% fue por motivo de la situación económica, mientras que un 30% fue por iniciativa, un 7% fue por ser fuente de empleo y un 1% es por herencia familiar. En consecuencia, se puede destacar que por la escasez de empleo las personas toman la iniciativa de aventurarse al mundo del emprendimiento y al comercio.

Tabla 2 Sector económico al cual pertenece el emprendimiento

| Pregunta | Etiquetas de fila | N° | % |
|--------------------------------------|--------------------------|-----|------------|
| ¿En qué sector económico se ubica su | Agricultura y Alimento | 1 | 0,6% |
| | Comercio | 146 | 88,5% |
| Emprendimiento/negocio? | Manufactura | 1 | 0,6% |
| | Otros servicios | 3 | 1,8% |
| | Construcción | 1 | 0,6% |
| | Salud | 10 | 6,1% |
| | Tecnología y Electrónica | 1 | 0,6% |
| | Transporte y Envíos | 2 | 1,2% |
| | Total | | 165 |

La tabla muestra sobre el sector económico donde se ubican los emprendimientos, se obtiene los siguientes resultados, el 88,5% refleja que se dedican al comercio, la salud con el 6,1%, otros servicios 1,8% y por lo tanto las manufacturas, construcción, agricultura y alimentos, tecnología y electrónica ocupan cada uno con un 0,6% de la población encuestada. Y por último transporte y envíos con el 1,2%.

Tabla 3 Persona que administra el negocio

| Pregunta | Etiquetas de fila | N° | % |
|-------------------------|-------------------|------------|-------------|
| ¿Quién administra el | Administrador | 1 | 1% |
| | Propietario | 164 | 99% |
| Emprendimiento/negocio? | Familiar | 0 | 0% |
| | Total | 165 | 100% |

En la encuesta de quien administra el negocio, se denota que con la mayor parte de encuestado se encuentra el propietario con un 99% de la población encuestada, mientras que solo un 1% solo deja a cargo de un administrador.

Tabla 4 Fuentes de financiamiento del negocio

| Pregunta | Etiquetas de fila | N° | % |
|---|-----------------------|------|-------------|
| ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de su | Financiamiento propio | 100% | 100% |
| | Banca privada | 0 | 0% |
| | Banca publica | 0 | 0% |
| | Asociaciones | 0 | 0% |
| | Prestamistas | 0 | 0% |
| | Cooperativas | 0 | 0% |
| | Proveedores | 0 | 0% |
| | Total | | 100% |

A través de la encuesta realizada, se da a conocer que el total de la población encuestada tienen un financiamiento propio a su emprendimiento del 100%, dando a entender que es difícil acceder a créditos.

Tabla 5 Estrategias de posicionamiento de negocio

| Pregunta | Etiquetas de fila | Nº | % |
|--|--|----|------------|
| ¿Cuál es la estrategia de posicionamiento en el mercado que usted utiliza? | Atributo del producto/servicio | 5 | 3% |
| | Beneficio del producto/servicio | 9 | 5% |
| | Calidad de producto/ servicio | 57 | 35% |
| | Marcas reconocidas de producto/servicio | 1 | 1% |
| | Precio del producto/servicio | 37 | 22% |
| | Producto/servicio mejor que el de la competencia | 54 | 33% |
| | Uso o aplicación del producto/servicio | 2 | 1% |
| | Total | | 165 |

Con los datos obtenidos se logra apreciar que la estrategia de posicionamiento más utilizada es la de calidad de producto/servicio con un 35%, la del producto/ servicio que el de la competencia tiene un 33%, la del precio del producto/servicio con un 22%, mientras que la del beneficio del producto/servicio tiene un 5%, luego con un 3% está la de atributo del producto/servicio y a la par con 1% se encuentran las marcas reconocidas de producto/servicios y uso o aplicación de productos/servicios.

Se concluye entonces, que el 99% de emprendimientos y comercio en el cantón Jipijapa son de carácter familiar, que se ejecutan con iniciativas de un ahorro propio, dedicándose al comercio de bienes y servicios, dentro las principales calles de la ciudad; la problemática radica en las limitantes que tienen para lograr ser competitivos, está su actividad formal, las restricciones al momento de acceder a un crédito, las altas tasas de interés de un crédito micro empresarial y los requisitos que son para muchos microempresarios inalcanzables. Factores necesarios para conseguir un crecimiento sostenible y sustentable que les permita aportar al desarrollo económico del cantón, mejorar su calidad de vida y por ende a la generación de fuentes de empleos (Muñiz, Franco, Delgado, Lucio, & Tumbaco, 2019).

