



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE ECONOMIA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

**“LA NUEVA ECONOMÍA Y EL ECUADOR, FRENTE A LA
TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN
UN MUNDO GLOBALIZADO”**

**Tesis de grado previa a la obtención
del título de Economista**

AUTOR:

Jorge Germánico Cevallos Simbaña

DIRECTOR:

Econ. Luis Rojas

LOJA - ECUADOR

2012

CERTIFICACIÓN

Econ.

Luis Rojas

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que la presente Tesis titulada “LA NUEVA ECONOMÍA Y EL ECUADOR, FRENTE A LA TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN UN MUNDO GLOBALIZADO”, presentada por el señor egresado Jorge Cevallos; en mi calidad de Director de Tesis, apruebo su estructura y contenido, el mismo que reúne los requisitos exigidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, certifico su autenticidad y autorizo su presentación.

Loja, 20 enero 2012

Econ. Luis Rojas

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Los contenidos y opiniones vertidas en el presente trabajo investigativo, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Jorge Cevallos

CESIÓN DE DERECHOS

Yo Jorge Cevallos, declaro conocer la disposición del Art. 67 del estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de las investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

Jorge Cevallos

AGRADECIMIENTO

“EL ESTUDIO NO SE MIDE POR EL NÚMERO DE PÁGINAS LEÍDAS EN UNA NOCHE, NI POR LA CANTIDAD DE LIBROS LEÍDOS EN UN SEMESTRE. ESTUDIAR NO ES UN ACTO DE CONSUMIR IDEAS, SINO DE CREARLAS Y RECREARLAS”

A Dios quien nos ha concedido el milagro de la vida para con ella poder servir y educar en el amor y la superación como medios de liberación del pensamiento.

Al Alma Mater “Universidad Técnica Particular de Loja”, que ha contribuido a fortalecer mi espíritu en el esfuerzo constante de la superación personal y profesional; al excepcional grupo humano de profesionales de la Escuela de Economía en sus autoridades, docentes y personal administrativo, que con calidad y calidez compartieron y transmitieron sus conocimientos y experiencias, y de manera especial al Econ. Luis Rojas, en calidad de Director de la presente tesis, por el apoyo profesional y moral durante todo este proceso que hoy se cristaliza.

Jorge

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada:

A mi madre Martha Simbaña, por educarme en el amor a Dios; a mi amada esposa Fritcia, por su apoyo incondicional; a mis hijos que han sido el más grande regalo Stephany, Anthony y Alejandro por ser mi inspiración y motor de nuestras vidas; a mis abuelos Miguel y Abigail que desde el cielo guían mi camino... los quiero mucho

Jorge

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I	13
1. GENERALIDADES	13
1.1. La Nueva Economía y la Globalización mundial.	13
1.2. Nueva Economía y las leyes económicas	15
1.3. Impacto de la revolución tecnológica dentro del contexto de la Nueva Economía	17
1.4. Dimensionamiento de la nueva economía	19
1.4.1. La dimensión macroeconómica.....	21
1.4.2. La dimensión tecnológica.....	22
1.4.2.1. Tecnología, cambio estructural y crecimiento económico el camino hacia la nueva economía.....	24
1.4.3. La dimensión microeconómica y de mercado de capital.....	25
1.4.3.1. La restricción presupuestaria básica y la demanda de dinero.	27
1.4.3.2. La restricción presupuestaria intertemporal y la demanda de crédito	29
1.4.4. La dimensión metaeconómica.....	30
1.4.4.1. El significado creciente de información como insumo producto y principio estructural de la economía	33
1.4.4.2. El vínculo entre explosión tecnológica y la intensificación de las relaciones de economía de mercado	34
1.4.4.3. El vínculo entre explosión tecnológica y tercerización de la economía.....	38
1.4.5. La dimensión social	39
CAPITULO II	44
2. DIAGNÓSTICO ANALÍTICO DE ECUADOR Y SU INSERCIÓN EN LA ECONOMÍA MUNDIAL.	44
2.1. Situación del Ecuador en camino a su inserción en la nueva economía.....	44
2.2. Diagnóstico y Análisis del aspecto económico ecuatoriano, frente a la nueva economía.....	44
2.2.1. Análisis de aspecto interno.....	45
2.2.2. Diagnóstico y Análisis del aspecto tecnológico ecuatoriano, frente a la nueva economía	53
2.2.2.1. Aspecto Interno.....	54

2.2.2.2. Aspecto Externo	56
2.3. Análisis FODA de la economía y la tecnología de la información ..	59
2.3.1. Análisis de la Matriz de Estrategias	59
CAPITULO III.....	63
3. PROPUESTA DE INSERCIÓN PARA ECUADOR FRENTE A TECNOLOGÍAS AVANZADAS Y SU DESARROLLO INTERNO.....	63
3.1. Entorno económico interno en el que se desarrolla el Ecuador y su posible estabilidad	63
3.2. Inversión gubernamental y gasto público en bienes y servicios.	65
3.3. Entorno Empresarial, legal y tecnológico en el cual se desarrolla el Ecuador y sus empresas, públicas y privadas	67
3.4. Características de los nuevos modelos de negocio posibles a instalarse en el Ecuador con visión a la nueva economía.....	72
3.5. Frontera, ventajas y reglas del nuevo medio	77
CAPITULO IV	80
4. RETOS Y OPORTUNIDADES DEL ECUADOR FRENTE A LA NUEVA ECONOMÍA.....	80
4.1. Estrategias para rentabilizar una inversión en Internet.....	83
4.2. Oportunidades para las empresas nacionales para su inserción en negocios y mercado on- line	84
4.3. Tipos de modelos de negocios que faciliten la introducción del Ecuador en el modelo de la nueva economía.....	86
4.3.1. E-business	87
4.3.2. E-commerce.....	89
4.3.3. E-service.....	93
4.3.4. Modelos de ventas en negocios on-line	99
4.3.5. Modelos de negocio basados en dispositivos.....	101
4.3.6. Otros modelos de negocio según orientación.....	103
4.3.6.1. Diagnóstico competitivo	109
4.3.6.2. Benchmarking.....	109
4.3.6.3. Creación e implementación de agendas concertadas	110
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES	112
ANEXOS.....	113
BIBLIOGRAFÍA.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.-	ÍNDICES ECONÓMICOS	47
Tabla 2.-	INDICADORES MONETARIOS	48
Tabla 3.-	EXPORTACIONES E IMPORTACIONES	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.-	INFLACIÓN AÑO 2008-2009	45
Gráfico 2.-	PRODUCCIÓN PETROLERA	52
Gráfico 3.-	LA TELEFONÍA MÓVIL ADELANTA A LA TELEFONÍA FIJA	56

INTRODUCCIÓN

La economía ha evolucionado a través del tiempo y se ha ido adaptando a las condiciones cambiantes del mundo, las transacciones económicas han ido del trueque en la antigüedad al comercio electrónico en el presente.

El termino Nueva Economía aparece en la década de los 90's, y describe principalmente la evolución económica de los países desarrollados del mundo, que pasaron de una economía basada en la industrialización y manufactura con un uso intensivo de recursos naturales y trabajo físico (mano de obra), a una economía basada en el conocimiento, donde la información y comunicación son su soporte y el trabajo intelectual desplaza al físico en un escenario de proceso de cambio continuo, debido a la globalización de los mercados y a la innovación tecnológica que ha contribuido a una reducción y agilidad del transporte de bienes y servicios (voz, datos, imágenes).

La nueva economía se caracteriza por el uso intensivo de las telecomunicaciones y la informática, las cuales son una necesidad vital para la competitividad mundial. En este ámbito las posibilidades de desarrollo económico del Ecuador dependen de la inversión en infraestructura tecnológica, tanto del sector público como el privado. Las tecnologías de información y comunicación son la locomotora que tira directamente de la demanda del resto de la economía, pero los beneficios de su uso no se alcanzan automáticamente, sino después de que se adopte ampliamente por el sistema económico en su conjunto. Según Alan Greenspan (Presidente del FED entre 1986 y 2006) en la nueva economía los incrementos de las inversiones en TIC's hacen aumentar la productividad, y con ello los beneficios de las empresas, que a su vez estimulan la inversión y el consumo.

Al igual que la física cuántica desplazó a la newtoniana, la nueva economía trae consigo una nueva forma de organización empresarial que rompe los esquemas clásicos y crea nuevos procesos de negocio y generación de

riqueza. El conocimiento es ahora un nuevo factor de la producción que desplaza a los clásicos: tierra, capital y trabajo, pero este conocimiento no tiene bajo costo y depende de la inversión que los gobiernos destinen a la educación en todas sus etapas y a la creación de nuevo conocimiento con la investigación y desarrollo (I+D).

En el capítulo primero, se tratará de un estudio general de lo que es la nueva economía y su tendencia globalizada, cuáles son los aspectos en los que se fundamenta, sus principios y sus características importantes.

En el capítulo II, se realizará un diagnóstico situacional del Ecuador enfocado a la nueva economía, así como también, en su posible inserción en la economía mundial y a sus exigencias continuas, su posible impacto social, y económico, analizando, profundamente las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (análisis FODA) del Ecuador frente a la dimensión que tiene la denominada “nueva economía”, profundizando en los recursos del país y sus posibles ventajas y desventajas frente a esta tendencia económica.

En el capítulo III y IV, se realizará la propuesta de adaptación al cambio, las posibles estrategias a seguir por parte del gobierno así como también por parte de las empresas privadas, para contribuir al alcance del objetivo que es el de conducir al país en vías de desarrollo y tecnificación económica.

RESUMEN

El mundo actual se encuentra frente a un nuevo contexto, cuyos atributos más sobresalientes son la información y el conocimiento, la globalización y la interconexión en redes, ahora conocida como “Nueva Economía”, este término fue acuñado a finales de la década de los años 90 para describir la evolución, de una economía basada principalmente en la industrialización y manufactura, con un uso intensivo de recursos naturales y trabajo físico a una economía basada en el conocimiento, donde la información y comunicación son su soporte, debido en parte a los nuevos progresos en tecnología y en parte a la globalización económica. En Ecuador, si bien la sólida situación del capital humano y el perfeccionamiento del *e-liderazgo* revelan una base favorable para el progreso, los bajos niveles de conectividad y la falta de incentivos para las inversiones también requieren atención. Por tanto esta investigación aborda específicamente en qué términos se está produciendo la transición hacia la nueva economía en Ecuador, para detectar, así, los desafíos que esta integración plantea en cuanto a su desarrollo y el impacto social y económico que implica.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1. La Nueva Economía y la Globalización mundial.

La segunda revolución industrial acaecida entre los años 1880 y 1914 propició un crecimiento e integración de los mercados a nivel mundial y la necesidad de globalización de la economía que estuvo a cargo de las grandes empresas multinacionales de los países más desarrollados de ese momento, siguió su crecimiento con las dos guerras mundiales y se consolidó en la década de los años 70 o crisis de esa década, periodo en que los Estados Unidos liberó la atadura del dólar al oro (acuerdo Bretton Woods) y existió un incremento del precio del petróleo por parte de la OPEP. Estados Unidos se consolidada como potencia hegemónica e imponía la globalización capitalista como modelo económico-político en el mundo.

Estas empresas fueron localizando sus cada vez más complejas actividades (incluidos completos ciclos de producción, actividades comerciales y financieras de diverso tipo) en distintas áreas del mundo. En esos años se habla de una “*aldea global*” en la que los cambios en la demanda mundial iban provocando modificaciones en la oferta que derivaban en la normalización de los productos o en sistemas de producción estandarizados homogeneización de los gustos y de las costumbres en buena parte del mundo.

En los años 70 la crisis en el sistema monetario internacional y a la progresiva liberalización de los movimientos de capital, que junto con la universalización de las comunicaciones fue contribuyendo aún más a la deslocalización de la producción y a la aparición de nuevos sistemas de organización de empresas.

En la década de los 80, la desregulación general de los mercados financieros, la liberación comercial promovida en el seno del GATT¹ así como la proliferación de acuerdos regionales. A ello se han unido los importantes efectos de un desarrollo tecnológico sin precedentes, y en especial de las Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC)², y los no menos decisivos cambios en los modelos de organización y comportamiento de las empresas.

Se puede definir a la globalización como un proceso caracterizado por una creciente interpenetración de las economías motivada a su vez por la integración de los distintos mercados de productos y factores (bienes, servicios, trabajo, capital, tecnología y conocimiento) que traspasan las limitaciones geográficas y son sustituidos por un mercado mundial en un contexto de paulatina liberación, desregulación y procesos de integración regional.

La globalización es la integración de la economía mundial, debido a varios factores que la viabilizan como la reducción de los costos de producción, comercialización y distribución de productos con valor agregado en los mercados internacionales, facilidades de comunicación, transferencias de capital eficientes y el acercamiento de estos mercados a diversos países del mundo, haciendo de la globalización una necesidad.

Estas tendencias se reflejan en otros aspectos claves de la globalización como son las mayores interrelaciones entre comercio e inversión directa, la creciente liberalización comercial, la desregulación financiera y la enorme importancia adquirida por los movimientos de capital en un contexto caracterizado por el desarrollo de las TIC.

¹ GATT, General Agreement on Tariffs and Trade (Acuerdo general sobre comercio y aranceles); es un tratado multilateral, creado en la Conferencia de La Habana, en 1947, firmado en 1948, por la necesidad de establecer un conjunto de normas comerciales y concesiones arancelarias, y está considerado como el precursor de la Organización Mundial de Comercio.

² Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC o NTIC para *Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación* o **IT** para «*Information Technology*») agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, Internet y telecomunicaciones.

A nivel microeconómico la globalización se refleja en la corriente de fusiones, adquisiciones y alianzas entre empresas, en la reorientación de sus actividades, en la adopción de nuevos modelos de gestión, en la prioridad otorgada a la expansión eterna y en la necesidad de una rápida adaptación a los cambios que se producen en el entorno internacional.

1.2. Nueva Economía y las leyes económicas

La nueva economía, de acuerdo a Fuertes (2003), la define como *“un nuevo paradigma, que sirve para definir un conjunto de factores que caracterizan a la economía de los países ricos en la intersección de dos siglos”*.

Aunque Deming (1998) , habla de la Nueva Economía, pero la llama también “Economía del Conocimiento”, la cual para él se apoya fundamentalmente en la combinación intensiva de los intangibles que representan los conocimientos y el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Es así, que la Nueva Economía es el término acuñado para reflejar el impacto que ha tenido la entrada de los avances tecnológicos y los medios masivos de comunicación sobre la economía. Esta está cambiando la manera de hacer negocios y el comercio, que pasa ahora a apropiarse de tecnologías que le permiten mayor alcance y lo transforman. Dichos avances crean nuevas oportunidades de negocio, facilitan y hacen más rápidas las oportunidades de generar valor, así como acrecientan la velocidad de las transacciones en el mundo.

Para Argandoña (2001), la nueva economía, tiene dos dimensiones:

- a) Dimensión tecnológica
- b) Dimensión económica

Desde el punto de vista tecnológico, la nueva economía es un cambio en la adquisición, procesamiento, transformación, que afecta al *hardware* que

procesa y almacena la información, al sistema de comunicaciones que la recibe y transmite al software que dirige todo el sistema.

Desde la perspectiva económica, la nueva economía se caracteriza por la creación y aportación de nuevos productos y procesos para la producción y el consumo.

Estas dos perspectivas, nacieron a partir de una serie de etapas evolutivas, en primer momento, empezó a crecer en importancia la información y las tecnologías de la información y las comunicaciones que la gestionaban y aplicaban. La posesión de estas tecnologías posibilitaba a las empresas organizar los procesos más eficientemente, y la transferencia e intercambio de la información se podía realizar más rápidamente. En segundo estado, la economía del conocimiento está marcada por un acortamiento del ciclo de vida de los productos y las tecnologías; cuando un emprendedor utiliza las posibilidades tecnológicas para ofrecer a su mercado un amplio abanico de productos, los clientes usan esta variedad para enfatizar en sus necesidades individuales y reforzar su identidad.

En un escenario altamente competitivo y de mejora constante de productos que utilizan tecnología en evolución permanente, la imitación es poco viable para competir. La parte intangible de estos productos brindan un valor agregado muy apreciado en los consumidores conocida como dimensión “soft”, parte de la economía del conocimiento que tiene una gran demanda.

Para Grant (1997), el conocimiento, el capital intelectual juega un papel cada vez más relevante y por ende, la gestión del conocimiento, como proceso de creación, desarrollo, difusión y explotación del conocimiento para ganar capacidad organizativa.

La nueva economía implica una continua redefinición de la misión y los objetivos de una organización, así como del modo en que son hechas las cosas. Dado que los cambios en el nuevo entorno empresarial son

radicales y discontinuos, se necesitan ciclos de creación de conocimiento y acción cada vez más rápidos.

El precepto anterior, lleva a un convencimiento tal, que a nuestra realidad social se le viene a denominar la *sociedad de la información y sociedad del conocimiento*³. Ambas definiciones muestran un conjunto de ideas, de enfoques, de tecnologías, de sistemas y de conocimientos que se entrelazan de un modo nuevo, retador y sugerente para observar el complejo mundo.

1.3. Impacto de la revolución tecnológica dentro del contexto de la Nueva Economía

Para contemplar en su conjunto el impacto de esta revolución tecnológica, según Castells (2003), puede ser oportuno distinguir varios niveles del fenómeno:

- a) Un cambio tecnológico basado en el conocimiento y en la información,
- b) Que ofrece la oportunidad de funcionar en tiempo real a escala planetaria (globalización),
- c) Que permite una nueva organización empresarial flexible, basada en redes, y
- d) Que tiene también implicaciones políticas (una crisis en la concepción del Estado tradicional, por ejemplo), sociales, humanas (una crisis de identidad), etc.

Pero esa variedad de ámbitos en que se desarrolla la nueva economía sobrepasa el alcance de este trabajo. Nosotros nos referiremos aquí exclusivamente a los efectos económicos de la nueva economía y, más en particular, a su impacto en el potencial de crecimiento de los países.

³ Ibid.

El efecto de la nueva economía sobre el crecimiento de los países, desde los años cuarenta se ha ido gestando un gran cambio tecnológico en las industrias de la información y las comunicaciones.

La revolución de la TIC's y el incremento de su uso y aplicaciones en una muy dinámica economía globalizada afectó directamente al precio de los bienes y servicios de los sistemas informáticos (hardware, software y equipos de comunicación), reduciendo drásticamente sus costos, lo cual dio como resultado un proceso de sustitución de otros equipos y de mano de obra por bienes de capital de la nueva economía.

El resultado de ese proceso fue un importante aumento de la tasa de crecimiento de la productividad, en sus dos medidas tradicionales: la productividad media del trabajo y la productividad total de los factores. Los restantes efectos de la nueva economía, es decir, sobre el ciclo económico, sobre la inflación, etc.; son las consecuencias, primero, de aquel proceso de sustitución, y segundo, del aumento de productividad que resultó.

Todo esto tuvo lugar primero en los Estados Unidos, como país líder en las TIC. En el resto del mundo, el proceso ha sido menos importante y, en todo caso, ha tenido lugar con cierto retraso. Esta revolución tecnológica difiere de las anteriores en que no se limita a desplazar la función de producción de los sectores afectados, sino que desplaza también la frontera de posibilidades de innovación, lo que fomenta la aparición de nuevas innovaciones, cada vez más valiosas, a cargo de los consumidores y usuarios de las TIC, porque se trata de tecnologías “capacitadoras” (*enabling*) y “de uso generalizado” (*general purpose*), lo que hace que su capacidad transformadora sea muy elevada, y que su rentabilidad potencial a largo plazo sea muy alta.

1.4. Dimensionamiento de la nueva economía

Para comprender mejor la dimensión de la nueva economía, es necesario mencionar que ésta, está estrechamente relacionada con nuestro vivir diario, es decir, en sociedad de la información y sociedad del conocimiento.

La sociedad de la información, está estrechamente unida a la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, las cuales están transformando las economías de todos los países. En el plano estructural, esto se concreta en la transición de una economía industrial hacia otra basada en la producción, distribución y utilización de la información y el conocimiento. Las empresas siempre han invertido para desarrollar nuevos productos, servicios y procesos, así como para mejorar la productividad.

Lo que distingue esta época de las anteriores es la rapidez con la cual es posible acumular el conocimiento y aplicarlo al mundo económico.

En una economía basada en la información, los costes de transacción se reducen y con ello, los beneficios derivados de la internalización, esto es, las ventajas de producir *inputs* dentro de las empresas. Algunas de las razones que apoyan esta tendencia son:

- a) *“La reducción de los costes de búsqueda”*⁴. El internet como instrumento de la nueva economía, permite en tiempo real, obtener toda la información necesaria acerca de bienes o servicios que se ofertan en cualquier lugar del mundo a costes relativamente bajos, creando mercados más eficientes y altamente competitivos, brindando seguridad y satisfacción en los consumidores

- b) *“La dinamización y ampliación del mercado”*⁵. El acceso y uso de las TIC en la nueva economía dinamizan el mercado en mundo virtual

⁴ Círculo de Empresarios; 1999

⁵ Op. Cit.

casi ilimitado que permite realizar transacciones económicas a cualquier nivel y con alta seguridad y rentabilidad, lo cual ha incentivado la oferta de bienes y servicios altamente especializados y diferenciados, haciendo posible externalizar *actividades productivas* y *desarrollar* instrumentos como el outsourcing.

- c) “*La reducción de los beneficios de la proximidad*”⁶. De manera instantánea y sin costes de comunicación y transporte, la economía de la información permite que las compañías puedan obtener los *inputs* de mejor calidad y a los mejores precios tanto en los mercados nacionales como en los internacionales.

Por otra parte, la *sociedad del conocimiento* se caracteriza por la *aparición continua de saberes nuevos* y por el desarrollo permanente de las *facultades intelectuales*, en ella, *adquieren primacía* los conocimientos teóricos y tácticos. Éstos requieren de un determinado modelo mental y de unos procesos basados en la creación, en las ideas, en la abstracción, en la innovación, se basan en la experiencia, así pues son de difícil transmisión y comunicación y por tanto de un elevado valor estratégico. Son estos conocimientos los que posibilitan en la economía actual la generación y sostenibilidad de la ventaja competitiva empresarial.

Esta evolución provoca un cambio en el modo de percibir al proceso de transformación de la empresa, pasando de concebirse como “*el conjunto de activos tangibles organizados en un determinado proceso productivo para lograr unos objetivos concretos*” a considerarse actualmente como “*un conjunto de activos intangibles, generadores de capital intelectual*”.

En base a lo anterior, el dimensionamiento de la Nueva Economía se puede tratar en:

- a) Dimensión Macroeconómica
- b) Dimensión Tecnológica

⁶ Ibid.

- c) Dimensión meta económica
- d) Dimensión social

1.4.1. La dimensión macroeconómica

Desde una perspectiva macroeconómica, la denominada “nueva economía” se asocia comúnmente con este proceso, que ha deslumbrado a los economistas mostrando cómo es posible crecer sostenidamente manteniendo niveles de crecimiento cercanos al potencial de desarrollo; combinando fuertes ganancias de productividad con una elevada inversión empresarial; llevando la tasa de paro hasta su límite técnico y cuestionando la existencia de un nivel de empleo NAIRU (*Non Accelerate Inflation Rate of Unemployment*)⁷ a partir del cual el nivel de los precios se dispara; aumentando los salarios reales y expandiendo el consumo; impulsando los mercados bursátiles dejando desfasados los niveles *price-earnings*⁸ históricos de las acciones, en especial de las empresas tecnológicas; produciendo, gracias al efecto riqueza y al potencial de beneficios, elevados niveles de confianza y desbordantes expectativas entre los agentes; generando beneficios empresariales y provocando la aparición de nuevas oportunidades de negocio con una abundancia de recursos disponibles para proporcionar la financiación necesaria.

Aún más sorprendente ha sido que este escenario se haya logrado sin tensiones inflacionistas, con una tasa de crecimiento subyacente que se ha reducido año tras año desde 1991, en una sucesión sin precedentes en la historia económica reciente.

⁷ El término **NAIRU** es un acrónimo derivado de la expresión inglesa *Non-Accelerating Inflation Rate of Unemployment* (Tasa de desempleo no aceleradora de la inflación). Es un concepto económico que abarca la microeconomía y, sobre todo, la macroeconomía. También se la llama **tasa natural de paro**. Si la tasa de paro cae por debajo de la NAIRU es probable que la inflación se dispare. En términos de producción, la NAIRU se corresponde con la producción potencial, que es el máximo nivel que el Producto Interior Bruto puede mantener de forma sostenida en el tiempo. También se llama Producto Interior Bruto Natural.

⁸ *Price Earning Ratio* ó PER que traducido significa relación precio-beneficio.

La ausencia de presiones sobre el nivel de precios ha liberado al proceso expansivo de una buena parte de las constricciones típicas de las etapas de fuerte crecimiento.

1.4.2. La dimensión tecnológica

El concepto de tecnología engloba el conjunto de conocimientos que pueden ser utilizados para producir bienes y servicios. Se suele distinguir entre tecnología incorporada y no incorporada.

La primera es la que va incorporada en los bienes, la segunda se refiere a la tecnología en forma de patentes y asistencia técnica, o al “saber hacer” de individuos, empresas o instituciones.

Las innovaciones tecnológicas pueden dar como resultado un nuevo producto o un nuevo proceso (nuevos métodos de producción) o la mejora de productos y procesos ya existentes.

LA DIMENSIÓN TECNOLÓGICA



Fuente: http://usera.imagecave.com/grossman077/Management/tienda_virtual.jpg

La nueva economía al hacer un uso extensivo de las TIC ha propiciado cambios en la organización empresarial mejorando los procesos en la producción y el consumo, haciéndolos más eficientes y funcionales, reduciendo los costos y brindando altos márgenes de ganancia para las empresas y satisfacción a los consumidores en un mercado que cuenta con una amplia gama de bienes y servicios.

La compra de esos nuevos bienes de capital desplaza a equipos similares, como las máquinas de escribir y las calculadoras antiguas, y a los trabajadores que las manejaban. Pero, sobre todo, el uso más intenso del capital (*capital deepening*)⁹ aumenta la productividad de los demás factores productivos: del trabajo y de otros equipos, complementarios de los de las TIC, tanto para la producción de bienes y servicios tradicionales como para la de nuevos bienes y servicios, que la nueva tecnología hace posible y asequible.

Para que los nuevos productos y procesos se difundan en la economía, es importante que sus precios se hayan reducido notablemente. Y así ha sido: no quizás los precios de venta observados, sino los precios *hedónicos*, es decir, los precios corregidos por los cambios en la calidad, capacidad y servicios prestados por los nuevos bienes y equipos de las TIC. Cuando tenemos en cuenta esto, la evidencia sobre la rapidísima caída del precio de los equipos y del software es latente.

⁹ El *capital deepening* (en español, acumulación de capital) es un término económico que describe la acumulación de capital, particularmente inversión en bienes TIC, como consecuencia fundamentalmente de la citada reducción de sus precios, lo que propicia el aumento de la capacidad productiva y contribuye a aumentar la productividad laboral, incluso si el crecimiento de TFP permaneciese constante, al disponer cada trabajador de más capital TIC que en el pasado.. Hay abundantes evidencias sobre esa intensificación en el uso del capital proporcionado por las TIC. De acuerdo a cifras proporcionadas por el Department of Commerce (2000) .El porcentaje del stock (real) de ordenadores por hora trabajada en Estados Unidos creció un 16,3% anual entre 1991 y 1995, y un 33,7% entre 1996 y 1999. Las correspondientes cifras para el software por hora trabajada son 2,4% y 5%. En el resto de la economía norteamericana, la relación capital/hora trabajada creció sólo un 0,5% al año, entre 1991 y 1999.

1.4.2.1. Tecnología, cambio estructural y crecimiento económico el camino hacia la nueva economía

Todos estos elementos del entorno, han contribuido para que se produzca el progreso técnico, posiblemente hubieran resultado insuficientes para provocar los cambios que han desembocado en lo que se ha dado en llamar “nueva economía”, de no ser por la consolidación de una nueva fuente de riqueza en las economías: la información.

Pero ésta, a su vez, es impensable que se pudiera concebir en los actuales términos sin la revolución que ha acontecido en el soporte material que permite su novedoso y portentoso sentido económico: las tecnologías de la información y de la comunicación.

Son precisamente los factores ambientales e institucionales anteriormente mencionados los que durante los últimos años han favorecido de manera decisiva las continuas innovaciones en estas tecnologías y su penetración a gran escala, otorgando así un sentido nuevo al viejo concepto de información y al valor de sus aplicaciones para el conjunto de los agentes. Y esto sin que se haya producido un cambio fundamental en la naturaleza de la información o incluso en su magnitud absoluta. Por esta razón, la nueva economía está relacionada tanto con la información, como con las tecnologías asociadas a ella.

A lo largo de los últimos años, la información ha irrumpido como un nuevo factor productivo de importancia fundamental en el ámbito microeconómico. Cuando se hace referencia al concepto “*información*”, debe entenderse cualquier elemento que pueda ser digitalizado o codificado como un conjunto de *bits*. La información, gracias al soporte material de las TIC, es utilizada por parte de las empresas con una finalidad operativa y organizativa, permitiendo su propia conversión en nuevas ideas y conocimientos de aplicabilidad económica.

De esta manera, la información se suma a los factores tradicionales, trabajo y capital, modificando en gran medida la importancia relativa de las fuentes tradicionales de la riqueza del sistema.

Es evidente que la información siempre ha sido un elemento importante de la actividad económica, pero sólo en estos momentos se han consolidado unos verdaderos cambios de envergadura en la dimensión de la información disponible, los canales por los que se transmite, la gestión y la acumulación de los datos, y la posibilidad de su reproducción y comercialización gracias, fundamentalmente, a las continuas innovaciones y a la masiva penetración de las tecnologías de la información.

La internet ha sido el medio más poderoso que ha existido para propagar y acelerar el desarrollo tecnológico y el progreso económico; muchas organizaciones han utilizado y explotado la información a la que se puede acceder en la red de la manera más conveniente para su intereses y transformarla en conocimiento. Hoy se cuenta con instrumentos legales que tratan de regular su uso en el mundo.

1.4.3. La dimensión microeconómica y de mercado de capital

La tercera dimensión de la nueva economía, es la microeconómica y mercado de capital, y ésta hace referencia con la aparición de nuevas formas de empresas. Se trata de firmas que fueron creadas hace poco y que crecen rápidamente con grandes riesgos, y que se financian en "nuevos mercados".

Difícilmente pueden comprenderse los fundamentos del escenario anteriormente descrito, sin profundizar en la naturaleza de las transformaciones económicas que han acontecido en los mercados en general y en los agentes en particular. Así, desde un enfoque microeconómico amplio, la difusión de lo que se ha dado en llamar "nueva economía" se ha articulado alrededor del rápido desarrollo y aplicación de las tecnologías de la información (TI): equipos y programas informáticos,

microprocesadores, telecomunicaciones e Internet, que están permitiendo la transición de una economía basada en la producción industrial de bienes, a otra crecientemente condicionada por la provisión de bienes y servicios basados en la información, las ideas y el conocimiento.

El valor de las nuevas tecnologías reside en su capacidad para almacenar, analizar, manipular e intercambiar información de una forma instantánea, en cualquier parte del mundo y a un coste mínimo. Estas características incrementan el valor de uso y multiplican las posibilidades económicas de la información, de forma muy significativa en los sectores tradicionales del sistema.

El actual entorno económico, caracterizado por la progresiva apertura y la liberalización de los mercados, obliga a desarrollar e intensificar la información entre los diversos agentes económicos, con el fin de generar bajos costes de coordinación y de transacción. Las disfuncionalidades en los diferentes ámbitos empresariales generan grandes demoras en los procesos de adaptación y aprendizaje y, consecuentemente, elevados costes.

Pero los procesos de dirección de la empresa en entornos rápidamente cambiantes exigen organizaciones que se adapten permanente, rápidamente y a bajo coste a los cambios del mercado para aprovechar las nuevas oportunidades, la intensificación de la competencia y las innovaciones tecnológicas.

Esto sólo es posible con la nueva dimensión en el uso de la información que posibilitan las nuevas tecnologías, y que determina que hoy en día las empresas compitan en dos mundos: uno real y otro virtual, formado por flujos de información de todo tipo, que constituyen una fuente potencial de ingresos y descubren múltiples oportunidades en el desarrollo de nuevas relaciones entre las empresas, sus proveedores y sus clientes.

1.4.3.1. La restricción presupuestaria básica y la demanda de dinero

Para iniciar el análisis de la restricción presupuestaria y la demanda de dinero, en función del efecto sobre la microeconomía, se iniciará estudiando conceptualmente cada uno de ellos.

Para Keynes (1936) existen dos tipos de demanda de dinero: la nominal, que *es la cantidad de dinero que desean los demandantes*; y la demanda real que *es la nominal expresada en cantidad de bienes que pueden comprarse con el dinero, es decir divida por el índice general de precios*¹⁰.

Ahora, la restricción presupuestaria, teniendo en cuenta que los bienes tienen precios, y considerando estos datos, está claro que un consumidor no puede conseguir trivialmente la cesta que prefiera de entre todas las posibles. Si tenemos en cuenta además de los precios de los bienes la renta disponible del consumidor, tenemos lo que se llama la restricción presupuestaria. Ésta es la que nos indica qué cestas de bienes son las que el consumidor puede elegir y conseguir, teniendo en cuenta el dinero de que dispone y los precios del mercado.

Cuando la base del argumento es que el dinero proporciona un servicio en la medida que facilita el proceso de transacción, resulta imprescindible modelar explícitamente la tecnología mediante la cual se realizan las transacciones y el rol que el dinero juega en éstas. A pesar de la popularidad alcanzada por los modelos de costos de transacción, se debe reconocer que muchos trabajos modelan estos costos de una manera *ad hoc*¹¹, lo que es una limitación seria para entender la demanda de dinero. Otros, en tanto, emplean el caso límite en que las compras “*sólo pueden hacerse con dinero*”

¹⁰ Ibid.

¹¹ **Ad hoc** es una locución latina que significa literalmente «para esto». Generalmente se refiere a una solución elaborada específicamente para un problema o fin preciso y, por tanto, no es generalizable ni utilizable para otros propósitos. Se usa pues para referirse a algo que es adecuado sólo para un determinado fin. En sentido amplio, *ad hoc* puede traducirse como «específico» o «específicamente».

*anticipado lo cual al ser una restricción extrema, tampoco es muy satisfactoria*¹².

Los modelos basados en el costo de transar suponen que el individuo enfrenta cierta tecnología de transacciones, que utiliza como insumos el tiempo dedicado a comprar y el *stock* de saldos reales. Dado el costo de oportunidad de mantener dinero y el valor del ocio, el individuo debe encontrar la combinación óptima de ambos que le permitan generar el número de transacciones deseadas al menor costo.

En su reformulación de la teoría cuantitativa, Friedman (1956) introduce un enfoque integral en el que se le da al dinero un tratamiento idéntico al de cualquier otro bien duradero o activo. En particular, se supone que el dinero, al igual que cualquier otro activo o forma de riqueza, proporciona a su tenedor un cierto flujo de servicios, lo cual lleva a la noción de una tasa marginal de sustitución decreciente entre el dinero y los activos diferentes a los bonos y, finalmente, a especificar con cierto detalle la naturaleza de la restricción presupuestaria de los individuos como la clave para establecer las variables que determinan la cantidad de dinero demandada.

Según Friedman, los determinantes de la demanda de dinero incluyen el valor de la riqueza de los individuos y las tasas de rendimiento ofrecidas por el propio dinero y por otros activos, como los bonos, las acciones, los bienes raíces y los bienes de consumo duradero. En adición, Friedman señaló que las variaciones en el nivel general de precios afectaban el valor real de los activos, entre ellos el valor real de las tenencias monetarias, por lo que un determinante de la demanda de dinero debía ser la tasa de inflación esperada, la cual debía interpretarse como la propia tasa de rendimiento del dinero.

¹² WALSH Terri; MONETARY THEORY AND POLICY; edit. McGraw Hill, New York; 1998,

1.4.3.2. La restricción presupuestaria intertemporal y la demanda de crédito

La teoría keynesiana es esencialmente estática. No obstante, en la vida real la gente “planifica el consumo”. Cuando alguien se endeuda para consumir, de una u otra forma debe considerar que en el futuro deberá pagar su deuda, para lo cual requerirá ingresos.

Una pieza fundamental de cualquier teoría de consumo, es entender la restricción presupuestaria de los individuos. Hay una restricción presupuestaria en cada período: el ingreso, después de pagar impuestos, se tendrá que asignar entre consumo y ahorro. Sin embargo, las restricciones de cada período se relacionan entre sí. Si alguien ahorra mucho hoy, en el futuro tendrá mayores ingresos pues los ahorros perciben intereses. En este caso se dice que el individuo tiene más ingresos financieros.

En base a lo anterior, es fácil suponer que un individuo determina su consumo de forma de obtener la mayor utilidad posible, dados los recursos que posee. El individuo podrá planificar su consumo sabiendo que no siempre dispone de los recursos en el momento en que los necesita. Pero si el individuo sabe que mañana va a tener los recursos, puede preferir endeudarse hoy. Por el contrario si tiene muchos recursos hoy y sabe que mañana no los tendrá, le puede convenir ahorrar mucho.

Esto es si la gente puede ahorrar y prestar:

- a) Su restricción presupuestaria ahora no tiene que ver con su consumo ahora y su renta ahora,
- b) Su restricción presupuestaria tiene que ver con todos sus ingresos y gastos durante la vida

En efecto, un individuo sometido a restricciones presupuestarias acude al crédito para financiar el aumento de su stock de capital. Esta decisión está basada, a su vez, en la convicción de que el aumento de ingresos futuros compensa el incremento de costes presente. Simulando esto, una restricción

presupuestaria en el corto plazo, su cálculo económico debería incorporar los ingresos que espera obtener de su inversión en el futuro.

Y, desde este punto de vista, las tasas de rendimiento obtenidas no sólo son positivas sino que tienen unos valores que se sitúan en los límites superiores de las que pueden esperarse de colocaciones alternativas.

1.4.4. La dimensión metaeconómica

La dimensión metaeconómica, se relaciona en sus inicios, cuando Daniel Bell (1973), quien por un lado, constató la evolución de la sociedad basada en la agricultura hacia la sociedad industrial basada en las industrias manufactureras, y por otro, la transformación de esta última hacia la sociedad post-industrial, donde el énfasis en la producción de bienes ha sido alcanzado por el sector servicios. En esta era post-industrial, según Bell, se ha producido un cambio en la estructura social: de los empresarios y patronos de la sociedad industrial a los profesionales universitarios y técnicos de la “*sociedad del conocimiento*”.

La información como principal input y producto.

La nueva Economía, basa su impulso en la Información, la misma que es estimulada por las comunicaciones y la tecnología informática, que ha producido en las últimas décadas una transformación económica mayor que la economía industrial produjo en los últimos siglos. Siendo la nueva economía, la que se ha construido sobre los éxitos de la economía industrial y que después ha hecho avanzar la economía a grandes saltos.

En la nueva economía, las materias primas se han convertido en algo mucho más intangible y difícil de aprehender. La información, convirtiéndose ésta en el principal input y producto de la macro y micro economía, debido a que ya

no es un recurso escaso, gracias a internet. La explosión de la nueva economía ha creado realmente “la economía de la abundancia”.

LA INFORMACIÓN COMO FUENTE DE RIQUEZA



Fuente: http://portal.educ.ar/debates/sociedad/img/correo_basura.jpg&imgrefurl

De acuerdo a criterio de algunos economistas, el vivir ahora dentro del marco de la nueva economía, todos nos enfrentamos al reto de mantenerse al ritmo de ésta, debido a que como ahora, casi todas las empresas, en cualquier parte del mundo donde éstas se encuentren, pueden acceder a toda la información mundial y convertirla en conocimiento y capacitación.

La nueva economía es la economía del conocimiento, el cual es de gran importancia y transformándose en capacidad agrega valor en todo el proceso económico en un mundo globalizado, Zubira (2009), en uno de sus reportes dice, “*La nueva economía es una economía dirigida por las capacidades, no por el conocimiento*” .,

El acceso a la información se ha convertido en una elección personal más que en el resultado de pertenecer a una determinada clase privilegiada. El

acceso a las redes de información ya no está limitado a los órganos del gobierno y a las grandes corporaciones, como ocurría durante los años setenta. Ahora los individuos que eligen poder tienen ese mismo tipo de acceso. Las ideas han demostrado ser el carburante real de la nueva economía.

Para otros expertos, la nueva economía, también llamada como la “*sociedad de la información*”, resultante de la simbiosis entre las tecnologías de la información y la nueva economía, es entendida como “*otra etapa en la evolución del sistema capitalista, en la que las tecnologías de la información cumplen el rol central en la organización del trabajo y en la formación de demandas*”¹³.

Algunos sociólogos, economistas y científicos sociales han notado, que este “*paso evolutivo*” ha acarreado una serie de cambios sociales que aún no han sido completamente descifrados. Si la sociedad de la información y la nueva economía se perciben como dos vertientes de la misma cara, la pregunta debe referirse a su relación al sistema capitalista. En este sentido, algunos analistas definen a la sociedad de la información y a su componente económico en términos de ruptura radical. Otros hablan de transformación mayor del sistema capitalista.

La frase “*acción del saber sobre el saber*” es la que mejor encierra y ejemplifica el papel que interpretan las tecnologías de la información en la nueva economía. El saber que permite digitalizar con eficiencia, inventar chips o máquinas y programas; permite igualmente trabajar sobre el conjunto del saber acumulado codificándolo para almacenarlo y transmitirlo, produciendo en el proceso nuevos conocimientos. “*El saber sobre el saber*” se refiere a la re-codificación digital del saber, remitiendo sobre todo a su generalización en el conjunto de las actividades sociales.

¹³ Ibid.

1.4.4.1. El significado creciente de información como insumo producto y principio estructural de la economía

La *Sociedad de la Información* es expresión de las realidades y capacidades de los medios de comunicación más nuevos, o renovados merced a los desarrollos tecnológicos que se consolidaron en la última década del siglo: la televisión, el almacenamiento de información, la propagación de video, sonido y textos, han podido comprimirse en soportes de almacenamiento como los discos compactos o a través de señales que no podrían conducir todos esos datos si no hubieran sido traducidos a formatos digitales. La digitalización de la información es el sustento de la nueva revolución informática. Su expresión hasta ahora más compleja, aunque sin duda seguirá desarrollándose para quizá asumir nuevos formatos en el mediano plazo, es la Internet.

Al considerar la información/conocimiento como factor determinante de la producción, la conclusión puede llevarnos a la contraria y permite comprender y predecir un crecimiento económico sin límite. Por ejemplo, suponiendo que se dispone de una cantidad de energía fósil fija que se utiliza para mover vehículos. Si se modifica la tecnología (Conocimiento) incorporada en el vehículo de forma que utilice la energía de forma más eficiente el efecto será el mismo que si, manteniendo la misma tecnología aumentara la cantidad de energía existente. Por tanto, si los cambios en la tecnología (conocimiento tecnológico incorporado por el hombre) de los vehículos permiten que recorran cien kilómetros con la mitad de gasolina, el efecto será el mismo que si las reservas de gasolina existentes se hubieran multiplicado por dos. En los años sesenta el turismo familiar medio requería veinte litros de gasolina para recorrer cien kilómetros. En el año 2000 la media de consumo fue de 5 litros por cada cien kilómetros y se han hecho demostraciones actuales con algunos modelos que circulan por nuestras carreteras que prueban un consumo de solo dos litros de gasolina por cada cien kilómetros. Además, las reservas conocidas (la información que tenemos sobre las reservas existentes) de petróleo hoy son el triple de las

que conocíamos en 1970 (tomado del documento “Comentario de leyes de la economía de la información” Autor: Dr. Carlos Lazcano Herrera)

Esto se conoce en economía como “*la ley del rendimiento creciente de la información*”¹⁴ permite predecir no solo que los vehículos serán cada vez más eficaces, sino que **todo sistema productivo** será cada vez más eficaz, que la capacidad productiva del ser humano será cada vez mayor.

Aún más, la ley del rendimiento creciente de la información predice una tendencia a que la eficacia aumente de forma acelerada. Durante muchos períodos históricos (como el que vivimos actualmente) la cantidad de información y la eficacia económica han crecido efectivamente de forma acelerada.

1.4.4.2. El vínculo entre explosión tecnológica y la intensificación de las relaciones de economía de mercado

En el momento actual, en el que la empresa se mueve en un entorno económico turbulento, el énfasis en la calidad, la particularización de mercados, más que nunca, las empresas necesitan aprovechar la explosión tecnológica de las últimas décadas para adaptarse en su actuación empresarial sin pérdida de competitividad.

Se hace hincapié cada vez más en factores estratégicos entre los que sobresalen, la incorporación de tecnologías a los procesos productivos y a la organización de la empresa, con una consideración especial hacia las actividades anteriores y posteriores al proceso productivo y hacia la mecanización de las funciones empresariales.

Una variable que ha sido defendida ampliamente, acerca de los factores determinantes de la explosión e innovación tecnológica es el tamaño de la empresa, relacionado directamente con la economía de mercado, es decir,

¹⁴ Op. Cit.

donde se desenvuelve la empresa. En efecto, se ha sostenido por numerosos autores e investigadores la hipótesis básica de que a medida que aumenta el tamaño empresarial, la posibilidad de llevar a cabo un mayor número de innovaciones aumentó.

Los estudios que relacionan el esfuerzo innovador de las empresas y su dimensión se basa en la hipótesis de Schumpeter (1978), que dice que el proceso de producción como una combinación de fuerzas productivas, las que, a su vez, están compuestas por fuerzas materiales y fuerzas inmateriales. Las fuerzas materiales las componen los llamados factores originales de la producción (factor trabajo, factor tierra y factor capital, medios de producción producidos”). Las fuerzas inmateriales las componen los “hechos técnicos” y los “hechos de organización social”, que, al igual que los factores materiales, también condicionan la naturaleza y el nivel del desarrollo económico.

Para Schumpeter las causas del desarrollo económico, el cual entiende como un proceso de transformación económica, social y cultural, son la innovación y las fuerzas socio-culturales. Sin embargo, este autor hace mayor énfasis en la innovación asegurando que los factores socio-culturales, aunque importantes, no determinan decisivamente este desarrollo. Por tal motivo todo su análisis se centra fundamentalmente en el fenómeno de la innovación relegando a un segundo plano dichos factores socio-culturales.

En la actualidad, sus predecesores llevaron este planteamiento hasta el extremo interpretándolo como si los factores socio-culturales no ejercieran influencia alguna en el proceso de desarrollo económico y que, por lo tanto, el único factor determinante sería la innovación. Se abre, pues, todo un período de determinismo tecnológico en donde se piensa que ésta es la causante de todo lo malo y lo bueno que existe en nuestra sociedad en los momentos actuales.

En efecto, muchos piensan, los más optimistas, que la ciencia y la tecnología son el instrumento que puede hacer que el crecimiento y el desarrollo

económico de los países subdesarrollados pueda acelerarse; es más, estos mismos autores llegan a afirmar que esta ciencia y tecnología serían los elementos capaces de sacar del subdesarrollo a estos países.

Otros, los más pesimistas, han pensado que, por el contrario, la ciencia y la tecnología se han constituido en la causa más importante de las enormes desigualdades sociales y económicas que existen actualmente en el mundo.

Segasti (1981), en cuanto a lo antes mencionado, plantea que:

Se ha encontrado que la ciencia y la tecnología modernas están estrechamente vinculadas al surgimiento de una injusta distribución internacional del trabajo entre los países altamente industrializados y los países subdesarrollados, y que en vez de proporcionar atajos hacia las metas de desarrollo han contribuido a acentuar las diferencias entre ellos. La aceleración del ritmo de cambio técnico después de la segunda Guerra Mundial ha proporcionado a las naciones industrializadas nuevos medios para mantener su dominación sobre el Tercer Mundo, y se hace difícil para los países subdesarrollados aprovechar los nuevos avances tecnológicos, particularmente si la autonomía y la autodeterminación se postulan como características deseadas del proceso de desarrollo.

Lo cierto es que ni los optimistas ni los pesimistas tienen razón, pues ambos profesan, desde esquinas diferentes, el mismo problema del determinismo tecnológico. Es indudable que la ciencia y la tecnología juegan un papel importante en el desarrollo de las fuerzas productivas, pero no podemos perder de vista que éstas no son autónomas, que, por el contrario, su papel en el desarrollo lo ejerce *en y desde* determinadas condiciones socio-económicas que determinan su carácter, funcionamiento e impactos.