DISCUSIÓN

Estos resultados guardan relación con lo que sentencia Ruiz (2018), quien señala el nexo que debe existir permanentemente entre la academia y la sociedad, dejando claro que para mantener una

comunidad activa es necesario que exista la voluntad de generar cambios impulsados por la responsabilidad, la filantropía, manteniendo su estructura, como ente productivo y que al final la universidad es sólo una guía que enrumba a una población (Cedeño, Vélez, Ostaíza, & Solórzano, 2018).

La vinculación de las microempresas con la sociedad es un aspecto fundamental para el desarrollo sostenible de cualquier ciudad o país. En el caso del sector comercial de Jipijapa, esta relación adquiere una importancia estratégica, ya que las microempresas no solo deben enfocar sus esfuerzos en generar ganancias, sino también en contribuir al bienestar de la comunidad en la que se encuentran insertas.

Los pilares estratégicos empresariales en este contexto deben abarcar diferentes áreas, como la responsabilidad social, la promoción del emprendimiento, la generación de empleo, la protección del medio ambiente y el apoyo a iniciativas comunitarias. Esto no solo beneficia a la sociedad, sino que también fortalece a la imagen y el posicionamiento de las microempresas en el mercado, lo que puede traducirse en mayores oportunidades de crecimiento y desarrollo.

En este sentido, es importante analizar cómo las empresas del sector comercial de Jipijapa están integrando estos pilares estratégicos en sus planes de acción, y cómo están logrando establecer vínculos sólidos y mutuamente beneficiosos con la comunidad. Esta información puede ser valiosa para comprender mejor los retos y las oportunidades que enfrentan las empresas en su esfuerzo por contribuir al desarrollo sostenible de la ciudad.

CONCLUSIONES

Una universidad comprometida con la vinculación efectiva se convierte en un agente de cambio y transformación social, al establecer puentes entre el mundo académico y el contexto en el que se encuentra inmersa. Mediante la vinculación, la universidad puede conocer las necesidades y demandas de la sociedad, adaptar su oferta educativa y generar investigaciones aplicadas que contribuyan a la solución de problemas concretos (Moscoso, Pulla, Minchala, & Castro, 2023).

La vinculación con la sociedad en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, a través de la ejecución de proyectos de servicios comunitarios, propicia generar impacto social y productivo sostenible, a fin de impulsar el desarrollo en los escenarios sociales permanentes identificados en el territorio (Fuentes, Delgado, Merchán, Valverde, & Valverde, 2021)



En conclusión, este estudio resalta la importancia de considerar la vinculación con la sociedad como un pilar estratégico clave para el desarrollo sostenible de los emprendimiento y comercio en el sector comercial de Jipijapa. Las microempresas que adopten este enfoque no solo contribuirán al bienestar de su comunidad, sino que también fortalecerán su posición en el mercado y mejorarán su rentabilidad a largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castillo, A. L., Charpentier, A., Freire, J. A., & Vargas, M. I. (2018). Experiencia De Proyecto De Vinculación Con La Sociedad.Caso: “Desarrollo E Innovación Micro Empresarial A Través De La Aplicación del Modelo De Negocios Canvas. *Revista Científica Ecociencia*, Vol. 5, No. 4.
- Castro, Y., Mattos, M., & Aliaga, A. (2018). Consideraciones en redacción científica: los resultados, tablas y figuras. *Odontol. Sanmarquina* ; 21(3), 241 - 247.
- Cedeño, R. L., Vélez, G. L., Ostaíza, J. F., & Solórzano, K. J. (2018). Vinculación Con La Sociedad: Un Desafío Posible Desde El Altruismo, El Compromiso Y La Organización. *Revista San Gregorio vol.1 no.24* .
- Chaves Carvalho , L. F., & Agrela Rodrigues, F. D. A. (2024). Uma Perspectiva Neurocientífica sobre a Obesidade na Infância e Adolescência e seus Impactos na Saúde da Coluna . *Revista Científica De Salud Y Desarrollo Humano*, 5(1), 107–125.
<https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v5i1.77>
- Chávez, M. (2023). Tirzepatide: A Revolutionary Breakthrough in the Treatment of Type 2 Diabetes Mellitus and Obesity. *Revista Veritas De Difusão Científica*, 4(1), 96–110.
<https://doi.org/10.61616/rvdc.v4i1.39>
- Da Silva Santos , F., & López Vargas , R. (2020). Efecto del Estrés en la Función Inmune en Pacientes con Enfermedades Autoinmunes: una Revisión de Estudios Latinoamericanos. *Revista Científica De Salud Y Desarrollo Humano*, 1(1), 46–59. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v1i1.9>
- Fuentes, T. R., Delgado, K. J., Merchán, W. A., Valverde, D., & Valverde, Y. A. (2021). La Vinculación Con La Sociedad De La Unesum Y Su Aporte En Los Escenarios Cafetaleros De Jipijapa, Periodo 2016 - 2018. *UNESUM-Ciencias: Revista Científica Multidisciplinaria* , Vol. 5, No. 5 , 1 - 14.