En efecto, “es evidente que el progreso de la ciencia, especialmente de la ciencia de la naturaleza, ha ejercido una influencia importante sobre el desarrollo de las fuerzas productivas y en particular sobre el desarrollo de la técnica. La gran industria contemporánea sería imposible sin la aplicación de

los descubrimientos científicos modernos en el campo de la mecánica, de la física, de la química. La gran agricultura de nuestro tiempo está basada en la aplicación de la química, de la agrobiología, etc.

Pero, aunque los conocimientos científicos desempeñan un papel muy importante en el desarrollo de las fuerzas productivas, es erróneo buscar en ellas la causa fundamental y determinante de su desarrollo. El desarrollo de la ciencia depende de la *forma* en que una determinada sociedad produce sus bienes materiales.

El hecho de que muchas economías tengan un desarrollo sostenido que permita el crecimiento económico de una sociedad o país, o por el contrario sociedades sumidas en la pobreza y relegadas del progreso económico no depende de la tecnología y su constante desarrollo sino de las estructuras de poder político y económico y su forma de interrelación que en el primer caso brinda beneficios y en el segundo responden a interés particulares con consecuencias nefastas.

Es en *este marco histórico-social concreto*, y no fuera de él, en el cual la tecnología se genera, se transforma y se utiliza. Por lo tanto, es *este marco* el que *condiciona* los impactos económicos, sociales, culturales y políticos que pueda tener el fenómeno tecnológico. Por tal motivo, el estudio del proceso de desarrollo de la tecnología y sus impactos socio-culturales, no puede estudiarse al margen del estudio del carácter de las relaciones sociales en el cual dicho proceso se genera.

En este sentido, para Montoya (2002) no es raro encontrar que dentro de la actual fase de desarrollo capitalista, en que los monopolios transnacionales dominan el mundo en lo económico, cultural, político y social; es decir, en que los intereses económicos, políticos, culturales, y sociales de estas empresas son los dominantes a escala mundial, la tecnología cumple "*el papel de acelerar el proceso de acumulación de capital en los países desarrollados del planeta en detrimento de los países subdesarrollados que*

ven, por las mismas razones, incrementar su pobreza, su miseria y sus problemas sociales”.

1.4.4.3. El vínculo entre explosión tecnológica y tercerización de la economía

En épocas difíciles para una empresa, es saludable centrar todos sus recursos en eje del negocio y no desviar la atención en temas que algún proveedor puede solucionar. Es por eso que el servicio de outsourcing gana terreno cada vez más. La tercerización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) de una empresa es una herramienta de gestión fundamental que permite mejorar el desempeño de una firma sobre la base de un mejor control de los costos, la automatización de los servicios, la flexibilidad a los cambios de contexto y la innovación permanente, advierten desde Global Crossing, que pese a las turbulencias económicas mundiales, la firma prevé crecer este año entre un 8% y 11% en América latina.

Remondino (2009), en el 2º Foro Global Crossing de Tecnología y Negocios dijo: "la tercerización de servicios TIC es una alternativa muy demandada en épocas de crisis porque combina eficiencia con reducción de costos, al mismo tiempo que proporciona a las empresas la posibilidad de redireccionar sus inversiones y sus recursos humanos hacia actividades específicas".

En cuanto a los beneficios que la tercerización de servicios TIC se puede notar que éstos aceleraron sus procesos de reorganización y transformación, reducción del "*time to market*"¹⁵, facilidad de acceso a soluciones de última generación, optimización del uso de los recursos, aumento de la disponibilidad y calidad de los servicios y reemplazo de las inversiones por costos variables.

¹⁵ Time-to-market, es la aproximación a la solución la innovación tecnológica, incorporando al producto ventajas diferenciales y la velocidad de su implantación en el mercado.

1.4.5. La dimensión social

Dentro de la dimensión de la nueva economía, el incremento de fuentes de información a través del uso de tecnologías que faciliten el realizar cualquier tipo de tarea, muchas de ellas únicamente utilizando maquinaria o un operador, es algo que se vive día a día; en la más reciente actualidad se encuentra nuevas formas que responden a la misma lógica básica, pero que han surgido como reacción a los últimos fenómenos socioeconómicos. Es lo que se ha dado en llamar Nueva Economía Social.

La nueva economía social:

- a) Conjuga las condiciones de necesidad e identidad colectiva. La primera de ellas se refiere a la retirada del Estado del Bienestar en los países industrializados, con crecimiento del desempleo y aparición de nuevas necesidades insatisfechas por el binomio mercado, intervención pública. La premisa de la identidad colectiva, más difícil de encontrar en la sociedad actual (el desempleo aparece asociado a procesos de individualismo y debilidad de los vínculos tradicionales), se relaciona con la vida asociativa, muy activa y multiforme que, a veces, se prolonga en forma de desarrollo cooperativo.
- b) Se materializa en iniciativas locales de inserción, esto es, redes socioeconómicas donde se combinan las dimensiones mercantil y no mercantil en el seno de actividades económicas. La fortaleza básica de estas redes se fundamenta simultáneamente en la pertenencia social a una comunidad y en la creación de empleo.
- c) Aunque asumen parte de las limitaciones de la economía de mercado, estas actividades se diferencian cualitativamente de la misma, pues agrupan a personas excluidas del mercado de trabajo, persiguen una combinación de objetivos sociales y económicos, se gestionan asociativamente y mantienen perspectivas de empresariado colectivo.

LA NUEVA ECONOMÍA Y EL TRABAJO



Fuente: http://portal.educ.ar/debates/sociedad/img/correo_basura.jpg&imgrefurl

De modo muy similar, Laville (1997), distingue entre Economía Social prekeynesiana y Economía Solidaria postkeynesiana, resaltando como componente básico de ésta última la dimensión de espacio público en las sociedades civiles (proyección de cambio institucional), el cual se basa en una confianza personalizada que ocultaban las teorías centradas en el interés individual. El nuevo enfoque evita la atomización tradicional entre cooperativas (producción) y mutuas (asistencia), devolviendo fuerza al asociacionismo en red. Es una propuesta constructiva, simultáneamente económica y política, a los grandes problemas de finales del siglo XX.

De igual forma, Favreau (1997), identifica el resurgimiento actual de estos modelos con el Desarrollo Económico Comunitario (esto es, desarrollo local urbano), el cual, necesariamente, exige intervenciones multivariables, integrales, territorializadas y proactivas basadas en la cooperación económica y social.

Las condiciones de éxito son tanto microsociales (proximidad, efecto demostración y reciprocidad) como macrosociales (cohesión local con sentido de pertenencia, tejido asociativo, potencial empresarial colectivo,

disponibilidad de diferentes agentes sociales a la innovación organizativa y apertura a la experimentación de los poderes públicos nacionales).

Carpi (2008), se refiere a un nuevo estilo de desarrollo desde abajo basado en tres elementos:

- a) Movimientos asociativos (catalizadores locales),
- b) Comunidades locales (espacios básicos de interacción y movilización)
y,
- c) Economía Social (instrumentos estratégicos de gestión y educación).

La eficiencia económica y los y indicadores de evaluación se maximizan en la Economía Social Comprometida, brindando bienestar socialmente deseado y ecológicamente sustentable, respetando al ser humano y al medio ambiente.

En definitiva, la Nueva Economía Social, NES, incluye una amplia gama de realidades, no siempre interconectadas, entre las que se puede destacar sin querer ser exhaustivos las siguientes:

- a) **Empresas de Inserción Social:** Su principal misión es promover la integración socio-laboral de colectivos marginados (desempleo de larga duración, toxicomanías, excarcelación, discapacidades psíquicas o físicas...), y para ello se sirven de diferentes actividades mercantiles con vocación de autosuficiencia.
- b) **Comercio Justo:** Importación y distribución de productos de países pobres procurando precios justos y condiciones de trabajo dignas para los productores.
- c) **Medio Ambiente:** Internalización de los costes ecológicos en los procesos productivos de las empresas, así como búsqueda y defensa de alternativas para los procesos contaminantes. Su filosofía se

resume en el *lema de las tres erres: Reducir el consumo, Reutilizar los materiales y, sólo en último caso, Reciclar.*

Las ideas más desarrolladas en este apartado son las empresas de recuperadores, las bicimensajerías, la agricultura ecológica y la arquitectura bioclimática.

- d) **Cooperativismo y, en general, Economía Social tradicional:** Promoción del funcionamiento democrático dentro del mundo empresarial, tanto en países ricos como pobres, mediante la participación de todos los agentes en la toma de decisiones, el acceso a bienes o servicios y la gestión financiera.
- e) **Desarrollo rural:** Frente al problema de las migraciones a polos urbanos, se trata de fijar la población al campo mediante la aplicación al mundo rural de las teorías de Desarrollo Local. Son ejemplo de esto el turismo rural, la etnografía y la recuperación de técnicas tradicionales, así como la promoción de redes interinstitucionales comarcales.
- f) **Información alternativa:** Publicaciones (periódicas o monográficas, sobre soporte tradicional telemático) y redes de comunicación social que promueven los productos y articulan las diferentes iniciativas de NES, tratando de generar una “contrainformación” a los medios de masas estándares.
- g) **Financiación alternativa:** Financiación del resto de actividades de NES mediante bonos solidarios, fondos éticos, ahorro de proximidad, cheques servicio y otros instrumentos innovadores. Puede incluirse también en esta categoría el trueque: cooperativas de consumo basadas en la sustitución del dinero como instrumento de intercambio a cambio de la transacción directa y mutua de bienes y servicios producidos o consumidos por los socios

El crecimiento de un país se relaciona directamente con el de su productividad. Esta se suele medir mediante dos variables: la productividad media del trabajo y la productividad total de los factores. La primera de ellas es el cociente entre el producto obtenido (habitualmente, el valor añadido en la industria o sector de que se trate, o el valor añadido, el producto interior bruto u otra magnitud similar, a nivel nacional) y el número de horas trabajadas o de personas ocupadas (corregido o no por alguna medida de la calidad del trabajo).

La segunda medida, la productividad total de los factores o productividad multifactorial, recoge el impacto del cambio tecnológico sobre el conjunto de los factores, es decir, el hecho de que la producción tenga lugar en un sistema productivo más eficiente y tecnológicamente más avanzado.

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO ANALÍTICO DE ECUADOR Y SU INSERCIÓN EN LA ECONOMÍA MUNDIAL.

2.1. Situación del Ecuador en camino a su inserción en la nueva economía

Para iniciar esta investigación, y su relación del Ecuador con la nueva economía, es necesario realizar un breve análisis del país ayudado de la herramienta administrativa de diagnóstico FODA.

Para realizar este análisis FODA al país, se establece plantear uno que en forma global pueda exponer en aspectos internos, sus fortalezas y debilidades, y su relación con el mundo, sus oportunidades y sus amenazas, para lo cual se dividirá en estos aspectos:

- a) Aspecto económico y
- b) Aspecto tecnológico

2.2. Diagnóstico y Análisis del aspecto económico ecuatoriano, frente a la nueva economía

Dentro del análisis de aspectos económicos que dan una visión más o menos acercada a la realidad que vive el Ecuador, no serviremos del análisis de ciertos índices económicos, únicamente haciendo una comparación de los años 2008 y 2009, debido a que en este periodo, el Gobierno ha fortalecido la estructura informática frente a la nueva economía a través de la creación del Sistema Nacional de Contratación Pública el 4 de agosto del 2008 y el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información el 13 de agosto de 2009.

2.2.1. Análisis de aspecto interno

El análisis del aspecto interno económico del país

a) *Inflación*

La inflación es “*incremento en el nivel general de precios, o sea que la mayoría de los precios de los bienes y servicios disponibles en la economía empiezan a crecer en forma simultánea. La inflación implica por ende una pérdida en el poder de compra del dinero, es decir, las personas cada vez podrían comprar menos con sus ingresos, ya que en períodos de inflación los precios de los bienes y servicios crecen a una tasa superior a la de los salarios*”¹⁶.

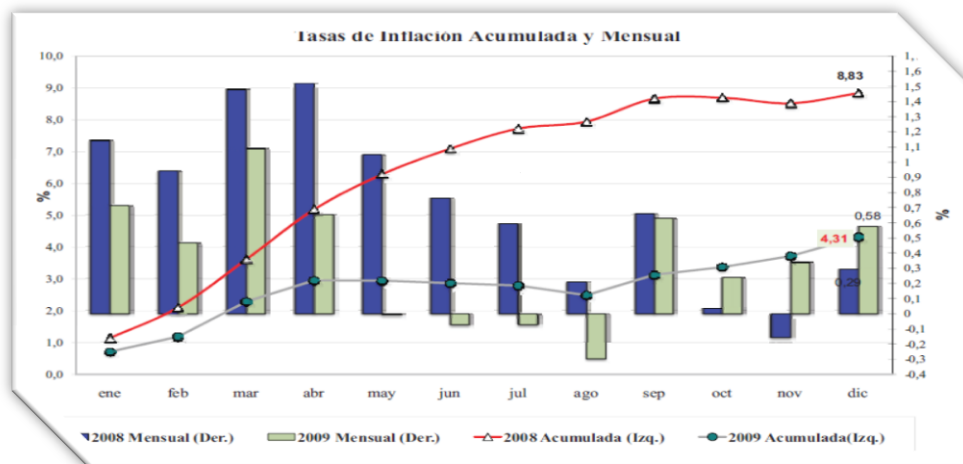
Nuestro país, de acuerdo a cifras proporcionadas por el Banco Central del Ecuador¹⁷, presenta una inflación del 3.71% a diciembre del año 2008, creciendo la pérdida de valor del dólar en nuestro país de 0.6% para el año 2009, lo que significa que cerró el año pasado en 4.31%, lo que se refleja principalmente en productos de primera necesidad, y también en bienes tecnológicos (*la base de la nueva economía*), aparentemente *suntuarios*.

¹⁶ **INFLACIÓN**; <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/inflacionconcepto/>

¹⁷ Banco Central del Ecuador, **CIFRAS ECONÓMICAS DEL ECUADOR**, Ecuador, Diciembre 2009

INFLACIÓN AÑO 2008-2009

GRÁFICO 1



Fuente: Banco Central del Ecuador

La pérdida de valor del dólar, como única moneda circulante en el país, hace que los bienes y servicios se tornen más costosos para los consumidores, éste incremento en los precios, sobre los bienes tecnológicos, se acentuó debido a las restricciones gubernamentales, impuestas sobre las importaciones, nuestro país no produce tecnología ni tampoco existen empresas netamente dedicadas a su producción, sino más bien, ésta en su mayoría la importan, por lo que la adquisición de aparatos electrónicos, como también productos e insumos tecnológicos, de lo que antes se adquiría un computador con características básicas en 300 USD, ahora se lo consigue en 350 y hasta 400 USD¹⁸.

b) Producto Interno Bruto

El índice del Producto Interno Bruto, PIB, es “*el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado*”¹⁹.

Cuando se comparan las economías de algunos países se calcula el PIB en dólares, lo cual afecta la medición en términos reales ya que el tipo de

¹⁸ Referencia de comparación de precios, www.mercadolibre.com

¹⁹ Producto Interno Bruto; <http://www.econlink.com.ar/dic/pib.shtml>

cambio puede ser volátil de una región a otra, para esto es común usar el método de deflatación del PIB, utilizando la paridad del poder de compra (PPP de sus siglas en inglés “*purchasing power parity*”).

De acuerdo a cifras del Banco Central del Ecuador, el PIB, en el año 2008 fue de 23.530 millones de dólares, incrementándose a 23.760 millones de dólares para el año 2009, hay que tomar en cuenta que la producción del PIB, se mide en términos monetarios, por esto, la inflación puede hacer que la medida nominal del PIB sea mayor de un año a otro y que sin embargo el PIB real no haya variado.

Para solucionar este problema se calcula el PIB real deflataando el PIB nominal a través de un índice de precios, más concretamente, se utiliza el deflactor del PIB, que es un índice que incluye a todos los bienes producidos.

Lo que significa que si se deflata al PIB se tiene:

$$\begin{aligned} \text{PIB deflactado} &= \text{PIB} - \text{Inflación} \\ \text{PIB deflactado} &= 23.760 \text{ millones} - 4.31\% \\ \text{PIB deflactado} &= 22.735,94 \text{ millones} \end{aligned}$$

Lo que significa que para el año 2009 el PIB disminuyó 3.37% en comparación al año 2008, lo que significan, 794.06 millones de dólares que el Ecuador dejó de producir.

Este decremento pudo ser por varios factores, entre los cuales se puede citar la crisis financiera que vivió el país, desde finales del año 2007, la cual afectó a todo el mundo, en muchos aspectos, y por ende nuestro país, e hizo que muchos inversionistas de la empresa privada dejaran de invertir o traigan inversión al país, la inseguridad al momento de invertir en nuevos negocios, la generación de nuevas empresas, o la ampliación de negocios en el país y el mundo, hizo que redujeran considerablemente el PIB del año 2009.

La generación de ahorro per capital también fue uno de los causantes para el decrecimiento del PIB, debido a que las familias procuraban no consumir las mismas cantidades que habitualmente consumían, lo que por ende también afectó a las empresa a la hora de producir bienes o servicios.

Tal decremento, también se puede notar en los índices de crecimiento en la balanza de servicios, comercio al por mayor y menor, industria manufacturera, agricultura, ganadería caza y silvicultura y construcción, como se muestra en la siguiente tabla:

ÍNDICES ECONÓMICOS

Tabla 1

ÍNDICE	AÑO 2008 %	AÑO 2009 %	VARIACIÓN %
Explotación de minas y canteras	-0.39	-0.57	0.18
Servicios ²⁰	0.6	-0.09	0.69
Comercio al por mayor y menor	-3.06	-1.25	-1.18
Industria manufacturera	-2.03	-0.49	-1.54
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	0.56	-0.92	1.48
Construcción	-0.46	2.04	-2.5
Otras ramas ²¹	-1.21	3.41	-4.062

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jorge Cevallos S.

Es preocupante, porque en base al informe emitido por el Banco Central, dentro del rubro de servicios, dentro de éste, se encierra también el de comunicación, disminuyendo este en un 0.69%, lo que significaría un estancamiento aparente para la inserción de la nueva economía en el país.

²⁰ El Banco Central del Ecuador, incluye en este rubro a Hoteles, bares y restaurantes, comunicaciones, alquiler de vivienda, servicios a las empresas a las empresas y a los hogares, educación y salud.

²¹ Dentro de este rubro, se incluye transporte y almacenamiento, administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria, intermediación financiera, pesca, suministros de electricidad y agua, hogares privados con servicio doméstico, fabricación de productos de la refinación de petróleo.

c) Tasas de Interés y Sistemas financieros

En lo que se refiere al sector monetario y financiero, las tasas referenciales de interés, siguieron aparentemente estables, habiendo en unas y en otras una aparente estabilidad, como se muestra en la siguiente tabla:

INDICADORES MONETARIOS

TABLA 2

TASAS DE INTERÉS	Nov 09	Dic 09	VARIACIÓN
	%	%	%
Activa referencial productivo corporativo	9,19	9,19	-
Activa referencial empresarial ²²	9,84	9,90	+0.06
Activa referencial productivo PYMES	11,32	11,28	-0.04
Activa referencial consumo	18,03	17,94	-0.09
Activa referencial vivienda	11,13	11,15	+0.02

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jorge Cevallos S.

Por lo que se puede ver una aparente estabilidad no existiendo variación en las tasas de interés, especialmente en lo que concierne a PYMES, empresariales y productivos, que son los principales consumidores de la nueva economía.

2.2.2. Análisis de aspecto externo

En lo que se refiere al análisis de aspectos externos, se analizará lo referente a índices bursátiles, exportación e importación y producción petrolera.

a) Índices bursátiles

²² Los segmentos comerciales cambian de nombre a segmentos productivos y se crea el segmento productivo empresarial; Banco Central del Ecuador

Los índices bursátiles son “*números índices que reflejan la evolución en el tiempo de los precios de los títulos cotizados en un mercado. La muestra de activos que componen el índice obedece a ciertos criterios de elección que en general tienen que ver con el volumen negociado y la capitalización bursátil. Dado que existen distintos tipos de títulos cotizados (acciones, derivados) se pueden calcular diferentes tipos de índices, aunque los más conocidos son los que se refieren a las acciones*”²³

Es así que el ECU-INDEX GLOBAL (UIO)²⁴ es un índice Nacional de precios y Cotizaciones del mercado ecuatoriano²⁵, es un índice accionario que refleja adecuadamente el desenvolvimiento del mercado bursátil nacional en su conjunto, éste trabaja a través de un fondo creado para los migrantes el mismo que a manera de banco ofrece la posibilidad de participar como *socio empresarial* el cual con un mínimo de inversión puede ingresar, o como *agente de negocios internacionales* el cual puede ser socio a partir de cierto tiempo aportado, ofreciendo beneficios para las exportaciones de materias primas al país; ya con este preámbulo, de acuerdo a cifras emitidas por el BCE, se tiene que en noviembre del 2009 las acciones estaban en 887.04 usd, bajando a 854.95 usd en diciembre del mismo año, lo que no es un decremento muy alto, considerando la crisis mundial.

De igual forma, el IPECU (GYE)²⁶, en sus siglas significan índice de Precios del Mercado de Valores Ecuatoriano, éste índice mide las ganancias de capital que el inversionista obtiene producto de la variación que experimentan los precios de las acciones en el mercado nacional. De acuerdo a cifras del BCE, se tomó su cierre en base a la Bolsa de Guayaquil, cerrando en noviembre del año 2009 en 180,80 usd el valor de la acción,

²³ **INDICES BURSÁTILES;** www.monografias.com/trabajos33/indices-bursatiles/indices-bursatiles.shtml

²⁴ Más información en: <http://www.campusanuncios.com/detempleo-1324249717X-Negocios-Ecuindex-Madrid.html>

²⁵ Para el cálculo de éstos índices se considera el precio de cierre de la acción ya sea en la Bolsa de Guayaquil o en la Bolsa de Valores de Quito; en caso de que hubiere cotizado en ambas, se escoge aquel que se haya registrado en la bolsa donde el emisor sea más líquido. Para efectos de medir la liquidez, se realizará un análisis trimestral móvil para ambas bolsas, y en base a este se fijan los precios de cierre para el siguiente mes.

²⁶ Ibid.

disminuyendo un poco en diciembre a 179,13 usd, de igual manera no es un decremento muy significativo, pero sí es interesante notar, que pese a la crisis mundial, éste apenas disminuyó en un 0,92%.

Y finalmente el índice NASDAQ²⁷, de acuerdo a resultados obtenidos de la Bolsa de Valores de Nueva York, éste cerró el año 2009 en 2269,15 usd, en comparación al año 2008 que cerró en 1577,03 usd por acción, lo que significa que éste índice se incrementó en un 69,50%, por acción en empresas encargadas de la producción de tecnología.

b) Exportaciones e importaciones

En cuanto se refiere a las exportaciones e importaciones, éstas sufrieron un incremento significativo el mismo que se puede apreciar en la tabla 3.

Debido a las políticas de impulso económico dictadas por el gobierno actual, y por las tasas de interés que no sufrieron alzas considerativas, las exportaciones especialmente a Estados Unidos y Europa crecieron en aproximadamente un 13%, con relación al año anterior, lo que para muchos expertos economistas, esta tiende al alza.

En cuanto a las importaciones, pese a restricciones aduaneras y al incremento de impuestos, éstas sufrieron un incremento especialmente en materias primas y en la importación de bienes de consumo, únicamente se ve un decremento en las compras de bienes de producción, como maquinaria y equipo.

²⁷ El Nasdaq (National Association of Securities Dealer Automated Quotation) es un índice accionario que recoge a los títulos valores, del sector tecnológico, inscritos en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE).

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

TABLA 3

EXPORTACIONES ACUMULADAS (MILLONES USD FOB)			
	Nov 08 (Millones usd)	Nov 09 (Millones usd)	Variación (Millones usd)
Petróleo crudo	4.969,62	5.507,41	537,79
Banano y plátano	718,66	1.796,76	1.078,10
Camaron	277,64	596,55	318,91
Flores naturales	258,46	497,87	239,41
Cacao	96,12	281,14	185,02
Otros primarios	256,85	597,87	341,02
Industrializados acumulados:			-
Derivados de petróleo	574,63	629,28	54,65
Otros prod. Mar elaborados	339,69	601,40	261,71
Manufacturas de metales	250,81	470,13	219,32
Químicos y fármacos	50,35	109,95	59,60
Manufacturas de textiles	37,22	151,67	114,45
Café elaborado	41,42	83,22	41,80
Otros industrializados	491,36	993,39	502,03
IMPORTACIONES ACUMULADAS (MILLONES USD FOB)			
	Nov 08 (Millones usd)	Nov 09 (Millones usd)	Variación (Millones usd)
Importaciones ac. Materias primas	2.130,17	4.244,68	2.114,51
Importaciones ac. Bienes de consumo	1.387,13	2.772,75	1.385,62
Importaciones ac. Bienes de capital	1.586,53	2.025,41	438,88
Importaciones ac. Combustible lubricantes	981,64	2.025,41	1.043,77
Importaciones ac. Bienes diversos	1,12	55,25	54,13
BALANZA COMERCIAL	2.321,37	-	347,94

Fuente: Banco Central del Ecuador

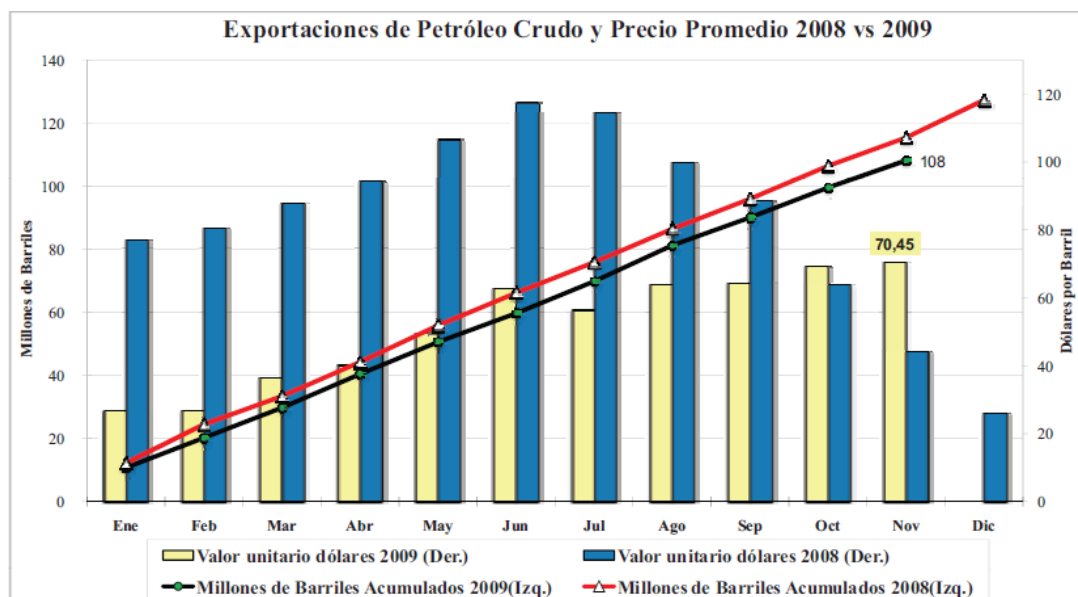
Elaborado por: Jorge Cevallos S.

c) Producción petrolera

Pese a la crisis mundial, el petróleo ecuatoriano cerró el año 2009 con la exportación de 108.106,00 miles de barriles de petróleo, a un precio de 70,45 usd, teniendo el siguiente movimiento:

PRODUCCIÓN PETROLERA

GRÁFICO 2



Fuente: Banco Central del Ecuador

2.2.2. Diagnóstico y Análisis del aspecto tecnológico ecuatoriano, frente a la nueva economía

En la nueva economía, la Sociedad de la Información y la evolución permanente de las Tecnologías de la Información y Comunicación tiene influencia directa en los aspectos económico, político, social y cultural. Como consecuencia el mercado laboral se transforma y dinamiza al mismo ritmo o como en el caso ecuatoriano más lento debido a la brecha tecnológica y limitado acceso a internet que existe y que no es consecuente con las exigencias de esta era digital.

La economía digital precisa de personal altamente calificado en el uso de las nuevas tecnologías en una variada gama de nuevos puestos; la red se ha convertido en un eficiente instrumento para el mercado laboral digital que permite colocar en línea a oferentes y demandantes, creando un nuevo modelo de búsqueda y asignación de empleo.

2.2.2.1. Aspecto Interno

a) La tecnología en el Ecuador

El Ecuador es un gran exportador de software en Latinoamérica, de acuerdo a un artículo del diario *El Telégrafo*, explica que la industria productora de software nacional registra una evolución positiva en los últimos años, tanto así que el año 2008, ya fue considerada por el Gobierno como un sector productivo ganador, que le permitirá canalizar incentivos y políticas a su favor.

De acuerdo a una entrevista realizada por este mismo diario a Ernesto Kruger, presidente de la Asociación Ecuatoriana del Software (Aesoft), dice que *“esto es algo que permite avanzar y ver con positivismo el futuro de la competitividad del país en la sociedad del conocimiento y en la economía digital actual”*.

La dependencia que la humanidad tiene hoy de la tecnología es visible en muchos aspectos cotidianos en el mundo y específicamente en el Ecuador, el software controla y facilita las actividades humanas, por ejemplo el servicio de semáforos inteligentes, redes wifi, telefonía fija y celular, sistemas bancarios que facilitan la actividad financiera, sistemas de control aéreo con radares que agilitan el flujo de tráfico; y muchas mas aplicaciones. Este sector (software) muestra un crecimiento sostenido en los últimos 10 años, en el año 2005 se facturaron 62 millones de dólares, y esta cifra creció más del 50% solo dos años mas tarde, con una facturación de 130 millones de dólares, incentivando al crecimiento de este sector en el mismo periodo de tiempo que en el 2005 contaba con 222 compañías registradas y para el 2007 más de 250.

La nueva economía se caracteriza por hacer un uso eficiente de la tecnología y sigue muy de cerca su constante evolución y se transforma con ella, sin embargo ésta se centra en las Tecnologías de Información y Comunicación TIC, Marcelo López, representante de la Asociación de

Empresas de Telecomunicaciones de la Comunidad Andina (Aseta), en una publicación de diario hoy del 31 de agosto del 2011 manifiesta que *“para eliminar la brecha digital y democratizar el acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se debe tener el marco regulatorio adecuado que garantice una infraestructura de fácil acceso para todos los inversionistas y la prestación de servicios convergentes a precios que correspondan a la realidad de la población”*

De acuerdo a la misma publicación, en cuanto a la telefonía fija, en el segundo trimestre de 2007, Ecuador se encuentra en un tercer lugar de entre los cinco países andinos, con 13,11 líneas por cada 100 habitantes, ubicado entre Perú con 9,04 líneas por el mismo número de población y Colombia con 16,00. Y según datos del 2009 Ecuador incrementó a 14,49%. En cuanto a la telefonía móvil para el 2007 Ecuador se ubica en el tercer puesto con 62,72% entre Perú (43,75%) y Colombia (70,85%), y según datos del 2009 Ecuador incrementó a 86,52%, manteniendo su tercer puesto.

La penetración de la telefonía móvil en el Ecuador según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL) llegó al 105% hasta diciembre del 2010 con 15,11 millones de líneas activas, y el uso de banda ancha creció en 57% pasando de 153.404 en enero del 2010 a 242.134 usuarios en octubre del mismo año y con perspectivas de crecimiento en usuarios de banda ancha móvil.

Según él, los servicios de las TIC están atravesados por una red única convergente con base en el protocolo de internet (IP), lo cual marca el ingreso a la sociedad de la información, la brecha digital se puede medir a través de indicadores como la telefonía fija.

Dentro de nuestro país, el acceso a las telecomunicaciones goza de mayores facilidades en cuanto a la utilización y acceso a la infraestructura del sector por parte de quienes tienen los recursos económicos para este acceso, dejando de lado a los pequeños y medianos empresarios, que por el

alto costo de la infraestructura o por la imposibilidad de replicarla, deben someterse a un mercado monopólico.

En el actual gobierno se creó el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información el 13 de agosto del año 2009 cuyo objetivo es garantizar el acceso igualitario a los servicios que tienen que ver con el área de la telecomunicación, viabiliza planes y programas que permiten el acceso a las tecnologías de información y comunicación a la mayor cantidad de personas sobre todo a los estudiantes, con una inversión significativa, regula el mercado en este importante sector y abre las puertas a nuevas tecnologías como la de tercera generación (3G) que es tecnología de telefonía móvil con acceso a banda ancha a través de teléfonos inteligentes (smart Phones) brindando un servicio con aplicaciones ilimitadas que en el último trimestre ha tenido un crecimiento importante.

2.2.2.2. Aspecto Externo

a) Crecimiento tecnológico y tecnologías de información y comunicación a nivel mundial

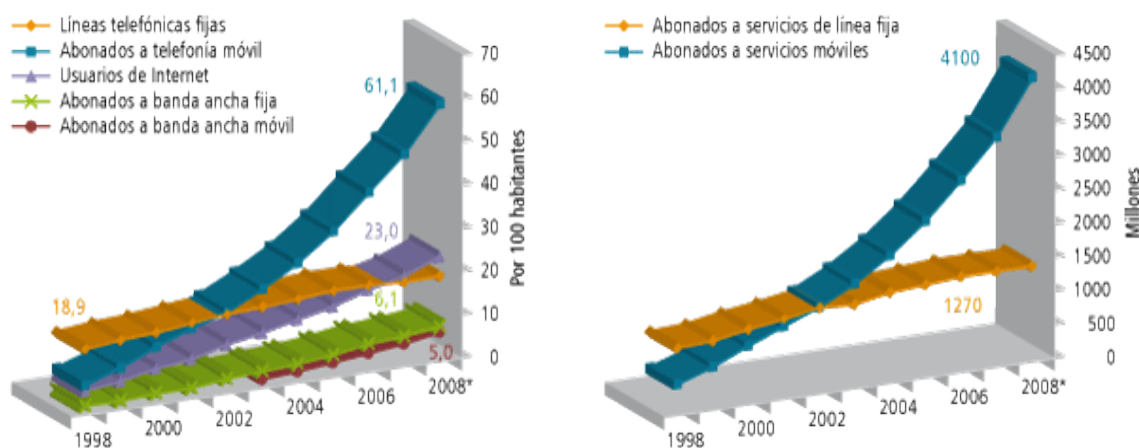
La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) publicó en marzo del 2009 el informe: *Medición de la Sociedad de la Información*, el que analiza el crecimiento de la Sociedad de la Información a escala mundial, este análisis se basa en un índice nuevo denominado Índice de desarrollo de las TIC (IDT) de la UIT, este índice representa el nivel de TIC en 154 países del mundo incluido el Ecuador y realiza una comparación del progreso en la reducción de la brecha digital en el periodo 2002 y 2007, a fin de obtener indicadores reales que sirvan a los gobiernos y empresas monitorear el desarrollo local con una visión mundial.

Los resultados del informe confirman las estimaciones de la UIT, lo cual indica que el planeta en el 2008 alcanzó un alto nivel de acceso a las TIC, en números: 4.000 millones de usuarios de telefonía móvil y 1.300 millones de telefonía fija, además casi el 25% de los 6.700 millones de personas que

habitan el planeta usan internet, la penetración de banda ancha en los servicios fijo y móvil es todavía bajo 6 y 5 % respectivamente (Figura 1 iz). Las diferencias entre el nivel de TIC se observan entre economías desarrolladas y en desarrollo.

PERSPECTIVA MUNDIAL LA TELEFONÍA MÓVIL ADELANTA A LA TELEFONÍA FIJA

GRAFICO 3



Fuente: Estimaciones; Origen: Base de datos Indicadores de las telecomunicaciones/TIC mundiales de la UIT

Las cifras muestran que a finales de 2008 había en el mundo tres veces más abonados a la telefonía móvil que a la fija, lo que indica claramente un cambio en hábitos de comunicación.

La penetración de líneas fijas no ha crecido significativamente en los últimos años, rezagándose a un 20%, inclusive en algunos países desarrollados hay disminución de líneas, esto debido a la expansión de los servicios móviles que ha mostrado mayores ventajas y el acceso a más y mejores servicios e incluso la portabilidad, es por eso que los países en desarrollo han experimentado un crecimiento sostenido y para finales de 2008 la penetración de este servicio se ubica alrededor del 50%.

b) Crecimiento de Internet y de la banda ancha

A pesar de que el número de usuarios de internet crece aceleradamente en todo el mundo, existen diferencias significativas entre los países más desarrollados y los países en desarrollo, es así como mientras en Europa más del 40% de su población accede a internet y de ellos el 60% dispone de conexión de banda ancha, en África el porcentaje es de alrededor del 5%.

La crisis económica global de estos últimos tres años no ha impedido que la tendencia mundial al uso de las TIC varíe, debido a la dependencia que se derivan de ellas en todos los ámbitos, tal vez se podría reducir la tasa de crecimiento pero no el número de abonados.

Para recopilar este índice IDT se seleccionaron once indicadores, los cuales miden la infraestructura, acceso, utilización y conocimiento de las TIC (Figura 4), los indicadores se ponderaron de la siguiente manera: 40% acceso a las TIC, 40% utilización de las TIC y 20% conocimiento de las TIC. Los resultados se dividen en cuatro grupos:

- 1) Alto (IDT mayor a 5,29): Europa (21 países), Asia-Pacífico (10 países), Canadá y Estados Unidos, que representan alrededor del 15% de la población mundial
- 2) Medio Alto (IDT entre 3,41 y 5,25): se incluye a Mauricio en África, Europa Oriental (9 países), Asia Sudoriental (3 países), Caribe (2 países), América Latina (4 países) y Asia Occidental (7 países); que junto al grupo alto representa 27% de la población mundial.
- 3) Medio (IDT entre 2,05 y 3,34): en este grupo se ubica un tercio de la población mundial como China e Indonesia, varios países del norte de África y los cuatro países de África Subsahariana y países de Asia Occidental no incluidos en el grupo medio alto.
- 4) Bajo (IDT entre 0,82 y 2,03): se ubica el tercio restante de la población mundial, Nicaragua, Haití y muchos países del este y sudeste asiático y la mayor parte de los países de África Subsahariana.

2.3. Análisis FODA de la economía y la tecnología de la información

Existen muchos aspectos que deben ser tomados en cuenta al realizar un análisis FODA al país en cuanto a economía se refiere, pero dentro de esta investigación, se toman en cuenta únicamente ciertos factores que se consideran son los más relevantes.

Para la realización de éste análisis FODA, se exponen varias matrices que facilitarán su análisis

- 1) Matriz Impacto interno
- 2) Matriz Impacto externo
- 3) Matriz de vulnerabilidad
- 4) Matriz de aprovechabilidad
- 5) Matriz de estrategias

Las mismas que se muestran en el Anexo 2.01

2.3.1. Análisis de la Matriz de Estrategias

La crisis económica mundial que se visibilizó en el año 2008 originada en los Estados Unidos y expandida a todo el mundo, la cual ha sido señalada por analistas internacionales como *la crisis de los países desarrollados*, y que persiste hasta ahora, sin duda afectó al Ecuador que viene sufriendo un cambio estructural en sus instituciones, en su postura política, y en su posicionamiento a nivel regional, ha remecido algunas estructuras sociales y políticas, por lo cual el año 2009 en su primer semestre se tornó complejo. Y debido a esta crisis del capitalismo del año 2008 que fue solo comparable con la gran depresión de los años treinta en el siglo veinte, y que sacudió las economías mundiales de los países más desarrollados del planeta, el Ecuador terminó con fuertes dudas respecto a las expectativas económicas para el año 2009 todo esto aupado por sectores políticos y mediáticos de oposición que en su afán de desestabilizar al país predijeron una catástrofe económica que iba a devastar la economía ecuatoriana: expansión

descontrolada del desempleo, inevitable fuga de capitales al exterior, descapitalización de la economía ecuatoriana por aislamiento de los mercados financieros internacionales, embargo de activos y exportaciones como resultado de la moratoria de una parte de la deuda externa, y el fin de la dolarización, provocando en la sociedad un sentimiento de incertidumbre, frente a estos presagios malintencionados el gobierno mantuvo una actitud optimista y existió la decisión política de afrontar la crisis con todos los instrumentos que tenía a su disposición, minimizando la gravedad de la crisis.

La realidad es que los presagios fatalistas de estos grupos de poder que conspiraron no solo contra el gobierno sino contra todo el pueblo ecuatoriano, respondían y responden a interés particulares y a agendas políticas internacionales que trataron de desgastar la aprobación que el gobierno tiene de la sociedad ecuatoriana en el proceso electoral y después de este, con la misión de frenar los procesos continuos de cambio que están en marcha y que el gobierno dice son irreversibles.

La evolución de los precios internacionales del crudo, no es el único parámetro a ser analizado en esta crisis, existen otras variables en las cuentas nacionales que preocupan y tienen la capacidad de desestabilizar la economía ecuatoriana bajo el régimen monetario que adoptó el país desde el año 2000 la dolarización como son los desequilibrios en la balanza de pagos. La crisis aún hoy no ha terminado y es difícil anticipar como va a evolucionar en el mediano plazo, a pesar que el Ecuador no ha sido golpeado por esta como ha sucedido en países europeos como Grecia e Irlanda, se espera un recuperación económica evitando repercusiones estructurales. Paul Krugman (premio Nobel de Economía 2008) afirma que *“en estos momentos el mundo en general se asemeja al Japón de principios de los noventa”* país que sufrido un ambiente recesivo por más de diez años.

No cabe duda que la crisis económica global tuvo, tiene y tendrá repercusiones en el Ecuador en cuanto a su magnitud o dimensión real y su alcance, a pesar que el impacto sobre el país no depende exclusivamente de

su permanencia en el tiempo y su grado de profundidad. Deberá considerarse los aciertos de las políticas que el gobierno impulsa para encararla y evitar su permanencia en la economía ecuatoriana.

Las crisis que ha sufrido el capitalismo a través de la historia son de carácter cíclico con sus picos más altos en periodos de auge económico y su posterior declinación en el mediano y largo plazo y su origen se debe a la inestabilidad propia de este sistema y a la incompatibilidad de este sistema de acumulación de capital y propiedad de medios de producción en pocas manos con una sociedad que demanda equidad en la distribución de la riqueza y respeto del medio ambiente que está en serio peligro debido a la depredación que el capitalismo fomenta, esto supera las lecturas superficiales de la burbujas financieras e hipotecarias que tiene su génesis en un sistema altamente especulativo y poco regulado, es decir un mercado sin intervención gubernamental, un vicio del capitalismo que hoy pasa una alta factura a todo el planeta.

La crisis global de capitalismo y que afecta tanto a economías fuertes como débiles tiene facetas múltiples, asimétricas y sincronizadas que en gran medida se explica por las políticas extremadamente aperturistas con los desequilibrios que están conllevan, tanto como las propuestas de no regulación o desregulación y flexibilización que se han impuesto desde los países del primer mundo o países desarrollados a todas las economías del planeta, propuestas causantes de grandes desequilibrios que han devastado economías que han sido sumisas a las imposiciones internacionales, como el caso de México que mantiene un TLC con EEUU y la crisis lo afectó de manera significativa, no así algunos países latinoamericanos entre ellos Ecuador que han sido más prudentes en cuanto a tratados de libre comercio.

En este escenario, cual hubiese sido la situación económica y política del Ecuador si se sometía a los procesos opresivos de libre mercado impuesto por los EEUU y el capitalismo ortodoxo, cuyas secuelas y prácticas aun no han sido superadas. En este supuesto no consentido el Ecuador debía recurrir al financiamiento de organismos multilaterales como el FMI y el

Banco Mundial con sus conocidas recetas recesivas de política económica que condicionan la transferencia de fondos y destruyen la economía de quienes acceden a su crédito, como el caso de Grecia, ¿Qué hubiese sucedido con los excedentes petroleros?, seguramente estarían garantizando el pago de la deuda como ha sido práctica usual de los gobiernos neoliberales de turno. La inversión social también se hubiera visto afectada y obligada a restringirse evitando una equitativa distribución del ingreso fiscal. ¿Cómo se habría impactado el aparato productivo no estatal y el empleo derivado de una contracción de la inversión pública? ¿Cuáles habrían sido los efectos de la inflación? ¿Cómo se habrían visto afectados el consumo de las familias y las empresas? ¿Cuál habría sido el impacto en el sistema financiero la aplicación de medidas conservadoras ajustadas a imposiciones neoliberales de los organismos internacionales en cuanto a la solvencia del sistema y al crédito? Seguramente la combinación de estos aspectos restrictivos, conjugado con los poderes fácticos políticos y mediáticos conspiradores habrían causado la desestabilización del gobierno y niveles de pobreza e inequidad generalizado.

Para tener una visión imparcial de la actual coyuntura y las políticas que se adoptan para enfrentar esta situación extrema de crisis mundial, se deben destacar dos aspectos:

1. La crisis social y económica del Ecuador en este periodo democrático
y
2. La dimensión global de la crisis y su forma de encararla y superarla

Para realizar un análisis exhaustivo sobre la crisis ecuatoriana y las alternativas económicas y políticas orientadas a enfrentarlas y superarlas causando el menor impacto negativo posible, estos condicionamientos deberán ser tomados en cuenta.

La concentración excesiva en los efectos directos y superficiales de la crisis económica mundial en el Ecuador (como se lo ha hecho) puede no dar objetividad a otros muchos argumentos más estructurales y sistémicos.

CAPITULO III

3. PROPUESTA DE INSERCIÓN PARA ECUADOR FRENTE A TECNOLOGÍAS AVANZADAS Y SU DESARROLLO INTERNO

3.1. Entorno económico interno en el que se desarrolla el Ecuador y su posible estabilidad

Según las primeras previsiones del Banco Central del Ecuador, a inicios del año 2009 se esperaba un crecimiento del PIB real de 3,2%. Esta cifra representaba ya un claro reconocimiento de los problemas que experimentaba la economía ecuatoriana por efecto de la crisis internacional. Tiempo atrás el Ecuador había experimentado un significativo crecimiento en el año 2008, del 6,5%²⁸.

El ministro coordinador de la Política Económica, en ese tiempo, Diego Borja, al empezar el segundo trimestre del 2009 hablaba de un 1%²⁹. El presidente Correa, a fines de agosto, al presentar una serie de reformas tributarias, hablaba del 2%, que se considera muy poco probable de que sea alcanzada. La Comisión Económica para América Latina de Naciones Unidas (CEPAL), en su último informe de julio ajustó su predicción, llevándola también al 1%³⁰ para este año. De acuerdo a las más recientes estimaciones del Banco Central del Ecuador, el crecimiento esperado para este año sería similar al de la CEPAL, 1%.

En concordancia con la publicación del Banco Central del Ecuador en el Boletín de Cuentas Nacionales No. 068, para el periodo 2009 durante el segundo semestre, la economía del Ecuador experimentó un crecimiento del orden de 0,21% en comparación con el mismo periodo del año 2008, y el PIB real se ubicó en USD 11,684 millones.

²⁸ Cifras Banco Central del Ecuador , 2008

²⁹ Diario “El Comercio”, sección Economía, 2009

³⁰ Informe CEPAL, 2009

En cuanto al sector petrolero, este experimentó una contracción del 10,57% en relación al año 2009, la cual se explica principalmente por el precio del barril de petróleo no recupera los niveles que se alcanzó en el año 2008. El sector no petrolero tuvo un crecimiento de 1,59%, impulsado por el crecimiento de sectores como la Administración Pública y Defensa (8,66%) y la construcción (7,44%), de acuerdo a estos datos podemos concluir que el crecimiento de la economía ecuatoriana en este periodo se debió en gran parte a la inversión en del gobierno en áreas sociales de seguridad, vivienda y vialidad.

Lo anterior coincide con las estadísticas de empleo publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el primer trimestre del año, cuando las ciudades de Guayaquil y Machala experimentaron tasas de desempleo del 12.6% y 9.6% en contraste a Quito cuya tasa fue del 5.2%. Siendo esta última ciudad en donde se encuentra ubicada la mayor proporción de las 207 instituciones públicas que aproximadamente existen.

Sin embargo, al analizar la evolución trimestral de la economía ecuatoriana, se puede apreciar que desde el cuarto trimestre del año 2008 ésta ha experimentado tasas de crecimiento negativas, siendo -0.26% la perteneciente al segundo trimestre del año 2009³¹. En este periodo, casi todos los sectores de la economía se contrajeron, a excepción de los sectores de la pesca, construcción y el transporte y almacenamiento, que experimentaron tasas de crecimiento del 0.13%, 2.04% y 1.95% respectivamente y cuyas contribuciones al PIB sólo fueron del 0.002%, 0.19% y 0.15%³².