González Moreno, C. D., García Martillo , Y. D., Toala Rodríguez , K. Y., Toala Rodríguez , K. Y., & Parrales Cantos , G. N. (2024). Análisis de un Proceso Constructivo a través de una Residencia de Obra del Proyecto Emijay – Renta Car en la Ciudad de Portoviejo, Manabí. *Estudios Y Perspectivas Revista Científica Y Académica* , 4(1), 2031–2062.

<https://doi.org/10.61384/r.c.a.v4i1.164>

IDA, E. (05 de Febrero de 2018). *Definiciones de los pilares estratégicos de un servicio*. Recuperado el 25 de Mayo de 2024, de

<https://blog.ida.cl/disenio-de-servicios/definiciones-los-pilares-estrategicos-servicio/>

León, B., Vélez, G., & Freire, M. (2019). Vinculación con la Sociedad, reflexiones epistemológicas desde Reglamento al Régimen Académico 2019 . *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación, Volumen VII, N° 1.*, 69 - 77.

Moscoso, S. A., Pulla, C. A., Minchala, W. R., & Castro, D. P. (2023). La vinculación con la sociedad como factor clave para acrecentar los niveles de calidad en la universidad ecuatoriana. *Debate Universitario /Vol. 13 N°22* .

Muñiz, L. P., Franco, J. A., Delgado, Z. M., Lucio, A. d., & Tumbaco, C. R. (2019). Estrategias de competitividad para el fortalecimiento de las microempresas del cantón Jipijapa. *Pol. Con. (Edición núm. 30) Vol. 4, No 2* , 114 - 127.

Neyra Menéndez, R. D., Dueñas Zúñiga, H. F., & Condori Lazarte, Y. F. (2024). Indicadores del riesgo suicida en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno. 2023. *Emergentes - Revista Científica*, 4(2), 54–73. <https://doi.org/10.60112/erc.v4i2.130>

Perugachi, L. M., & Morocho, J. E. (2022). La Vinculación Con La Sociedad Y Su Contribución Al Desarrollo De La Cámara De Comercio De Otavalo. *Sathiri (17)*,2 , 67 - 80.

Quezada, C., Brito, L., & Gordillo, I. (2017). *La Vinculación Con La Sociedad Y La Universidad Pública En El Ecuador*. Recuperado el 5 de Mayo de 2024, de <http://investiga.aitec.edu.ec/wp-content/uploads/2017/11/Vinculacion-con-la-sociedad-IES-p%C3%BAblicas-Cesar.pdf>

Romero, L. M. (Marzo de 2019). *Importancia de la sección “Materiales y métodos” en los artículos científicos*. Recuperado el 23 de Mayo de 2024, de



<https://www.grupocomunicar.com/wp/escuela-de-autores/importancia-de-la-seccion-materiales-y-metodos-en-los-articulos-cientificos/>

Simbaña, H. (2017). La vinculación con la sociedad en el Ecuador: Reflexiones sobre su itinerario curricular . *Revista Vínculos ESPE*, 2(1).

Spark, B. (20 de Septiembre de 2023). *Estrategias de crecimiento empresarial para llevar tu negocio al siguiente nivel*. Recuperado el 24 de Mayo de 2024, de

<https://www.bbvaspark.com/contenido/es/noticias/estrategias-de-crecimiento-empresarial/>

Tamayo, V. R., Taco, C. W., Hallo, D. F., & Fajardo, G. M. (2020). Universidad y proyectos de vinculación con la sociedad, un análisis técnico legal y su efecto en los procesos de aprendizajes. *Revista Científica UISRAEL*, vol.7 no.2 .