Así mismo, al contrastar el comportamiento de la economía ecuatoriana durante el segundo trimestre del año 2009 en relación al mismo periodo del año 2008, se puede observar que esta se contrajo en 1.06%. Lo anterior muestra claramente cómo pueden cambiar los resultados de un análisis

³¹ No se cita al año 2010 debido a que no es un año que se encuentra avanzado para tomar referencias reales y poder analizar el desenvolvimiento económico, por lo que se hace únicamente referencia al año 2009.

³² Ibid

dependiendo de la información utilizada y los intereses de quien la administra. En este sentido, si bien es cierto que la economía creció en relación al año 2008 (tomando como referencia el periodo comprendido entre enero y junio), también es cierto que ésta lleva nueve meses consecutivos de desaceleración. Información que aún no ha sido divulgado por las fuentes oficiales.

3.2. Inversión gubernamental y gasto público en bienes y servicios

Para iniciar el análisis de la gestión del gobierno ecuatoriano, en cuanto a cuál es la inversión en el país y cuál es el gasto público, se cree conveniente iniciar haciendo un análisis del Presupuesto del Estado para el año 2009 y cuál es su proyección.³³

El viernes 6 de noviembre del año 2009, la ministra de Economía, Elsa Viteri, presentó a la Asamblea Nacional la Proforma Presupuestaria para el 2010 y la Programación Presupuestaria Cuatrianual³⁴ hasta el año 2012.

El incremento del gasto público que para el año 2010 se estimó en USD 21,282 millones, significa un crecimiento en relación al año inmediatamente anterior de 11,03%, lo cual implica que el gobierno continuará invirtiendo en las áreas estratégicas que mediano plazo viabilizarán un crecimiento de sectores como el productivo y potencializarán las actividades turísticas, lo cual contribuirá al desarrollo del país.

Por tanto esta Programación Cuatrianual establece las prioridades que tiene el gobierno nacional al elevar los ingresos del Presupuesto General del Estado para mantener el nivel de gasto público que demanda la inversión social y productiva. En el financiamiento de la Proforma Presupuestario la

³³ PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO 2010-2013; Ministerio de Finanzas del Ecuador; http://www.mef.gov.ec/PRESUPUESTO_2010-2013/PRESUPUESTO%202009-2013.htm

³⁴ Ibid

recaudación fiscal a través de los impuestos representa aproximadamente el 59% del total³⁵.

Esto significa un aumento general en la recaudación del 49% desde el año 2007. El rubro de recaudación que implica mayores ingresos al Estado el proveniente del Impuesto a la renta, debido a una implantación de una política fiscal más eficiente que promueve el aporte y participación de empresas, microempresas y personas naturales en general a declarar sus ingresos y gastos al gobierno.

Los ingresos petroleros para este periodo se estimaron con un precio del barril de petróleo en el orden de los USD 70 en promedio, lo cual resultó inquietante ya que a nivel regional, el mayor exportador de petróleo Venezuela en su presupuesto tomo como promedio del precio del barril de petróleo USD 60³⁶.

En referencia a la cuenta gastos, los sueldos y salarios son un rubro significativo y ascienden a USD 5,837 millones, lo que significa un crecimiento de 12,6% en relación al año anterior. De acuerdo al Observatorio de la Política Fiscal, esto obedece al hecho de que desde el año 2007 ha incrementado el número de servidores públicos en 95,000, lo cual muestra un incremento del tamaño del Estado.

En virtud del nivel de gasto presupuestado para el año 2010, el déficit estimado es de USD 4,124 millones, y la programación presupuestaria Cuatrianual no establece de manera clara las fuentes de financiamiento. Por tanto se deduce que esta proforma cuenta con un extremo optimismo en relación a la fuente de financiamiento, considerando las previsiones económicas del Ministerio de Economía y Finanzas y el Banco Central en relación al desempeño económico del país con un crecimiento real de 6,8%.

³⁵ Comparativo de presupuestación, en base al Informe del Ministerio de Finanzas.

³⁶ Diario "El Universal"; El Petróleo; <http://www.guia.com.ve/noticias/?id=29932>

De acuerdo a la revista “The Economist”³⁷ que manifiesta que pese a la Política Fiscal expansiva del gobierno durante el año 2010, la economía experimentará tasa negativas de crecimiento hasta el año 2011, antes de recuperar los niveles reales de crecimiento del año 2008.

Acerca de la inversión que se realiza dentro del Ecuador, Diego Borja el entonces Ministro Coordinador de la Política Económica y actual presidente del Banco Central del Ecuador puntualizó que *“la inversión pública es dinamizadora de la de la inversión privada ya que son las empresas de este último sector las encargadas de la construcción de las viviendas, carreteras, etc.”*³⁸

Es por ello que el actual gobierno ha incrementado la inversión pública de manera progresiva en los últimos años, pasando de alrededor del 6% del PIB en el 2007 al 12% del PIB en el 2008, 11% del PIB en el 2009, 11,7% del PIB en el 2010 y en este año 2011 en el primer trimestre 3,3% del PIB.

3.3. Entorno Empresarial, legal y tecnológico en el cual se desarrolla el Ecuador y sus empresas, públicas y privadas

El gobierno ecuatoriano, dentro de sus objetivos en materia de política industrial y de incentivo del crecimiento del sector empresarial, es propiciar la competitividad entre las empresas, por lo cual la orientación estratégica es orientada a la transferencia, adaptación y difusión de tecnologías, formación y capacitación del recurso humano, acceso a la información, impulso de estrategias empresariales innovadoras y en especial se ha hecho énfasis en la creación de valores con visión de futuro y sostenible entre el sector público y privado.

Dentro de este contexto, el impulso está orientado a fortalecer los niveles de competitividad entre las empresas exportadoras ecuatorianas, las cuales

³⁷ Diario “Explored”; Ecuador, ¿Un país en riesgo?; <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-un-pais-en-riesgo-65565-65565.html> ; <http://www.libremente.org/?cat=20>

³⁸ Entrevista publicada en el semanario Líderes, edición del 11 de enero del 2010.

necesitan un adecuado soporte en sus planes de expansión y consolidación de sus mercados internacionales, especialmente en el caso de las PYMEs y de las microempresas, conjuntamente con el sector artesanal.

Dentro de los objetivos para promover el desarrollo del comercio exterior del Ecuador, se ha considerado la promoción y difusión de la producción exportable generada por las microempresas, a fin de captar nuevos mercados, lo que permitiría mantener un desarrollo sustentado de las microempresas y mejorar su competitividad.

Por lo tanto, una de las prioridades es incentivar la producción exportable que generan las microempresas y los artesanos, de manera tal, de lograr que se inserten competitivamente en los mercados internacionales. En igual sentido, se apoya a las microempresas en la generación de productos de alta calidad de exportación o para que aporten con la producción de bienes y servicios que constituyan valor agregado a las exportaciones de otras empresas.

Para tal propósito, se han organizado en el Ecuador tanto ferias nacionales como eventos promocionales que permitan exhibir la producción exportable e impulsar el desarrollo productivo y competitivo de las microempresas, y en un segundo nivel, establecer nuevos vínculos comerciales tanto en el mercado nacional como internacional. Aspecto básico es determinar el número, potencialidad y género de las empresas pequeñas, grandes y medianas, para optimizar el desarrollo estratégico de éstas.

El Ecuador ha brindado especial atención en la inversión en formación y capacitación empresarial del recurso humano, reconociendo que son las personas quienes en base al conocimiento potencializan la competitividad de las empresas, y esta nueva concepción ha logrado un avance significativo en el país con el concurso del sector público y privado.

Hay que considerar también la transferencia de tecnología, que es pilar trascendente para la innovación tecnológica, aumento de la productividad y

competitividad y mejoramiento del entorno empresarial. Finalmente, la promoción comercial y alianzas estratégicas juegan un rol de fundamental para potenciar el desarrollo de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Creo que los países deben avanzar en la revisión del papel de las pequeñas, medianas y grandes empresas y sus gremios empresariales, tomando en cuenta la estructura, servicios y el fortalecimiento de la competitividad de las empresas frente al proceso de globalización.

Revisar las estrategias más convenientes para facilitar la participación del sector privado, particularmente las pequeñas, medianas y grandes empresas, en las negociaciones comerciales aprovechando las oportunidades de acceso a nuevos mercados. Obtener una visión de los diversos sectores y estratos empresariales, sobre la manera de abordar la inserción de las pequeñas, medianas y grandes empresas en los procesos de negociación comercial en marcha.

El Ecuador apoya el crecimiento de las empresas, y procura dar apoyo al crecimiento individual de cada una de ellas, pero en el sentido de comunicación, es necesario precisar que a excepción de la Comisión de Conectividad³⁹, es interesante citar que el 13 de agosto del año 2009 se crea en el país, el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, fue creado mediante Decreto Ejecutivo N° 8 firmado por el Presidente de la República mediante decreto N° 9.

El 13 de agosto del año 2009 se crea el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información mediante decreto ejecutivo para coordinar acciones de apoyo y asesoría para garantizar, acorde a la Constitución, el acceso a los servicios involucrados en el área de telecomunicaciones, para asegurar el avance hacia la sociedad de la información, este ministerio apoya el mejoramiento de los servicios prestados por las instituciones del

³⁹ Como se explica más adelante esta salvedad se refiere a que la comisión de conectividad actúa como una instancia que propone opciones o medidas de políticas públicas, aunque sin el poder real ni la autoridad para decidir su adopción o realizar su implementación.

sector de telecomunicaciones y en general del Estado, promoviendo lo que hoy se conoce como gobierno electrónico que pretende ser un gobierno que a través de las tecnologías de información y comunicación se acerque a su pueblo y brinde servicios públicos en línea de alta calidad que faciliten las actividades cotidianas desde la comodidad del hogar, por otra parte este gobierno electrónico ha optimizado las compras públicas a través de un portal que potencializa la eficiencia de la tecnología, reduce costos y evita la corrupción en la asignación de recursos.

Existen otros organismos públicos que colaborarán además para que el Ministerio de Telecomunicaciones funcione, por esa razón para efectos de identificar al decisor o decisores públicos⁴⁰ en materia de políticas de TIC es preciso examinar la estructura institucional que gestiona las políticas de telecomunicaciones.

El Ecuador cuenta con una estructura institucional del MINTEL, que tiene tres niveles principales desde la lógica de la planificación en políticas públicas:

- a) En el nivel Superior se encuentra el Consejo Nacional de Telecomunicaciones⁴¹, que en representación del Estado, establece políticas públicas y normas de regulación.
- b) La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones⁴², encargada de la ejecución de las políticas establecidas por el CONATEL.
- c) La Superintendencia de Telecomunicaciones⁴³ a cargo del control y supervisión de los actores que intervienen en las actividades de telecomunicaciones.

En materia de política pública de telecomunicaciones, esta estructura institucional tiene una relación jerárquica en términos de planificación,

⁴⁰ Se le llama “decisor público”, para señalar a la institución que tiene el poder y la autoridad del Estado para tomar las definiciones de política pública en una materia determinada, en este caso, políticas de internet.

⁴¹ LEY ESPECIAL DE TELECOMUNICACIONES Artículo 33.1 y Art. 87 Reglamento General.

⁴² LEY ESPECIAL DE TELECOMUNICACIONES Artículo 33.4 y Art. 101 Reglamento General.

⁴³ LEY ESPECIAL DE TELECOMUNICACIONES Artículo 33.1 y Art. 110 Reglamento General.

ejecución y control, la cual se la puede entender como una espiral que va desde la macro planificación al caso concreto específico; sin embargo en términos jurídico administrativos no implica que exista una relación interinstitucional de total subordinación.

El centralismo también es evidente en el sector de telecomunicaciones, ya que estas tres grandes instituciones encargadas de gestionar, administrar y supervisar, están domiciliadas jurídicamente en la ciudad de Quito, pero su ámbito jurisdiccional abarca todo el territorio nacional

Esta dinámica centralista excluye a los gobiernos locales al no asignar representatividad a nivel seccional, esto se evidencia en el CONATEL que representando al Estado ecuatoriano establece políticas públicas y normas de regulación, no cuenta con representantes del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador (CONCOPE), ni la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME), ni tampoco el Consejo Nacional de Juntas Parroquiales del Ecuador (CONAJUPARE).

Estos no muestra que en materia de telecomunicaciones, los gobiernos locales o seccionales no tienen ninguna incidencia en la planificación nacional, a pesar de que estos estamentos se encuentran más cerca de los usuarios finales de los servicios de telecomunicaciones y por tanto conocen las necesidades y las demandas concretas de la sociedad ecuatoriana en su diversidad y condiciones socioeconómicas.

Al ser el CONATEL, quien legalmente está encargado de definir las políticas públicas en el ámbito de la telecomunicaciones, está expuesto a un alto grado de discrecionalidad tanto para definir cuáles son tales políticas de TIC, cuanto para identificar los territorios (regiones, provincias, cantones, parroquias) en donde se implantará, debido a que no todas las políticas públicas llegan a todos los sectores del país, en este contexto los gobiernos locales, solo les queda aceptar sin condiciones ni objeciones las definiciones de políticas públicas del ente centralista CONATEL, a pesar que tales políticas no obedezcan a las necesidades reales en el ámbito de

telecomunicaciones que permitan desarrollar a las comunidades y así cumplir con el buen vivir que se establece en la carta magna.⁴⁴

3.4. Características de los nuevos modelos de negocio posibles a instalarse en el Ecuador con visión a la nueva economía

Las empresas en el ciberespacio cuentan con una infinidad de mercados fuera de las fronteras nacionales, haciendo un uso intensivo y en constante evolución de las tecnologías de información y comunicación, lo cual obliga a estas empresas a ser altamente competitivas y extremadamente eficientes, la toma de decisiones y las estrategias que potencialicen las empresas en este dinámico mundo deben evolucionar a la par de la tecnología, donde el recurso humano especializado es un aporte fundamental para su posicionamiento y desarrollo.

En este nuevo escenario, el modelo de negocio emerge en forma de una nueva unidad de análisis que conseguirá la confianza de los consumidores, para asegurar su permanencia en el mercado y obtener una rentabilidad que le permita cubrir sus costes.

El modelo de negocio no significa una homogenización en las proposiciones de valor y tampoco en la forma de poner en marcha la estrategia empresarial (como se pudiera asumir tomando al término modelo como un referente, al cual todos desean converger o imitar). Desde otra perspectiva, el modelo de negocio surge para moldear la diversidad y complejidad, mediante una estricta síntesis de las relaciones más significativas entre las variables de decisión de las empresas y los efectos que se obtienen de alterar las mismas (el modelo como representación simbólica y simplificada de una compleja realidad).

⁴⁴ REGIÓN; REGIONALIZACIÓN Y DESCENTRALIZACIÓN: ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO INTEGRADO DE LAS REGIONES DEL TERRITORIO ECUATORIANO; GTZ, Quito, 2000

“El estudio académico de los modelos de negocio reivindica la importancia de la teoría para fundamentar las relaciones de causa efecto que se acumulan hasta completar la representación simbólica de una realidad que se quiere representar”⁴⁵

El uso intensivo a nivel mundial de las Tecnologías de información y comunicación y la Internet y su constante expansión, han dado cabida a un sinnúmero de iniciativas emprendedoras, que rompen con los esquemas tradicionales, que explican la relación entre trabajo y negocio. El trabajo integra los modelos de negocio en el contexto de la aproximación de la aproximación económica al estudio del funcionamiento de los mercados que hace hincapié en la conducta e las empresas y las propiedades de los equilibrios competitivos (NEI⁴⁶)

De esto se deduce, la interpretación del modelo de negocio como resultado de un equilibrio dinámico donde intervienen variables de ajuste competitivas de corto, mediano y largo plazo. También se detallan las condiciones restrictivas, bajo las que la creación y captura de valor lleva un mismo modelo de negocio que la maximización del beneficio.

En la economía, el valor de mercado de las empresas y los beneficios (las burbujas especulativas en cuanto al precio de acciones esta a la par de las abultadas pérdidas contables)

“la principal lección que ha quedado de ese esfuerzo es, probablemente, que para poder llegar a explicar un modelo de negocio y tener identificados los elementos principales que expliquen tanta novedad, se necesita ir muy atrás en la secuencia de elecciones y consecuencias”⁴⁷

De este análisis se determina el éxito comercial de una forma de hacer negocio y se puede acotar que los modelos de negocio proporcionan

⁴⁵ **COMPETING THROUGH BUSINESS MODELS**; Editorial: Harvard University Press; Casadesus-Masanell y Ricart, 2007

⁴⁶ NEI, Nueva Economía Industrial

⁴⁷ Ibid.

unidades de análisis para el estudio de las decisiones camino-dependientes (path-dependence) de las empresas. A partir de la incursión de las Tecnologías de Información y Comunicación, su proliferación comercial y dependencia en un mundo globalizado, este modelo de negocio es un instrumento que refleja la realidad de la nueva economía.

“...las economías de escala y de red, la importancia de los intangibles, la complementariedad, los efectos de retroalimentación; la razón está en que todas estas peculiaridades del uso de las TIC dan lugar a una de las expresiones del camino-dependencia más importantes de la literatura de los modelos de negocio, los Círculos Virtuosos”⁴⁸

El modelo de negocio de una empresa, no se lo puede analizar de manera aislada y menos aún dentro un mundo globalizado en cual la competencia estratégica de las empresas dentro del mercado influye en el comportamiento propio de esta empresa

Se entiende entonces que la orientación al valor o, la orientación al beneficio llevan al mismo modelo de negocio final, solamente en el supuesto restrictivo de que el beneficio de una empresa sea proporcional al valor que crea. Es decir que el criterio en base del cual se toman las decisiones afecta al modelo de negocio resultante al final del proceso.

Podemos concluir que la relación entre teorías y modelos presenta un marco conceptual para la selección de variables competitivas de la empresa que incluye la relación propia de camino-dependencia de los modelos de negocio, el marco conceptual se fundamenta en la NEI y brinda especial importancia al tiempo que se necesita para mejorar y perfeccionar las variables de decisión de las empresas. Mientras que las condiciones bajo las que crear valor y maximizar los beneficios da lugar a decisiones estratégicas y también condiciones bajo las que las decisiones serán suficientes.

⁴⁸ **A STRATEGIC GUIDE TO THE NETWORK ECONOMY**; Editorial: Harvad Bussines school press; Shapiro y Varian (1999)

El modelo tiene un doble significado:

- a) Una representación simplificada de las principales relaciones de causa-efecto que conforman una realidad.
- b) Como referente al que se quiere imitar o parecer. El modelo de negocio quiere expresar una forma de obtener beneficios económicos en un mercado competitivo en el que se ofertan bienes y servicios.

La validación de un modelo se lo realiza a través de teorías que sostienen las relaciones entre los elementos con los que se describe la realidad, inclusive las relaciones causa-efecto entre ellos, junto con la capacidad para informar o predecir las acciones y consecuencias, conocidas a través de la observación directa de la representación de la realidad.

Los directivos de las empresas tuvieron en su momento a disposición un marco conceptual para el estudio de las fuerzas de la competencia, en un mercado que aparentaba ser potente en su capacidad de explicación positiva y recomendaciones normativas.

La Economía Industrial (EI) con el postulado de las cinco fuerzas⁴⁹, tal como se forja esta disciplina a inicio de los años setenta del siglo veinte, es el soporte teórico para la construcción de los modelos de negocio.

La Economía Industrial ha criticado el supuesto de que la estructura determina la conducta y finalmente los resultados del mercado, y está evolucionando hacia un marco de análisis nuevo con la conducta de los agentes y no la estructura de los mercados como elemento central de este análisis. La Nueva Economía Industrial (NEI) en su vertiente teórica y formal, adquiere mayor visibilidad con un completo y detallado estudio económico de los mercados, que o no ha sido tomado en cuenta o solo de manera parcial en el desarrollo de la disciplina de la Dirección Estratégica.

⁴⁹ Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 donde la rivalidad con los competidores viene dada por: fuerzas que, combinadas, crean una quinta fuerza: la rivalidad entre los competidores.

Cuando se consuma la relación con los compradores potenciales, se modifica las variables competitivas de corto plazo, buscando ponderar la decisión de compra a favor de la empresa, en este contexto la *“lógica del meta-modelo de Tirole”*⁵⁰ explica que la primera etapa en la creación de las relaciones que marca la teoría radicarán en representar la competencia estratégica entre las variables de corto plazo, en especial la competencia en precios, las variables de mediano y largo plazo están dadas en ese proceso.

Cuando la competencia en precios a corto plazo se solventa, las funciones de beneficio de las empresas dependerán de las variables de mediano y largo plazo. Entonces la competencia estratégica soluciona el nuevo equilibrio, en esta ocasión para las variables de decisión de mediano plazo (capacidad y diferenciación o posicionamiento), facilitando funciones de beneficio que ahora dependen de las variables de decisión a largo plazo. En definitiva la competencia y el equilibrio se resuelven para las variables a largo plazo.

Economistas de renombre y muy en especial economistas industriales han descrito la competencia entre modelos de negocio como *“un proceso de decisión secuencial, donde la estrategia adquiere la forma de un plan de alternativas de decisión contingentes a los escenarios del entorno o a los movimientos de la competencia; cada una de las alternativas es un modelo de negocio entendido como las combinaciones de variables de decisión de la empresa que definen una función de beneficios”*⁵¹ al final una vez que se ha tomado una decisión en cuanto al empleo de un modelo, la estrategia que va a emplear la empresa escoge los valores concretos de las variables de decisión , tácticas, que maximizan el beneficio, y generalmente en un contexto de interacción estratégica, teniendo en cuenta las decisiones de las empresas que compiten en el mercado.

⁵⁰ **THE THEORY OF: INDUSTRIAL ORGANIZATION**; Editorial: Hamilton Printing; Jean Tirole (1988)

⁵¹ Teorías económicas de: Casadesus-Masanell y Ricart, expresan la importancia de los modelos de negocio en la economía industrial.

Por lo tanto se trata de un proceso de decisión el cual se modela como un juego en dos etapas, en la primera se establece el modelo de negocio a seguir con el cual se va a competir en el mercado e incluye variables tácticas y sus rangos de variación, las interrelaciones que existen entre los modelos de empresas que compiten en el mercado, reducido en una función de beneficio) y luego se toma la decisión sobre las variables tácticas bajo las restricciones que marca el modelo de negocio seleccionado.

3.5. Frontera, ventajas y reglas del nuevo medio

Las TIC en las empresas fomentan una mejora y en muchos casos una ventaja frente a otras dejando mayores ganancias que se dirigen al crecimiento tanto interno como externo.

Al utilizar las tecnologías de la información y comunicación dan ayudas que juegan un papel fundamental en el proceso de transformación de la economía y hace que la empresa siga constituyendo una fuente vital de competitividad para las demás empresas. Esto genera cambios en el aspecto organizativo y en la forma de producción de las empresas lo cual produce variantes a nivel económicos.

Como ya se observó anteriormente, como consecuencia de las TIC en la economía se tiene que las TIC's garantizan competitividad entre las empresas pero que genera un alto crecimiento económico que afectan a casi todos los aspectos de la vida económica y sobre todo a la organización y dirección de la empresa. Con el avance de las TIC's se logra la mejora de la calidad productos y servicios.

Como se puede observar, la nueva economía en el Ecuador se ve reflejada en muchos puntos que en conclusión tienen por finalidad:

- a) Al aumentar la productividad debido al uso de las TIC's se generan más puestos laborales.
- b) Se mejora el nivel estructural y funcional.

- c) Incrementan las posibilidades de crecimiento.
- d) Se mejora la productividad y la eficiencia.
- e) Se crean modelos estratégicos.
- f) Se aumenta la rentabilidad empresarial
- g) Se aprovecha el mercado abarcándolo de mejor manera, incluyendo lugares, horarios y clientes de forma continua.

Las tecnologías abren puertas únicas que solo se abren cuando el buen empresario decide cruzar y al cruzar se da cuenta del valor estratégico que tiene al utilizarlas adecuadamente. Con este modelo de economía se dice que el país podrá permanecer en auge constantemente gracias al avance de la tecnología actual como lo es el internet (de cualquier manera).

Viendo desde un punto de vista general, muchas empresas actuales crecen con estos modelos económicos a gran velocidad sin siquiera mover un dedo. En el Ecuador esto se refleja en el actual avance de la distribución nacional de artículos tecnológicos tanto de vanguardia como pasados.

Luego de analizar y estar en un mundo sin fronteras la ingeniería, la sociedad de la información, las tecnologías de información y las reglas de colaboración propias de una economía globalizada, es necesario que se revise cómo se evoluciona en ese contexto global en el país, entendiendo este último como un modelo de madurez hacia la globalización.

Para avanzar en un mundo global es necesario comprender lo que denominara el modelo de madurez global. Un modelo de madurez establece etapas que deben ser vividas y comprendidas para avanzar al siguiente nivel. La madurez global podría entenderla intuitivamente como las etapas de evolución básicas de un ser humano, con sus inquietudes y realidades.

La primera etapa radica en la formación, donde el reto de enfrentar a un mundo globalizado en el cual no existen fronteras físicas motiva el interés y forja nuevas iniciativas, aquí se definen las diversas fuerzas que actúan y las iniciativas que germinan para entender este nuevo fenómeno. El caos ha

sido su principal característica, donde las tecnologías de información y comunicación son solo novedades tecnológicas y no van más allá de ser equipos técnicos. Terminada la etapa de formación, aparece una fuerza emergente que trata de ordenar y facilitar los medios de cooperación entre las iniciativas, transitando así a la etapa de la niñez, etapa caracterizada por juegos que a través de la experimentación tratan de entender cómo funcionan las fuerzas globales y tratan de posicionar sus ideas, puntos de vista y concepciones. Las tecnologías de información y comunicación son objetos de estudio y análisis que facilitan la coordinación entre niños y sus ideas.

Cuando se sobrevive a la etapa de la niñez, se madura hacia la apertura y transferencia de estas ideas que se describe como la juventud, donde se descubre que el escenario global es más que políticas, inversiones y regulaciones, se establece una visión de lo que se quiere, buscando la manera de remover lo viejo u obsoleto e imponer un nuevo orden, donde las tecnologías son una herramienta de trabajo y colaboración que afianza esta visión.

Por último la adultez, donde se maduran las comunidades de confianza y se alinean los actores e intereses. En esta fase la economía global se la concibe como la manera de hacer diferencia y proyectar a la nación a un mundo plagado de oportunidades, si es que se ha madurado y preparado, emocional, mental y profesionalmente. Aquí las tecnologías de información y comunicación son herramientas estratégicas y su empleo eficiente hace la diferencia en este mundo globalizado.

CAPITULO IV

4. RETOS Y OPORTUNIDADES DEL ECUADOR FRENTE A LA NUEVA ECONOMÍA

La influencia, uso y penetración de las Tecnologías de Información y Comunicación (hardware, software, telecomunicaciones, internet y todos sus beneficios) han definido una era nueva donde la economía se dinamiza y se adapta a los procesos de cambio.

Posibilidades que presenta el internet:

- a) Audiencia mundial.
- b) Facilidad para publicar e informar.
- c) Actualización inmediata.
- d) Alta capacidad de feedback.
- e) Alto nivel de personalización.
- f) Control de resultados.

Para continuar con el presente estudio, hay que decir que, las TIC aumentan la eficiencia en diseño, en capacidad de venta, en comunicaciones, en operaciones y hasta en contabilidad; hay mayor eficiencia en los mercados, éstos se vuelven verdaderamente globales, funcionando además como aceleradores de la innovación.

“En el caso de Ecuador, ha sido el gobierno quien ha dictado la Estrategia para la Sociedad de la Información sin incorporar en el proceso de definición de la agenda a los demás actores de la sociedad y entendiendo todavía a las políticas públicas de manera simplista, encerradas en la dicotomía entre lo político y lo técnico, entre las decisiones y los ejecutores, entre lo normativo y lo contextual”⁵²

⁵² **REVISTA GESTIÓN: ECONOMÍA Y SOCIEDAD**, Números 139-144; año 2006

Al verse el Ecuador envuelto en un mundo ya adelantado, se debe poner al ritmo de éste si quiere emprender el mundo por propias manos, es por eso que el gobierno poco a poco se coloca en la vía hacia la nueva economía.

La nueva economía “electrónica” o TIC que facilitan el intercambio de productos o mercancías de manera más sencilla y eficiente que los contratos personales, el estado ecuatoriano a expuesto contratos con proveedores y contratistas para, de ese modo, facilitar su medio económico a favor del país.

También se encuentra por una parte, que se mantiene el nivel de los responsables de tomar las decisiones políticas y económicas para fomentar éste modelo económico, desde las élites gubernamentales, las altas jerarquías de las burocracias o los poderes legislativos que generan referentes normativos vinculantes, desde los cuales se tutela y controla verticalmente el proceso de diseño y ejecución de las nuevas políticas.

El proceso de negociación o de diseño de nuevas políticas se establece en que los ciudadanos y ciudadanas tienen derecho pleno a participar de las negociaciones de las TIC entorno al país, así como de la respectiva información, comunicación y divulgación ya que el estado facilitará, fortalecerá a los medios de comunicación tanto privados, comunitarios como públicos para informar al pueblo de la transparencia de los acuerdos así como el uso de las TIC en la educación para la formación de estudiantes, enseñanzas con actividades productivas o sociales.

Las medidas de estímulo económico ni se han hecho sentir en lo más mínimo sobre la economía ecuatoriana, lo cual genera preocupación, pero también debería llamar a la reflexión. El tiempo que demora el gobierno de Ecuador en encontrarle una salida a la crisis tiene un costo no menor el cual se puede medir tanto en términos de crecimiento económico como de nivel de empleo.

En la economía se tratan constantemente de temas relevantes para el porvenir, si bien se sabe, las TIC's agilizan el proceso económico a tal punto de incrementar su crecimiento, afianzar su producción, etc. Como medidas se debe incentivar a los empresarios la utilización de medios electrónicos como páginas web, posibilidad de verificación de datos, informes por correo electrónico, transferencias bancarias, depósitos directos por web, pagos de servicios básicos directos desde la página en internet del proveedor del servicio público o privado; también para publicidad de sus productos y de ese modo aumentar plazas de empleo para la producción que por consiguiente permiten crecimiento al país.

En comparación con la revolución industrial (uso de maquinas a vapor, electricidad, ferrocarril, telégrafo, etc) cuyas innovaciones y descubrimientos tardaron alrededor de cien años en ser digeridos, aceptados e incorporados, la nueva economía es una economía muy acelerada que gracias a la globalización es difundida, mejorada e incorporada a las organizaciones de manera continua.

Por ejemplo el uso del ferrocarril permitió transportar recursos materiales y humanos, abriendo mercados y fortaleciendo los ya existentes dentro de la red ferroviaria, el telégrafo impulsó las comunicaciones y difusión de información y conocimiento, hechos que desde la perspectiva actual se digirieron no muy aceleradamente. En la actualidad los ciclos son muchos más acelerados y dinámicos un ejemplo de ello es el uso masivo de los teléfonos móviles que para el caso ecuatoriano ha crecido mucho más que la telefonía fija que de acuerdo al INEC en el 2009 el número de usuarios de telefonía móvil duplicó a los de telefonía fija.

Esto dice que el crecimiento por parte de la tecnología hace que cambien el mundo de manera drástica en poco tiempo ahorrando la necesidad de seguir en un modo hasta evolucionar a otro. Las TIC`s tienen ese propósito, el propósito de empujar a un país a la carrera por mejores economías.

4.1. Estrategias para rentabilizar una inversión en Internet

Día a día cuando una persona navega en Internet está acostumbrado a usar productos y servicios gratuitos y es posible que se pregunte: ¿Cómo es posible que las empresas estén realizando esfuerzos para que luego sean dados gratuitamente y más aún, cómo es posible que sobrevivan?

En los años noventa muy pocas empresas habrían aprobado una estrategia de este tipo, pero a finales de 1994 Netscape dio inicio a una tendencia irreversible cuando entregó a los usuarios del mundo su navegador de manera gratuita, esto se debió a que su servidor de páginas web tenía un coste elevado y de ahí obtenía sus ganancias, gracias a la popularidad que tenía este navegador llegó a cubrir el 90% del mercado (hoy cuenta con menos del 5%). Es evidente que el servidor web de Netscape no hubiese obtenido aquel nivel de ganancias sin el impulso de su navegador.

La compañía de Netscape, lanzó su producto de modo gratuito para que todo usuario de internet lo tuviera sin pagar un solo centavo; la compañía fue tan conocida que todo aquel que tuviera una computadora conectada al mundo podía ver la página de Netscape siempre, las ganancias se dieron a conocer cuando las empresas empezaron a ver una posibilidad de publicidad de tiempo casi completo diario; los precios de ésta compañía para la respectiva publicidad y la gran audiencia diaria que tenía hicieron que se hiciera rentable su negocio.

Lo mismo sucede en el mundo actual donde la nueva economía domina poco a poco el mercado actual. De este modo se puede decir que el producto popular, es aquel que llamará masivamente la atención (o de manera relativamente masiva en un mercado) es llamado el "*front-end*".

La manera de acercarse a un cliente es mostrándole un producto de excelente calidad pero que le inspire confianza para que éste se fije o lo analice de mejor manera. El cliente o la empresa tienden a ser indecisos al

momento de comprar productos por lo que es necesario demostrar el producto primero.

El comprador elige el producto de quien tiene confianza o que ya conoce su estrategia de venta, forma de venta o manera de presentar el producto, es por eso que necesita usar un medio adecuado para vender el artículo adecuado.

Este es el caso de las TIC`S, el uso del internet como medio de negocio es una oportunidad de llegar a ese lugar adecuado con el producto de manera más detallada y cómoda para el cliente.

Se pueden citar varios ejemplos entre ellos el de la empresa Adobe, productora del software Acrobat, que gracias al formato PDF (Portable Document Format) permite visualizar un archivo de manera similar en diferentes sistemas operativos. Adobe Acrobat es un software ampliamente difundido a nivel mundial con millones de usuarios y millones de descargas en línea, lo que le ha convertido en un estándar de hecho. Esta gran acogida y uso masivo del formato PDF se ha creado una demanda para producir y trabajar con este formato. El Distiller Server (producto empresarial para crear documentos en formato PDF) tiene un coste elevado y fuente de los ingresos de Adobe.

4.2. Oportunidades para las empresas nacionales para su inserción en negocios y mercado on- line

Las compañías nacionales tienen su espacio en la red internacional de información, en algunos casos es para publicidad, otras para ventas o para presentarse al mundo.

Las compañías establecen parámetros que se exigen al máximo simples reglas.

En un estudio reciente publicado por Price-Waterhouse Coopers (PWC) manifiesta que en la revolución de la Internet las ganadoras serán las empresas tradicionales que transformen a la Red en una herramienta que evolucione efectivamente sus procesos, es decir una conjugación entre la Red y el negocio tradicional tendrá más posibilidades de éxito que las empresa cien por ciento internet, pues las primeras cuentan con las ventajas de la experiencia empresarial, fortaleza financiera, conocimiento del mercado y una fuerte imagen de marca.

El éxito radica en identificar y transformar a través del E-BUSINESS los procesos críticos del negocio, de esta manera la inversión para estos negocios dependen de la línea y por lo general estas inversiones a inicio serán pequeñas. Mauricio Robalino, gerente de negocios generales de IBM Ecuador dice: *“empieza simple y crece rápido, todo lo que las empresas ya tienen les sirve”*⁵³, es por esta razón que la mayoría de las empresas ya consolidadas en el mundo de concreto tienen una ventaja.

En el Ecuador algunas empresas han emprendido cambios en su manera de hacer negocios antes que el marco jurídico del E_COMERCE se aclare en el país tratando de ser empresas de vanguardia pues saben que en el ciberespacio los pioneros logran mejorar la eficiencia de sus procesos y están bien posicionados en el mercado.

La forma de comercio por la red es solo una de tantas puertas que se abren, es necesario aplicar parámetros para hacer que la internet ayude en el movimiento económico y comercial a nivel nacional que algunos pasan al internacional, en otros casos utilizan la internet como una posibilidad de crecimiento para su empresa en especial para ventas como es el caso de “La lotería Nacional”.

⁵³ Ibid.

4.3. Tipos de modelos de negocios que faciliten la introducción del Ecuador en el modelo de la nueva economía

Demostrar modelos de economía para la integración es determinar un rango fiable para que el Ecuador se integre a la autopista de la nueva economía; la necesidad que se presenta es vital para elaborar una nueva economía que facilite la integración de el país sin que éste tenga que modificar su estatus económico sino que este se incremente y mejore paulatinamente se adapte a la nueva economía.

Es por esta razón que es vital escoger un modelo de negocio para la adecuada integración; se plantean distintas opciones de las cuales se prevé sean más fiables las siguientes:

- a) La mejora e incentivo de exportaciones.
- b) Apoyo a la producción nacional y a sus productos
- c) Mejora de proyectos con empresas multinacionales para la mejora económica.

De las cuales se hace más versátil y completa la mejora el incentivo de exportaciones.

El incentivo a las exportaciones da una posibilidad para generar progreso, empleo, seguridad económica y estabilidad al país de modo directo sin acudir a otros modelos de negocio; la adaptación a este modelo no es difícil de llevar a cabo o de mantener, la facilidad que se presenta para los productores nacionales la exportación y expendio de sus productos a cualquier parte hace más creciente la economía.

Como incentivos para la exportación nacional se puede destacar:

- a) Reforma en leyes tributarias.
- b) Reducción de impuestos.
- c) Reducción de aranceles para la exportación.

- d) Mejora de leyes para aduana.
- e) Permisos para la respectiva exportación.
- f) Fomentar los créditos para el sector productivo y exportador.
- g) La eliminación de aranceles para insumos y bienes de capital.

Estos estatutos miden, controlan, rigen e incentivan a la exportación en el país dando como resultado una nueva economía que apoya al uso de medios electrónicos para el comercio de los productos de exportación como son:

- a) Alimentos
 - b) Flores
 - c) Productos textiles
 - d) Productos de orfebrería
 - e) Productos artesanales.
- Entre otros.

4.3.1. E-business

“La E-business es la integración del negocio de una empresa incluyendo productos, procesos y servicios por medio del Internet.”

Los negocios electrónicos no es una simple forma de hacer negocio o un canal de venta y relación entre la organización y el cliente, sino que va más allá, es una iniciativa de negocio que transforma las relaciones de negocio, es una nueva forma de gestionar la eficiencia, la innovación, la velocidad y la creación de valor a la empresa. Y que como se ve que a todos el Internet ha llegado para quedarse, para desarrollarse para impactar a cada una de las organizaciones por lo cual se comenta que este impacto se da al tener las expectativas de que todo es hacerlo más rápido, mejor y barato.

“Para obtener el éxito en esta economía, la economía del Internet, es necesario integrar un modelo disciplinado de negocio electrónico dentro de

la organización aunado a una metodología estructurada. Sin embargo, mucho de los negocios no lo han hecho así y se han hundido en un problema, ya que tratan de alcanzar el e-business sin considerar estrategias para su adecuado desarrollo”⁵⁴

El negocio electrónico (E_BUSINESS) en la nueva economía gestiona la eficiencia, velocidad, innovación y agrega valor a una empresa, transforma las relaciones de negocio, acerca a los productores, consumidores, proveedores socios estratégicos y fortalece sus interacciones en la red, fomenta nuevas formas de comercio entre empresas business-to-business, empresas consumidores business-to-consumer.

“El e-business se le es llamado la tercera fase del e-commerce”⁵⁵, como lo mencionan, esto incluye todas las aplicaciones y procesos que permiten a una compañía efectuar una transacción del negocio.

El e-business abarca conceptos y aplicaciones como el e-commerce, e-payment, e-logistics, front-and-back-office⁵⁶, que se han posicionado como núcleo de los negocios modernos, por tanto el e-business no es solo una transacción de e-commerce o compra-venta en la WEB, el uso extensivo de las tecnologías de información y comunicación en la red global redefine la manera tradicional de hacer negocios y se presenta como una estrategia que maximiza las ganancias de la empresa y satisface las necesidades de los consumidores.

La explosión del uso masivo de la red global para realizar transacciones de todo tipo en línea y en tiempo real de una manera eficiente y beneficiosa

⁵⁴ **“WHAT E-BUSINESS CAN BRING TO SCM”**; Editorial: Electronic Buyers’s News, Barry Lawrence F; Manhasset, 22 de Mayo de 2000, No. 1212

⁵⁵ **E-BUSINESS 2.0**, Kalakota Ravi, Robinson Marcia, , Editorial: Addison-Wesley; Boston MA; Año 2001,

⁵⁶ Un **back office** (trastienda de la oficina) es la parte de las empresas donde tienen lugar las tareas destinadas a gestionar la propia empresa y con las cuales el cliente no necesita contacto directo. Por ejemplo: el departamento de informática y comunicaciones que hace que funcionen los ordenadores, redes y teléfonos, el departamento de recursos humanos, el de contabilidad, etc. El término se construye a partir del concepto de que la oficina visible es el departamento de ventas y clientes y en la trastienda es donde se fabrica, diseña y gestiona la actividad. Conocido también como sistemas de apoyo al negocio donde *back office* corresponde a "todo lo que no está frente al cliente".

para todos los actores del proceso ha evolucionado el esquema tradicional de organización empresarial. Las empresas deben distinguir entre la implementación del e-business y el e-commerce, el primero se refiere a mejorar los procesos de negocio y su desempeño en un mercado altamente competitivo y constante cambio, mientras que el segundo se enfoca en la venta por internet exclusivamente.

Para que una empresa pueda implementar el e-business de manera eficiente, debe contar con el soporte de tecnologías de información y comunicación tanto físicas como humanas por un lado y con estrategias que permitan competir en un cyber-espacio muy dinámico, ya que el uso de la internet en una organización es una proposición de alto riesgo que puede posicionar a la empresa en este nuevo mercado o puede sepultarla, es por ello que la empresa u organización debe estar gestionada por normas y procesos que obedezcan a la realidad no de la empresa sino del cyber-espacio y su dinámica tomando en cuenta las debilidades y fortalezas de la empresa y las oportunidades que este amplio espacio brinda.

Para el desarrollo del e-business en la organización se utilizan herramientas que permiten a la organización desenvolverse más rápido y obtener satisfacción en sus diferentes canales.

En el desarrollo del artículo se presenta de manera general la diferencia entre estos dos conceptos, así como las tecnologías de información de e-business las cuales son indispensables para la implementación del mismo.

4.3.2. E-commerce

El e-commerce que en español significa comercio electrónico, es la transacción de bienes y servicios a través de la red global conocida como Internet, que en los últimos años ha sido altamente difundida y ampliamente utilizada por empresas de todo tamaño desde las más grandes como Walmart hasta las más pequeñas como negocios familiares en pequeñas

ciudades o comunidades, esta forma de transacción crece exponencialmente en el mundo, lo cual no significa que en todos los casos exista éxito o beneficio económico, muchas empresas que han migrado al cyber-espacio han disminuido sus ventas o han quebrado, lo cual indica que es un terreno sumamente volátil, en el cual hay muchas oportunidades y otros tantos riesgos.

El e-commerce, tiene Modalidades de:

- a) B2B business to business sitios de transacciones comerciales entre empresas.
- b) B2C business to consumer sitios de ventas al consumidor final.
- c) C2C consumer to consumer remates y sitios de intercambio de bienes o servicios entre personas.
- d) C2B consumer to business sitios en los que las personas se agrupan para realizar negocios con las empresas.

Dentro de la modalidad business-to-consumer (B2C⁵⁷) están las empresas “.com” que son empresas puramente virtuales, es decir que son negocios nacidos en la internet y que en el mundo físico tienen presencia nula, un ejemplo de ello es AMAZON (www.amazon.com). Por otro lado existen negocios en el mundo físico que posicionan su empresa a través del cyber-espacio como otro punto de venta.

Las empresas consumer-to-consumer C2C⁵⁸ son las que brindan la posibilidad de realizar transacciones comerciales entre personas (consumidores) ya no solo entre empresas, este tipo de empresas han crecido en todo el mundo brindando alternativas de negocios a otro sector de la economía. Por ejemplo una de las principales a nivel global es Ebay

⁵⁷ **B2C** es la abreviatura de la expresión *Business-to-Consumer* («del negocio al consumidor», en inglés); B2C se refiere a la estrategia que desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al cliente o usuario final.

⁵⁸ **C2C** se refiere a las transacciones privadas entre consumidores que pueden tener lugar mediante el intercambio de correos electrónicos o el uso de tecnologías P2P (Peer to Peer); Un método sencillo para que las empresas se inicien en el comercio electrónico consiste en colocar una oferta especial en el sitio web y permitir a los clientes realizar sus pedidos online. No es preciso hacer los pagos vía electrónica.

(www.ebay.com), y a nivel regional Mercado Libre (www.mercadolibre.com) entre otras.

Las empresas Consumer-to-business, de forma similar a las consumer-to-consumer, aprovecha de las ventajas de la internet para que varios consumidores se pongan en contacto para realizar compras grupales a una determinada empresa, lo cual reduce el coste de los bienes o servicios, un ejemplo de ellos es el sitio www.agrupate.com

Como se ve, es una gran fuente de varios factores han tenido un importante papel en el éxito de las empresas de comercio electrónico. Entre ellos se encuentran:

- a) Brindar valor al cliente: se puede obtener de la misma manera que se lo hace en el mundo físico, ofreciendo un producto o línea de productos que atraigan clientes potenciales a un precio competitivo.
- b) Brindar servicio y ejecución: promocionar una experiencia de compra amistosa e interactiva igual o mejor que una frente a frente.
- c) Brindar un sitio web atractivo: el diseño del sitio debe emplear estrategias multimedia que atraigan la atención de los potenciales compradores.
- d) Brindar un incentivo a los consumidores para comprar y retornar: estrategias de marketing como ofertas, descuentos, incluso promociones en otros sitios web para posicionar un negocio.
- e) Brindar atención personalizada: utilizar web personalizados que cuenten con sugerencias de compras y ofertas que permitan guiar al consumidor a través del sitio web como lo haría un vendedor tradicional.
- f) Brindar sentido de comunidad: registro de clientes, acceso a redes sociales a través del sitio web, áreas de chat, foros, índices de niveles de satisfacción de otros clientes, esquemas de fidelidad y programas de afinidad.
- g) Brindar confianza y seguridad: utilizar tecnología a prueba de ataques y que pueda garantizar seguridad en la información y sistemas de

pago electrónicos que maximicen el e-commerce de la empresa, proyectando una imagen sólida y segura para los usuarios.

- h) Posesionarse de la experiencia del consumidor y su interacción online para mejorar la percepción de una marca en relación a la de sus competidores.
- i) Optimizar los procesos del negocio, a través de herramientas informáticas que brinden beneficios mutuos y garanticen su permanencia en el cyber-espacio.
- j) Permitir a los consumidores explorar los beneficios de los sitios web, brindando seguridad y libertad al usuario en sus decisiones a través de sistemas de autoayuda.
- k) Ayudar a los consumidores a consumir, brindándole toda la información necesaria incluyendo la comparativa que acerque al consumidor al producto, compartir información de clientes usuarios del producto y el índice de satisfacción.
- l) Construir un modelo de negocios sólido y sostenible, este concepto hubiese servido a muchas de las empresas “.com” que quebraron en el pasado.
- m) Operar en el límite de la tecnología o cerca de ella, teniendo en cuenta que está en permanente evolución.
- n) Construir una organización dinámica que se adapte con facilidad a los cambios permanentes en el entorno económico, social, físico entre otros de la empresa.

Generalmente se consideran algunos productos más aptos que otros para las ventas en línea (online), aunque esto no necesariamente obedece a la realidad, debido a que muchas empresas en el ámbito virtual se especializan en ofrecer servicios netamente digitales como las transacciones financieras, venta de software y soporte tecnológico en línea, almacenamiento de datos y uso de servidores para sectores específicos que necesitan un uso extensivo de las tecnologías de información y comunicación y desde el otro lado existen empresas que son capaces de vender bienes de todo tipo a través de la red y dinamizan la economía porque usan varios medios o servicios adicionales que permiten viabilizar una compra en línea como por ejemplo el

pago electrónico, el seguimiento de envío y la entrega a domicilio de la compra; en ambos casos todo se orienta a satisfacer las necesidades de los consumidores y maximizar las utilidades de las empresas.

4.3.3. E-service

El E-service (servicio electrónico) es una prestación que se brinda a través de la Internet y representa una aplicación importante de la utilización de las tecnologías de información y comunicación. Para las empresas representa una apuesta por el Marketing Online a través de la oferta de servicios y soluciones para el Email Marketing que viabilizan el desarrollo de estrategias para las compañías, desde la concepción hasta el control de resultados de su aplicación y pone a disposición de sus clientes un amplio portafolio de listas de correos electrónicos con permiso, B2C y B2B. Uno de los ejes fundamentales de las soluciones de e-service es Xprofiler, solución ASP, la modalidad de servicio mediante el método ASP (application solution provider) consiste en que el cliente dispone de un servicio completo, llave en mano, que incluye desarrollo, instalación, pruebas, puesta en marcha y hospedaje mediante el abono de una cuota mensual que incluye todos los conceptos descritos.

La principal ventaja de este método de contratación radica en que el cliente no tiene que hacer desembolsos iniciales elevados, tanto en desarrollo como en infraestructura hardware, ni preocuparse de las labores de mantenimiento técnico del sistema, lo que le permite centrarse en su verdadera labor, la comercialización de sus productos, dejando a un lado la posible complejidad técnica del soporte informático que conlleva la misma.

Algunas de las principales características de este método son:

- a) Periodos de implementación muy reducidos
- b) Accesibilidad (casi todo el año)
- c) Un solo punto de contacto para resolver sus incidencias

- d) Soluciones escalables y adaptables en todo momento al crecimiento de su empresa.

Con esto se logra que los usuarios puedan gestionar y controlar integralmente sus acciones de Email Marketing, maximizando el rendimiento de entregas correctas a la bandeja de entrada. Xprofieler destaca por su potencia como administrador de campañas de Emailing y su fácil uso.

“Los clientes Xprofieler descubren toda la potencialidad del canal email, al pasar de usar el Emailing como un medio de emisión masivo a desarrollar toda su efectividad como medio segmentado y one-to-one. Esto supone conseguir comunicaciones relevantes, personalizadas y se traduce en una reducción del número de bajas e incremento de los resultados de las campañas”⁵⁹

Como resultado de éste método las empresas apuesten cada día más por acciones de Marketing basadas en comunicaciones multicanal. La gestión óptima y eficaz del canal email se está convirtiendo en un factor clave, tanto en la captación como en la fidelidad de clientes.

Cuando las empresas cuenta ya con el e-service, pueden disponer de un paquete completo de soluciones y servicios que les brindará soporte para ejecutar con éxito sus campañas online, es por ello que su implementación ha revolucionado las empresas en la red y han mejorado sus proceso de negocios online, la planificación estratégica de los e-services permitirán a la empresa obtener una ventaja competitiva en este campo ilimitado de negocios.

Con la respectiva mejora, hace que la empresa genere constantemente ingresos, asegure clientes, se publicite o se haga dar a conocer por la gente

⁵⁹ **TECHNOLOGIES FOR E-SERVICES: 6TH INTERNATIONAL WORKSHOP**; Christoph Bussler, Ming-Chien Shan; **TES 2005**, Editorial: Springer

de cualquier lugar al implantar el uso de mensajería informativa directamente al cliente o al cliente potencial.

El uso intensivo de la Internet en el mundo globalizado e interconectado ha reinventado la manera tradicional de hacer negocios y la nueva forma en que la información se mueve y dinamiza, por ello las empresas inmersas en este cyber-espacio de cambios constantes que evolucionan a una velocidad impredecible están obligadas a desarrollar estrategias que le permitan competir y mantenerse en este mercado, en donde la satisfacción de los consumidores y el mejoramiento continuo de la empresa es prioritario.

La implementación de los e-services en las empresas no es una tarea sencilla y la falta de conocimiento del impacto que causa en la empresa en el corto y mediano plazo puede resultar una barrera, que para poder superarla es necesario que la empresa planifique su incursión en la empresa de una manera estratégica dentro del negocio, procurando que cause un impacto controlado que permita a la empresa adaptarse a este instrumento necesario.

La evolución de la planificación estratégica como herramienta de mejoramiento de procesos y análisis situacional de las empresas dentro de un mercado altamente competitivo como el cyber-espacio ayuda a la implementación de e-services y de e-technologies.

En la Planificación Estratégica del e-service se debe determinar qué hacer y cómo se va hacer, y como una empresa puede concluir si el e-service cumple con los objetivos establecidos, ya que una estrategia de e-service implica todos los procesos de un negocio y su reingeniería de ser el caso.

El proceso inicia con un análisis de la situación actual de la empresa y su posicionamiento en el mercado, se evalúa el entendimiento de la estrategia, de los procesos administrativos y operativos y los niveles de aceptación del e-service dentro de la organización, implementando las correcciones necesarias y la infraestructura indispensable de e-technology para su

adaptación total al e-service, a fin de mejorar la productividad de la empresa y mejorar su eficiencia y su posicionamiento dentro de este nuevo mercado donde la competencia crece y contar con una organización bien estructurada que optimice procesos le brinda un ventaja.

Luego de realizado este proceso, se procede a diseñar una arquitectura de información que permita identificar las necesidades nacionales y globales de información de la empresa, entonces el desarrollo de un modelo de e-technology tendrá por objetivo convertir las estrategias de negocios en estrategias tecnológicas.

Luego del diseño se pasa a la fase de construcción de esta arquitectura, se definen los elementos claves, las características esenciales (hardware, software, etc), se sigue con el diseño minucioso de los modelos de operación de e-service que describen el funcionamiento del área informática. Finalmente se crea un modelo de planeación en la cual se delinear las prioridades para la implementación de la e-technology para el e-service y los procesos operativos, se establece un plan de acción asumiendo los riesgos potenciales y el orden de desarrollo de los proyectos y en el ámbito financiero el retorno de inversión de esta implementación.

Se debe considerar que el efecto que ocasionan las E-service es en gran mayoría dificultoso aunque de gran ayuda para la empresa en su camino de integración a la Nueva economía.

El mercado actual, dónde se aplican las E-service son numerosos pero la estrategia de integración no es tan sencilla como se piensa ya que al utilizar de manera desordenada puede causar pérdida de clientes, mala imagen o desconfianza. Para el diseño se debe tomar en cuenta la inclusión de la empresa en especial su involucramiento en sus procesos de negocio; el diseño de la arquitectura de la información que utilizará la empresa de modo nacional y global.

Cuando los conceptos tradicionales de negocio se fusionan con este nuevo elemento e-technology, la estructura tradicional de negocios se ve afectada, y como respuesta a este impacto, surgen nuevos modelos de planificación estratégica de e-technology que viabilizan su implementación. Estos modelos de planificación estratégica se han generalizado de tal manera en este nuevo ámbito que permiten a las organizaciones alinear sus estrategias de negocios en este ambiente competitivo y permite desarrollar ventajas competitivas.

El nuevo modelo de Planificación Estratégica para el e-service, es concebido como una necesidad de construir un modelo que abarque la Planificación Estratégica General, la Planificación Estratégica de Tecnologías de Información, los factores involucrados en el ámbito electrónico y los diversos modelos de negocio que existen en la actualidad. El objetivo de este modelo de Planificación Estratégica para el E-Service, es guiar a la organización a través de un conjunto de procesos ordenados que lo componen, culminando en el desarrollo y ejecución de un plan de negocio para la implementación de un e-service. Partiendo de que el e-service proviene de una idea o concepto electrónico (e-concept) este modelo consta de cuatro fases a implementar:

- a) Exposición estratégica del E-Concept
- b) Construcción de un ambiente competitivo
- c) Implicaciones del E-Concept en alineación al negocio
- d) Factibilidad de la implementación

En el primer punto la exposición estratégica se refiere al reconocimiento de declaraciones estratégicas para el negocio, los objetivos específicos que se plantean como metas y los movimientos necesarios para comprender el futuro y las etapas por las cuales pasará cada objetivo. Esta exposición estratégica busca agrupar todos los factores dominantes de una organización como un proceso secuencial, tanto de la forma de hacer negocios como de las perspectivas funcionales de la organización.

En esta fase el objetivo es definir la estrategia basada en el e-concept⁶⁰, y su propósito en el negocio. Actualmente el proceso de decisiones de compra se basa en estímulos respecto de la reacción del cliente y sus características (seguridades en la red tanto para pagos como para envíos, tecnología de uso fácil y dinámico) que permitan la interacción en línea y asegurar las ventas y la fidelidad de los usuarios. Pero adicional a este estudio y evaluación del comportamiento de los consumidores, las empresas u organizaciones deben estudiar el mercado en el cual están compitiendo y analizar el uso de las estrategias basadas en e-technology que los beneficien para posicionarse en este mundo virtual.

Truban⁶¹ propone un modelo, en el cual enfatiza que del comportamiento del cliente se derivará el comportamiento futuro del vendedor, es decir la empresa proveedora del servicio, de aquí se enfoca el comportamiento del consumidor desde el punto de vista electrónico (e-costumer).

En relación a la creación de un ambiente competitivo se hace referencia al modelo tradicional de Porter para el análisis de los competidores en la existencia de cinco fuerzas que determinan la rentabilidad del mercado o un segmento de este a largo plazo: amenaza de entrada de nuevos competidores, la rivalidad entre los competidores, poder de negocio de los proveedores, poder de negocio de los compradores y amenaza de ingreso de productos sustitutos.

La implementación de e-service tiene varias implicaciones, entre otras la importancia de e-technology que es relevante para propender a la creación de un ambiente sólido en este proceso de negocio, por ello es importante la detección y análisis de estas implicaciones que ayudará a la alineación estratégica de e-technology con e-service.

Las implicaciones más importantes a considerar en el análisis del modelo propuesto de acuerdo a la implementación alineada al negocio son:

⁶⁰ Concepto dentro del internet

⁶¹, **ELECTRONIC COMMERCE, A MANAGERIAL PERSPECTIVE**; Efraim Turban, Lee Jae, King David, Chung H. Michael; Editorial Prentice Hall; 2001

- a) Impacto positivo del e-concept en la organización. Es importante realizar un análisis FODA dentro de una organización para detectar las oportunidades de la implementación de e-service y su alineación dentro del negocio y, se detectará y medirá como y donde impactará el e-service y los posibles riesgos que esto implique.
- b) En referencia al impacto se implementará el e-concept, se identificarán los diferentes escenarios en los cuales se puede desempeñar la empresa dependiendo de sus necesidades y conveniencias. En este punto el objetivo es analizar cuáles serán los elementos potenciales de e-technology se verán involucrados para lograr estos escenarios.

4.3.4. Modelos de ventas en negocios on-line

El uso extensivo de la WEB en un mundo globalizado e interconectado ha transformado la forma tradicional de hacer negocios tanto para el oferente como para el demandante, y con la evolución constante de las tecnologías de información y comunicación, los modelos de negocios evolucionarán a la par de la tecnología. Quizá estos modelos de negocio sean muy discutidos pero muy poco comprendidos.

Básicamente, un modelo es un método de hacer negocios, en donde una organización puede obtener utilidades y posicionarse en un determinado mercado. Este modelo de negocio nos permite conocer la eficiencia y eficacia de una organización así como su posicionamiento en la cadena de valor dentro del mercado.

Existen modelos de todo tipo, se puede encontrar unos muy simples, en la cual una organización puede producir bienes o servicios, los cuales son ofertados a los consumidores, si todo sucede de acuerdo a las expectativas de la organización, los ingresos por la ventas superan al costo de operación la organización obtiene utilidades. Existen modelos más complejos, la transmisión de señales son un ejemplo de ello, la programación de la radio y

la televisión han sido transmitidas al aire de manera libre para que pueda ser acogida para quien cuente con un equipo receptor⁶² de dichas señales.

La organización que trasmite forma parte de una compleja red de distribuidores, creadores de contenidos multimedia, anunciantes (empresas de marketing), y también los receptores de estos contenidos radioescuchas y espectadores. Como se crea riqueza en este escenario no siempre está claro, ya que en este ámbito intervienen muchos factores.

El comercio electrónico que se desarrolla en la Internet creará nuevos modelos de negocios y propiciará la reinención de los modelos establecidos y probados. Podemos citar como ejemplo las subastas en línea que actualmente atraen la atención de millones de personas y evocan una de las prácticas mercantiles humanas más antiguas y que su evolución ha permitido una competencia que se refleja en los precios de los bienes y servicios que se ofertan en la Web.

La incursión de las tecnologías de información y comunicación en la vida cotidiana de las personas en el mundo y con el uso intensivo de la internet en el comercio electrónico, los modelos de negocios, que han surgido frente a la necesidad de establecer un mercado que brinde todas las seguridades y beneficios para oferentes y demandantes, han sido definidos y categorizados de muchas formas, lo cual refleja un intento por presentar una clasificación integral y coherente estos modelos, la cual no trata de ser exhaustiva y definitiva , pues los modelos evolucionan a la par de la tecnología y las nuevas necesidades globales.

Existen categorías de modelos de negocios como:

- a) Corretaje (Brokerage)
- b) Publicidad (Advertising)
- c) Intermediario de Información (Infomediary)

⁶² Krugman P (1993)- “**FIRST NATURE, SECOND NATURE AND METROPOLITAN LOCATION**”, Journal of Regional Science 34: 129-144

- d) Comerciantes (Merchant)
- e) Fabricante (Manufacturer)
- f) Afiliación (Affiliate)
- g) Comunidades (Community)
- h) Suscripción (Subscription)
- i) Utilidad (Utility)

La implantación de los modelos de negocios se lo realiza de acuerdo a las necesidades de la organización y puede usar no solo un modelo sino algunos o una combinación de ellos como parte de una estrategia integral de negocios en la Internet. Por ejemplo podemos encontrar negocios orientados al contenido que utilizan modelos de suscripción.

Con los derechos de protección de la propiedad intelectual (copy rights) mediante el uso de patentes, estos modelos de negocio toman mayor importancia, con lo cual el número de patentes concedidas de métodos de negocios referentes al comercio electrónico han crecido, a pesar de que por ser nuevo y original su autoría en algunos casos se disputa en juzgados para el efecto.

Los corredores (Brokers) atraen a compradores y vendedores, por lo que son denominados creadores de mercados que facilitan las transacciones y frecuentemente juegan un rol en los mercados de negocio a negocio (B2B), negocio a consumidor (B2C), consumidor a consumidor (C2C), generalmente estos brokers cobran comisiones por cada transacción que se logra concretar en línea, estas comisiones no son fijas y varía de acuerdo a al sector.

4.3.5. Modelos de negocio basados en dispositivos

La nueva economía se sirve de las tecnologías de información y comunicación y la Internet como medio y elemento de marketing para el comercio electrónico, pues es conocido que a diferencia de otros medios electrónicos (teléfono, fax, etc), la Internet integra a través del entorno virtual

a compradores y vendedores que pueden interactuar entre sí, eliminando las barreras físicas que el comercio tradicional ofrece, permitiendo negociaciones de todo tipo en cualquier tiempo y lugar del mundo, lo cual sin duda crea una eficiencia significativa que beneficia a todos los actores de este proceso.

Un sitio Web está abierto las veinte y cuatro horas del día, los treientos sesenta y cinco días del año, no ocupa un espacio físico que genere costos fijos y el usuario o consumidor no tiene que lidiar con un vendedor frente a frente, este puede acceder al WebSite desde la comodidad de su hogar en cualquier punto del planeta. Por tanto los negocios basados en dispositivos representan un cambio en la manera de interactuar entre el comprador y el vendedor.

Desde la posición del comprador el coste de cambiar de proveedor es mínimo, sin embargo para el vendedor el riesgo de no captar la atención del comprador y la posibilidad de perderlo es muy elevada. En el entorno virtual, gran parte de la responsabilidad en la decisión de cómo realizar una operación de compra-venta se ha trasladado desde los vendedores hacia los compradores.

La principal actividad del e-business es la gestión de las relaciones con los clientes al considerarlos como centro del negocio, esto quiere decir que funcionalmente los procesos clásicos (marketing, atención y servicio al cliente, y ventas) que son orientados al cliente deben ampliarse e incluir ingeniería, producción y distribución.

Beneficios que proporciona el negocio mediante dispositivos son muchos pero de estos se destacará cuando el cliente busca, siempre que se sale del entorno actual para conseguir bienes o servicios se tiene que buscar, comparar, negociar y finalmente comprar. Los efectos más notables son:

- a) Disminución de los costes de coordinación dentro de la organización del vendedor.
- b) Importancia de la marca o nombre de la empresa.

- c) Comparación de precios fácil, al desaparecer los distribuidores en cada país.
- d) Aparición de la necesidad de ofrecer un mejor servicio al cliente, servicios 24 horas, sistemas de consultas sin necesidad de operador, resolución de FAQ (Frequently Asked Questions).
- e) Comodidad de acceso a la información y disponibilidad sin horario de la misma.
- f) Clasificación y agrupamiento de la información disponible.
- g) Simuladores de compra y de características de los productos y/o servicios.
- h) Personalización del entorno, para B2C (empresa-consumidor) a fin de satisfacer las preferencias del consumidor y contar con su fidelidad, y para el B2B (entre empresas) realizando pactos de comercio mutuamente beneficiosas (precio, marca, servicio...).

4.3.6. Otros modelos de negocio según orientación

Se entiende por otros modelos de negocio a la utilización de medios electrónicos no siempre fijados al cliente si no a la empresa, aunque no existe gran diferencia se puede tratar de modelos específicos que tratan de fomentar el comercio y la convergencia de las distintas partes, tanto del vendedor como del cliente de forma directa sin intermediarios que dificulten o atrasen la negociación.

Al término de la década de los años noventa, la globalización produjo un impacto económico y social, que difundió la idea que la localización de la empresa carecía de la importancia que antes tenía, debido a que se pueden obtener bienes, información y tecnología con mayor facilidad desde cualquier punto del globo en mercados *globales* en igualdad de condiciones, lo cual deja de ser una ventaja competitiva, sin embargo de ello existen tendencias hacia la especialización geográfica. De acuerdo a Porter en la actualidad el *mapa económico mundial* está dominado por lo que él llama CLUSTERS, existiendo una multitud de ellos, por lo que la localización geográfica

continúa ejerciendo una influencia determinante sobre la capacidad competitiva de las empresas.

La naturaleza de la competitividad ha cambiado a lo largo del tiempo y con más fuerza en las últimas cuatro décadas, cuando las ventajas competitivas sostenibles se enfocaba en los costes de los factores, la disponibilidad, mano de obra poco especializada y cercanía a puertos, que hoy han sido reemplazados por procesos de organización y gestión más dinámicos en donde las ventajas competitivas están enfocadas en la innovación, el conocimiento la transferencia de información, es decir un uso intensivo, productivo y eficiente de las tecnologías de información y comunicación y la Internet.

Día a día las empresas están planteando estrategias que conllevan el uso de técnicas informáticas para darse a conocer o para proveer de sus productos al mundo; es el caso de los "Clusters".

Los clusters geográficos se muestran como configuraciones particularmente exitosas a la hora de difundir o "socializar" este tipo de ventajas. La conceptualización del desarrollo económico evoluciona y se transforma a medida que lo hace la sociedad con el país, regiones o ciudades tienen que dar solución a nuevos problemas, a medida que las innovaciones y el conocimiento se difunden por las organizaciones económicas y sociales.

Con la nueva economía y la incursión de las tecnologías de información y comunicación junto con el uso intensivo de la Internet, la búsqueda de obtener economías de escala resurge, con la formación e integración de mercados globales en esta revolución informacional.

En este nuevo ámbito las organizaciones se transforman y mutan para aprovechar al máximo de los elementos existentes en este escenario, en el cual la innovación, el conocimiento y manejo de la información potencializan los sistemas productivos de las empresas del país, de los medios logísticos y de las telecomunicaciones en un mundo globalizado con un mercado

creciente y en constante cambio. Esto se evidencia cuando se analiza las etapas del desarrollo industrial.⁶³

La investigación sobre los *CLUSTERS* geográficos es muy rigurosa, y a pesar de ello los investigadores evitan definir de manera exacta lo que constituye un *CLUSTER*. Entre otras definiciones están las siguientes:

- a) *“El concepto más general de cluster sugiere menos estricto: una tendencia de las empresas dedicadas a actividades similares a colocalizarse, aunque sin tener una presencia particularmente importante en un área geográfica.”*⁶⁴
- b) *“Un cluster es utilizado de forma muy sencilla para representar concentraciones de empresas que son capaces de producir sinergias debido a su proximidad geográfica y a la existencia de interdependencias entre ellas, a pesar de que su peso en el empleo total no sea preponderante ni incluso relevante”*⁶⁵

De acuerdo a Porter,⁶⁶ los *CLUSTERS* son la concentración geográfica de organizaciones interconectadas, proveedores de bienes y servicios especializados, empresas en industrias relacionadas e instituciones asociadas (universidades, asociaciones de comercio, agencias de estandarización, entre otras) en una área determinada en la cual compiten pero también colaboran. Por tanto según Porter los *CLUSTERS* representan una nueva manera de organización de la cadena de valor que se sitúa por un lado por la mano del mercado, y jerarquías organizacionales o integración vertical por otro. La cercanía geográfica de industrias e instituciones y su interacción en mercados antes dispersas, genera un sistema coordinado de relaciones entre ellas que brinda confianza, que resultan ser más flexibles que las redes, alianzas o colaboraciones.

⁶³ HALL, P y P. Preston; THE CARRIER WAVE, Edit. Unwin Hyman; London; 1988

⁶⁴ Krugman P (1993)- **“FIRST NATURE, SECOND NATURE AND METROPOLITAN LOCATION”**, Journal of Regional Science 34: 129-144

⁶⁵ Crouch C y Farell H (2001): **“LOCAL PRODUCTION SYSTEM IN EUROPE: RISE OR DEMISE”**, Oxford

University Press, Oxford

⁶⁶ Ibid.

Es así que los *CLUSTERS* industriales se caracterizan por:

- a) Agrupación de empresas, pequeñas y medianas concentradas geográficamente y especializadas sectorialmente.
- b) Cadena de agentes económicos, especializados en el intercambio de bienes, información y personas a través del mercado o fuera de él.
- c) Código de conducta explícito o implícito entre los agentes económicos, acorde al medio social o cultural.
- d) Apoyo de instituciones del sector público y privado

Estas características se entienden como propias de los *CLUSTERS* con la particularidad de que hace énfasis en los aspectos culturales y sociales, que son factores determinantes en la confianza que debe existir entre los agentes del *CLUSTER* para que se dé una cooperación intensa, sin la cual sólo existirían concentraciones geográficas de empresas⁶⁷.

El concepto de clima de negocios desarrollado por Porter abarca las condiciones de existencia y la interacción de cuatro determinantes básicos de la ventaja competitiva de las industrias, los cuales se derivan de su ubicación geográfica y de:

- a) El estado de los factores productivos;
- b) Las condiciones de la demanda;
- c) La estructura y las estrategias competitivas de las industrias y los patrones de Rivalidad dentro de ellas; y
- d) Las condiciones en las industrias de apoyo y afines.

En esas industrias existe un contraste entre los abundantes recursos naturales y la escasez y deficiente calidad de los factores creados, como la infraestructura pública en sectores como la transportación, energía, limitado acceso a servicios financieros entre otros. Existe menos disponibilidad de

⁶⁷ Servicio de información agropecuaria del ministerio de agricultura y ganadería de Ecuador. Proyecto S.I.C.A. Banco Mundial.

factores especializados como infraestructura necesaria para brindar servicios técnicos o capacitación técnica de recurso humano.

La demanda local poco exigente, poco sofisticada y dependiente del precio, no tiende a presionar significativamente para incrementar la productividad, diversificación y el valor de la producción de *CLUSTERS*. También existe poco conocimiento acerca de los mercados de exportación, lo que conlleva a la incapacidad de colocar en ellos productos más elaborados y con mayor valor.⁶⁸

Los *CLUSTERS* generan ventajas competitivas entre las empresas que las constituyen y a su vez estimulan inversiones en tecnología, infraestructura y recursos humanos especializados, lo que incrementa el interés de Estado, Universidades y de varios agentes que desempeñan un rol de importancia en el desarrollo de estos modelos.

Cualquier tipo de asociación, entre industrias, compañías, empresas o la formación de *CLUSTERS*, requiere de la cooperación entre estas organizaciones, debido a que deben compartir sus competencias claves, para poder complementarse entre ellas para el desarrollo de oportunidades de negocio. Es importante la intervención del Estado con sus empresas públicas y el apoyo que este puede brindar a las pequeñas y medianas empresas, así como también el apoyo del sector privado.

En el Ecuador, existen algunos casos de *CUSTERS*, tal es el caso de la Industria azucarera, quienes la unión de diferentes empresas como el grupo Valdez, otro caso está el de los atuneros, donde este *CLUSTER* en particular, tiene tres fases:

- a) extracción (relacionado con los niveles y procesos de desembarques),
- b) transformación (vinculado con la industrialización del atún) y
- c) comercialización.

⁶⁸ Crouch C y Farell H (2001): “**LOCAL PRODUCTION SYSTEM IN EUROPE: RISE OR DEMISE**”, Oxford, University Press, Oxford

Desarrollándose de forma secuencial su participación en el mercado, lo cual ha facilitado y promovido su crecimiento y subsistencia. A continuación se mencionan algunas características prevalecientes en las políticas públicas que afectan más directamente la competitividad de las empresas ecuatorianas pertenecientes a los *CLUSTERS*.

- a) La estabilidad macroeconómica del país ha mejorado las condiciones de competitividad empresarial.
- b) Existe un enfoque asistencialista en las negociaciones entre el gobierno y las organizaciones de *CLUSTER*, centradas en la asignación de subsidios y aranceles, que en el largo plazo provoca ineficiencia y actúa contra la competitividad.
- c) La política fiscal ordenada y eficiente contribuyen la construcción de factores productivos de carácter público esenciales para mejorar el clima de negocios de los *CLUSTERS*, como infraestructura vial, energética, de telecomunicaciones, puertos, aeropuertos entre otros. La inversión estatal en factores productivos especializados, como los institutos de investigación y desarrollo y la capacitación de recurso humano calificado.
- d) Con la creación del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, se ha mejorado la conectividad en el país y los servicios tecnológicos, el uso de banda ancha con fibra óptica y redes inalámbricas permite el desarrollo industrial, optimizando los procesos que nos acercan a niveles de competitividad regionales muy aceptables.
- e) Las prácticas monopólicas y oligopólicas descontroladas han restringido el desarrollo y la competencia de las empresas. En este sentido el gobierno ha aprobado este año 2011 una ley que regule estas prácticas, a través de la Ley de Control del Mercado.
- f) En el ámbito jurídico el gobierno a través del apoyo popular en la consulta popular de este año 2011 está cambiando el sistema judicial de una manera integral, para brindar seguridad jurídica en

temas estratégicos que atraerán inversión en industrias de valor agregado.

- g) El gobierno a través del MINTEL y el impulso de un gobierno electrónico, permitirá un desarrollo adecuado de los *CLUSTERS*, y la creación de políticas microeconómicas que lo viabilicen.

Existen limitaciones de orden político e institucional y en las relaciones entre las empresas que forman un *CLUSTER*, para mejorar este nuevo ámbito de negocios es necesario promocionarlo. Este proceso puede iniciar desde el gobierno y proponerlo a las empresas y organizaciones de todo tipo sin discriminarlas por su tipo o tamaño, como una iniciativa que puede mejorar la condición de todos los potenciales miembros de un *CLUSTER*.

El proceso se lo puede presentar en tres fases:

1. Diagnóstico competitivo
2. Benchmarking
3. Creación e implementación de agendas concertadas

4.3.6.1. Diagnóstico competitivo

Esta primera fase se centra en la capacitación metodológica para realizar un diagnóstico competitivo, y está dirigido a grupos de líderes, administradores y otros representantes de los *CLUSTERS* a promover. Se reúne a representantes del sector público, privado y entidades técnicas de apoyo que potencialicen la creación de *CLUSTERS*, con la finalidad de fomentar la participación activa e interacción a lo largo de este proceso de investigación.

4.3.6.2. Benchmarking

El Benchmarking como proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente productos, servicios y procesos de trabajo en las organizaciones, con el propósito de transferir el conocimiento de las mejores prácticas y su aplicación inicia como en la fase anterior, con un curso-taller

para la capacitación de los equipos de trabajo formados. Los resultados permitirán generar nuevas metas de desempeño para las industrias que formarán el CLUSTER.

4.3.6.3. Creación e implementación de agendas concertadas

La fase final del proceso radica en el apoyo al esfuerzo de concertación entre los representantes de los integrantes de los potenciales *CLUSTERS*, para generar una agenda estratégica que guíe su desarrollo. Más allá de la calidad de los análisis de competitividad, esta es una etapa sumamente crítica, los estudios de benchmarking o la certeza de las recomendaciones presentadas por los equipos de análisis, requiere de la disposición, compromiso y consentimiento entre los participantes, para poder viabilizar las recomendaciones que surgen de estos grupos de investigación.

Cómo se ha visto los modelos *CLUSTER* son parte importante de la nueva economía (TIC), reflejan las necesidades económicas que se presentan a diario, la competencia empresarial, la inclusión social, la mejora de la economía ecuatoriana y su avance al mundo actual no obstante trae consigo una gran estrategia y planificación para avanzar, la utilización de políticas que se enlacen con el objetivo, cumplimiento de las normas regulatorias, promover el crecimiento dentro y fuera del país.

CONCLUSIONES

La nueva economía exige una rápida adaptación a los cambios. Estos se producen en todos los ámbitos, sin aviso, sin contemplaciones. Esta nueva economía con las características indicadas plantea una serie de interrogantes que se irán develando con el correr del tiempo, y a medida que la inteligencia humana convierta en realidad los sueños y ambiciones futuristas. Dichos interrogantes constituyen un llamado de atención a todos aquellos encargados del diseño de la autopista de la información.

Aún no resulta claro como los nuevos medios afectarán la manera en que la sociedad realiza sus negocios, trabaja, aprende y vive. Como se dijo anteriormente, la autopista de la información se desarrolla para proveer la infraestructura de la economía digital. Sin embargo, en la frontera digital de esta nueva economía, las viejas normas sociales, leyes, regulaciones, instituciones, educación y costumbres están resultando inadecuadas, y necesitamos como seres humanos adaptarnos a los retos que la tecnología y la vida digital nos plantea.

En general se reconoce que la economía de los países pasará de la era industrial basada en la transformación de materias primas a una nueva economía basada en el manejo de información a través de las computadoras, de la inteligencia artificial y de los recursos de la comunicación.

La era de la información transformará radicalmente las bases sobre las que descansa la economía de la sociedad ecuatoriana, al igual que lo hace en todo el mundo. Por esto el comercio se ha visto afectado por la tecnología en una proporción muy considerable, además que a los sistemas de pago tradicionales se suman nuevos productos que transitan por un medio extraño al conocido hasta ahora. Dadas las características del medio, la inseguridad es la regla. La iniciativa privada procura entonces el desarrollo de sistemas que permitan alcanzar la tan ansiada seguridad, los que son incorporados a productos como el dinero electrónico.

RECOMENDACIONES

Para poder lograr la tan anhelada estabilidad que buscamos los ecuatorianos, se hace necesario que las instituciones encargadas del control judicial, político, gobierno, empresarios y todos los que nos sentimos involucrados en el tema de mejorar nuestro país debemos lograr un punto de equilibrio teórico donde converjan las mejores ideas de nuestros compatriotas sin que existan de por medio intereses para los que surjan beneficios personales, buscando el bienestar de todos los ecuatorianos.

Además el gobierno nacional debería fomentar la creación de nuevas fuentes de trabajo, por ejemplo dando tratos preferenciales para los inversionistas extranjeros, sin vender la patria como lo hizo con mucho éxito Costa Rica, donde se creó leyes especiales para que las grandes multinacionales de Hardware como Software sean recibidas con los brazos abiertos y alfombra roja, porque llegan creando empleos y llenando de esperanza de progreso a su pueblo. Progreso que se vio relegado durante muchos años por la clase política del Ecuador. Estas ventajas obtenidas por las empresas se ven reflejadas en convenios bilaterales (Gobierno-empresa privada) que ayudan y permiten el acceso de la mejor tecnología a todos los sectores de la población sin discrimen social, étnico, cultural, político o religioso.

Por ello se hace necesaria la labor conjunta de los gobiernos y encargados de ejecutar las leyes y el sector privado, de forma tal que puedan implementarse y desarrollarse productos y el entorno adecuado que brinden a los ciudadanos, a los empresarios y a todo quien busque el desarrollo, las garantías suficientes en cuanto a la seguridad de las operaciones electrónicas, al comercio en todas sus formas, a las transferencias de bienes y servicios, y a toda transacción financiera generada por la gran red digital, dejando de lado la falta de conocimiento y aplicación de la ley, cuyo descuido, abuso, omisión o falta de conocimiento conducen al deterioro de la economía y de la sociedad.

ANEXOS

ANEXO A
MATRIZ DE IMPACTO INTERNO

FACTORES	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	FORTALEZAS			DEBILIDADES			ALTO	MEDIO	BAJO
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO			
Incremento de la inflación periodo 2008-2009				5			5D		
Incremento de la inseguridad				5			5D		
Petróleo con tendencia a precios a la baja					3			3D	
Inestabilidad de ministros dentro del gobierno						1			1D
Exposición constante a cambios climáticos que afectan a la economía					3			3D	
Programas de inclusión ciudadana en decisiones del gobierno		3						3F	
Favorecimiento en la educación	5						5F		
Mejora de servicios médicos		3						3F	
Inversión destinada a la vivienda por parte del estado			1						1F
Incremento del bono solidario			1						1F
Incremento del desempleo y subempleo				5			5D		
Decremento en las tasas de interés para créditos destinados a la producción		3						3F	
Erradicación del analfabetismo en el país	5						5F		
Inversión en obras públicas			1						1F
Programas anticorrupción dentro de entidades públicas	5						5F		
TOTAL							5F 5D	9F 6D	3F 1D

ANEXO B
MATRIZ DE IMPACTO EXTERNO

FACTORES	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			ALTO	MEDIO	BAJO
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO			
Quiebra de banca internacional				5			5A		
Influencia de guerrilla colombiana				5			5A		
Incremento del índice NASDAQ	5						5O		
Incremento de tecnología	5						5O		
Disminución de remesas por parte de migrantes				5			5A		
No pago de deuda externa	5				3		5O	3A	
Crisis mundial					3			3A	
Incremento de importación de productos chinos y coreanos				5			5A		
Influencia venezolana y cubana en políticas de gobernabilidad			1		3			3A	1O
Fluctuación de altas y bajas del precio del petróleo a nivel mundial					3			3A	
Conflicto político entre Ecuador y Colombia					3			3A	
Excelente ubicación geográfica del país	5						5O		
Ampliación de mercados ecuatorianos hacia países europeos, asiáticos	5						5O		
Ingreso libre y en tendencias a la alza de migrantes colombianos y cubanos				5			5A		
TOTAL							25A 25O	15A	1O

ANEXO C
MATRIZ DE VULNERABILIDAD

AMENAZAS	Quiebra de banca internacional	Influencia de guerrilla colombiana	Disminución de remesas por parte de migrantes	Incremento de importación de productos chinos y coreanos	Ingreso libre y en tendencias a la alza de migrantes colombianos y cubanos	TOTAL
DEBILIDADES						
Incremento de la inflación periodo 2008-2009	5	3	5	5	1	19
Incremento de la inseguridad	1	5	5	5	5	21
Incremento del desempleo y subempleo	5	5	5	5	5	25
Petróleo con tendencia a precios a la baja	5	1	5	5	1	17
Inestabilidad de ministros dentro del gobierno	1	3	1	1	1	7
Exposición constante a cambios climáticos que afectan a la economía	1	1	3	1	1	7
Incremento del desempleo y subempleo	5	5	5	5	5	25
TOTAL	23	23	29	27	19	

ANEXO D
MATRIZ DE APROVECHABILIDAD

OPORTUNIDADES	Incremento del índice NASDAQ	Incremento de tecnología	No pago de deuda externa	Influencia venezolana y cubana en políticas de gobernabilidad	Excelente ubicación geográfica del país	Ampliación de mercados ecuatorianos hacia países europeos, asiáticos	TOTAL
FORTALEZAS							
Programas de inclusión ciudadana en decisiones del gobierno	1	3	3	5	3	3	18
Favorecimiento en la educación	1	5	3	5	5	5	24
Mejora de servicios médicos	1	5	3	5	3	5	22
Inversión destinada a la vivienda por parte del estado	1	1	5	5	1	1	14
Incremento del bono solidario	1	1	5	5	3	1	16
Decremento en las tasas de interés para créditos destinados a la producción	3	5	5	5	1	5	24
Erradicación del analfabetismo en el país	3	5	1	5	1	1	16
Inversión en obras públicas	3	5	5	5	5	5	28
Programas anticorrupción dentro de entidades públicas	1	5	5	5	5	5	26
TOTAL	15	35	35	45	27	31	

ANEXO E
MATRIZ DE ESTRATEGIAS

FORTALEZAS: F		DEBILIDADES: D	
1	Programas de inclusión ciudadana en decisiones del gobierno	1	Incremento de la inflación periodo 2008-2009
2	Favorecimiento en la educación	2	Incremento de la inseguridad
3	Mejora de servicios médicos	3	Incremento del desempleo y subempleo
4	Inversión destinada a la vivienda por parte del estado	4	Petróleo con tendencia a precios a la baja
5	Incremento del bono solidario	5	Inestabilidad de ministros dentro del gobierno
6	Decremento en las tasas de interés para créditos destinados a la producción	6	Exposición constante a cambios climáticos que afectan a la economía
7	Erradicación del analfabetismo en el país		
8	Inversión en obras públicas		
9	Programas anticorrupción dentro de entidades públicas		

OPORTUNIDADES: O	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1 Incremento del índice NASDAQ	1 Inversión en programas de desarrollo tecnológico e inclusión de éstos en la Bolsa de Valores a fin de incrementar rentas para el país (F2O1)(F2O2) Sistemas de programación y fomento de desarrollo tecnológico en escuelas y colegios (F2O2)	Capacitación a microempresarios y ciudadanos varios para participación en la compra de acciones en la Bolsa de Nueva York, a fin de impulsar a la inclusión de empresas nacionales en la bolsa mundial (D1O1)
2 Incremento de tecnología	2 Inversión en universidades estatales para desarrollo de carreras enfocadas a la nueva economía (F2O2)	Programas de becas en países industrializados a ecuatorianos para estudios de formación de tecnología, a fin de que los becados al retornar devenguen con trabajo (D3O1)
3 No pago de deuda externa	3 Facilitación de programas de información dentro de los microempresarios, a fin de promover las exportaciones de productos y servicios (O3F8)	Desarrollo de fuentes de empleo que contrarresten la carencia de empleo y subempleo en el país a través del fondo de no pago de deuda externa O3D3
4 Influencia venezolana y cubana en políticas de gobernabilidad	4 Inclusión de ciudadanos en programas de desarrollo de información que facilite la transparentabilidad de los procesos de estado (O4F7)	Aprovechar el mercado cubano y venezolano para compra y venta de materias primas, insumos médicos, productos petroleros a fin de disminuir la inflación en el país, aprovechando con esto la creación de fuentes de trabajo, y disminuir la inestabilidad gubernamental D1O4; D5O5
5 Excelente ubicación geográfica del país	5 Implantación de un sistema de redes de comunicación con otros países desarrollados para facilitar la mejora de servicios médicos y de educación Implantación de programas rurales en pos del desarrollo de acumulación de información agrícola, ganadera, y que incentive a la micro producción.	Implantación de un sistema de comunicación que asegure la información del país con otros, facilitando la aprovechabilidad de oportunidades en tanto a compra y venta de petróleo, así como también favorezca la inversión extranjera O5D4 O5D2 O5D3
6 Ampliación de mercados ecuatorianos hacia países europeos, asiáticos	Otorgación de créditos por parte de la CFN para inversión en empresas dedicadas a la producción de tecnología y redes de comunicación. Promoción del producto interno bruto del país hacia países industrializados, que promuevan la compra de tecnología ecuatoriana. (O4F1)(O4F3)(O5F8)	Disminución de aranceles para exportación de productos ecuatorianos hacia EEUU centro América y Sur América, países asiáticos, europeos, africanos, a fin de tornarlos más baratos y fáciles de vender O6D1 O6D3 O6D5 O6D6

AMENAZAS: A	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1 Quiebra de banca internacional	Respaldacion y salvaguardar la industria nacional a través de programas de producción, de capacitación a microempresarios y a empresas ecuatorianas A1F1 A1F2	Fortalecimiento de la banca nacional a fin de evitar quiebres de bancos, cooperativas, mutualistas A1D3 A1D1
2 Influencia de guerrilla colombiana	Elaboración de programas junto con el gobierno Colombiano para implantar un mayor control en la frontera Ecuador-Colombia A2F9	Implementar un sistema más estricto de entrada y salida de extranjeros al país A2D1
3 Disminución de remesas por parte de migrantes	Creación de fuentes de empleo en entidades publicas o facilitar a la empresa privada para la creación de estos, facilitando la permanencia de ecuatorianos trabajadores en el país A3F2 A3F6 A3F8	Promover el retorno de migrantes al país, de tal manera que facilite también el menaje tanto de sus casas como negocios para que estos puedan generar trabajo y empleo A3D1 A3D3 A3D2
4 Incremento de importación de productos chinos y coreanos	Incentivación de producción nacional y abaratamiento de insumos para bienes terminados de consumo, a fin de disminuir las importaciones de países chinos y coreanos A4F6 A4F1	Implantación de planes de control de calidad de ingreso de productos al país, a fin de disminuir el ingreso de productos basura A4D5 A4D3 A4D2
5 Ingreso libre y en tendencias a la alza de migrantes colombianos y cubanos	Implementar un sistema más estricto de entrada y salida de extranjeros al país A5F1 A5F9 Provisión de equipos a la policía de migración para incrementar el control fronterizo e ingreso aéreo	Promoción de programas de trabajo para ecuatorianos y migrantes, a fin de facilitar el trabajo a todos A5D2 A5D3

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

1. A STRATEGIC GUIDE TO THE NETWORK ECONOMY; Editorial: Harvad Bussines school press; Shapiro y Varian (1999)
2. ARGANDOÑA Ramíz, Antonio; LA NUEVA ECONOMÍA Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO; Revista del Instituto de Estudios Económicos; ISSN 0210-9565; No. 1-2; 2001
3. BELL, Daniel; THE COMING OF POST-INDUSTRIAL SOCIETY: A VENTURE IN SOCIAL FORECASTING; edit. Harmond Swrth Penguin; Londres, 1973
4. CASTELLS Manuel; "LA SOCIETAT XARXA A CATALUNYA". Edit. Rosa dels vents; Barcelona; 2003.
5. COMPETING THROUGH BUSINESS MODELS; Editorial: Harvard University Press; Casadesus-Masanell y Ricart, 2007
6. CORTADA, James W; MANAGEMENT DEL NUEVO SIGLO; 1ra. Edición; Edit. Pearson Educación; Buenos Aires, Argentina; 2001.
7. Defourny, Favreau y Laville; INSERCIÓN Y NUEVA ECONOMÍA SOCIAL: UN BALANCE INTERNACIONAL; Edit. Ciriéc; España; 1997
8. DEMING Edwards; LA NUEVA ECONOMÍA: PARA LA INDUSTRIA, EL GOBIERNO Y LA EDUCACIÓN; Edit. Díaz de Santos; México; 1998
9. E-BUSINESS 2.0, Kalakota Ravi, Robinson Marcia, , Editorial: Addison-Wesley; Boston MA; Año 2001,
10. ELECTRONIC COMMERCE, A MANAGERIAL PERSPECTIVE; Efraim Turban, Lee Jae, King David, Chung H. Michael; Editorial Prentice Hall; 2001
11. FRIEDMAN, Milton; A THEORY OF THE CONSUMPTION FUNCTION; Ediciones Altaya; México; 1956
12. FUERTES Eugenio, Ana; LA ECONOMIA REGIONAL EN EL MARCO DE LA NUEVA ECONOMÍA; Edit. Publicaciones de la Universitat Jaume; 2003

13. KEYNES, John Maynard, THE GENERAL THEORY OF EMPLOYMENT, INTEREST AND MONEY; Nueva York, 1936
14. LE GRANT, Julián; LA NUEVA ECONOMÍA DEL BIENESTAR; edit. Unión europea y estado del bienestar, Consejo Superior de Investigaciones científicas; Madrid, España; 1997
15. MONTOYA S. Omar. TECNOLOGÍA Y DESARROLLO HUMANO EN EL CONTEXTO NEOLIBERAL. En: Revista SCIENTIA ET TECHNICA, Año VIII, No. 20; Octubre 2002
16. NONAKA & Takeuchi; THE KNOWLEDGE CREATING COMPANY; New York, Oxford University Press; 1995
17. SAGASTI, Francisco R. CIENCIA, TECNOLOGÍA Y DESARROLLO LATINOAMERICANO. Primera edición, Editorial fondo de Cultura Económica, México, 1981
18. SCHUMPETER, Joseph. TEORÍA DEL DESENVOLVIMIENTO ECONÓMICO. Quinta Reimpresión, edit. Fondo de Cultura Económica, México, 1978
19. TECHNOLOGIES FOR E-SERVICES: 6TH INTERNATIONAL WORKSHOP; Christoph Bussler, Ming-Chien Shan; TES 2005, Editorial: Springer
20. THE THEORY OF: INDUSTRIAL ORGANIZATION; Editorial: Hamilton Printing; Jean Tirole (1988)
21. WALSH Terri; MONETARY THEORY AND POLICY; edit. McGraw Hill, New York; 1998,
22. WHAT E-BUSINESS CAN BRING TO SCM"; Editorial: Electronic Buyers's News, Barry Lawrence F; Manhasset, 22 de Mayo de 2000, No. 1212

Revistas:

1. Círculo de Empresarios; 1999
2. CONRAD, Mattew; NEW ECONOMY; Revista The Economy Magazine; EEUU; s/a
3. Diario "El Comercio", sección Economía, 2009
4. Informe CEPAL, 2009

5. Manager de Global Crossing Rosario; VENTAJAS DE TERCERIZAR TECNOLOGÍA; revista “La Capital”; S/A
6. REVISTA GESTIÓN: ECONOMÍA Y SOCIEDAD, Números 139-144; año 2006
7. REVISTA gestiopolis;
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/peservic.es.htm>
8. Tecnologías De La Información Y Comunicación Y Leyes En Sendas Distintas; <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-y-leyes-en-sendas-distintas-276135-276135.html>; DIARIO HOY; Ecuador; 31 de agosto 2007
9. TOMÁS Carpi, Juan Antonio; EL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE EN CLAVE ESTRATÉGICA; Revista de economía pública, social y cooperativa, ISSN 0213-8093, España; N°. 61, 2008

Web:

1. ¹ Producto Interno Bruto; <http://www.econlink.com.ar/dic/pib.shtml>
2. Diario “El Universal”; El Petróleo;
<http://www.guia.com.ve/noticias/?id=29932>
3. Diario “Explored”; Ecuador, ¿Un país en riesgo?;
<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-un-pais-en-riesgo-65565-65565.html> ; <http://www.libremente.org/?cat=20>
4. <http://contenidos.ipade.mx/2009/04/nueva-economia-nuevas-realidades-%C2%BFnuevos-modelos-de-negocio/>
5. <http://www.campusanuncios.com/detempleo-1324249717X-Negocios-Ecuindex-Madrid.html>
6. <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/hacer-negocios-en-la-tierra-y-en-la-red-50398-50398.html>
7. http://www.onlynux.com/articulos/e_articulo_como_lograr_la_maxima_rentabilidad.shtml
8. INDICES BURSÁTILES; www.monografias.com/trabajos33/indices-bursatiles/indices-bursatiles.shtml

9. INFLACIÓN;
<http://www.elprisma.com/apuntes/economia/inflacionconcepto/>
10. MARTÍNEZ, Tomás; FORMACIÓN GERENCIAL EN EL NUEVO ENTORNO; <http://www.slideshare.net/jtimana/formacion-gerencial-en-el-nuevo-entorno>
11. PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO 2010-2013; Ministerio de Finanzas del Ecuador; http://www.mef.gov.ec/PRESUPUESTO_2010-2013/PRESUPUESTO%202009-2013.htm
12. Referencia de comparación de precios, www.mercadolibre.com
13. www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/index.html.
14. ZUBIRA de, Miguel; LA INFORMACIÓN;
<http://andresgranada.wordpress.com/2009/09/13/la-nueva-economia-de-la-informacion/>