



El papel de la comercialización sostenible en los microemprendimientos del sector la Garzota de la ciudad de Guayaquil

The role of sustainable marketing in microenterprises in the La Garzota sector of the city of Guayaquil

O papel do marketing sustentável nas microempresas do setor La Garzota da cidade de Guayaquil

Cynthia Maritza Legarda-Arreaga ^I
cynthia.legardaa@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-5590-562X>

Grace Elizabeth Tello-Caicedo ^{II}
grace.telloc@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1840-5810>

Felix Cristobal Hablich-Sanchez ^{III}
felix.hablichsan@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8586-7540>

Miguel Ángel Granja-Chiriboga ^{IV}
miguel.granjac@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0003-3609-3149>

Correspondencia: cynthia.legardaa@ug.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 01 de marzo de 2024 * **Aceptado:** 17 de abril de 2024 * **Publicado:** 20 de mayo de 2024

- I. Magíster en Tributación y Finanzas, Docente de la Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- II. Magíster en Administración de Empresas con mención en Recursos Humanos, Docente de la Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- III. Magíster Finanzas y Proyectos Corporativo, Docente de la Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- IV. Doctor en Jurisprudencia, Magíster en Derecho Penal y Criminología, Especialista en Derecho Penal, Justicia Indígena, Ciencias Penales y Criminológicas, Docente de la Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Resumen

En la actualidad la comercialización sostenible se está convirtiendo en un punto clave dentro de la aplicación del desarrollo sostenible, debido a que en el mismo se contempla en sus objetivos la producción y consumo sostenible, mediante este es posible impulsar a la creación de economías verdes que no sólo se centren en generar ingresos y acumular riquezas sino más bien se contemple también aspectos sociales que beneficien a la comunidad y aspectos ambientales creando una alianza equitativa que persiga el bien común para todos. Por lo que, la comercialización sostenible genera beneficios tanto para los pequeños productores como para los consumidores. Este artículo examina el papel de la comercialización sostenible en los microemprendimientos del sector de La Garzota en la ciudad de Guayaquil. La presente investigación tiene como objetivo analizar el papel de la comercialización sostenible y cómo los microemprendimientos de este sector están implementando prácticas de comercialización sostenible. La metodología utilizada fue documental, descriptiva y se aplicó un enfoque cualitativo con un proceso inductivo que permitió analizar múltiples realidades subjetivas. Los resultados sugieren que las estrategias de prácticas sostenibles tienen en su éxito empresarial y en el desarrollo sostenible de la comunidad local. Por lo que, al identificar estrategias para promover la comercialización sostenible en los microemprendimientos, implementarlas de forma correcta y emplear los recursos necesarios se podrá encaminar al establecimiento de objetivos para mitigar el consumismo, promover un consumo responsable y por lo tanto crear hábitos sostenibles en los consumidores.

Palabras claves: Comercialización sostenible; microemprendimientos; desarrollo sostenible; emprendimiento sostenible; consumo responsable.

Abstract

Currently, sustainable marketing is becoming a key point within the application of sustainable development, because its objectives include sustainable production and consumption, through which it is possible to promote the creation of green economies that They not only focus on generating income and accumulating wealth but also consider social aspects that benefit the community and environmental aspects, creating an equitable alliance that pursues the common good for all. Therefore, sustainable marketing generates benefits for both small producers and consumers. This article examines the role of sustainable marketing in microenterprises in the La Garzota sector in the city of Guayaquil. The objective of this research is to analyze the role of

sustainable marketing and how microenterprises in this sector are implementing sustainable marketing practices. The methodology used was documentary, descriptive and a qualitative approach was applied with an inductive process that allowed multiple subjective realities to be analyzed. The results suggest that sustainable practices strategies have in their business success and in the sustainable development of the local community. Therefore, by identifying strategies to promote sustainable marketing in microenterprises, implementing them correctly and using the necessary resources, we can aim to establish objectives to mitigate consumerism, promote responsible consumption and therefore create sustainable habits in businesses. consumers.

Keywords: Sustainable marketing; microenterprises; sustainable development; sustainable entrepreneurship; responsible consumption.

Resumo

Actualmente, o marketing sustentável está a tornar-se um ponto chave na aplicação do desenvolvimento sustentável, porque os seus objectivos incluem a produção e o consumo sustentáveis, através dos quais é possível promover a criação de economias verdes que não se concentrem apenas na geração de rendimentos e na acumulação de riqueza, mas também considerar os aspectos sociais que beneficiam a comunidade e os aspectos ambientais, criando uma aliança equitativa que busque o bem comum para todos. Portanto, o marketing sustentável gera benefícios tanto para os pequenos produtores quanto para os consumidores. Este artigo examina o papel do marketing sustentável nas microempresas do setor La Garzota, na cidade de Guayaquil. O objetivo desta pesquisa é analisar o papel do marketing sustentável e como as microempresas deste setor estão implementando práticas de marketing sustentável. A metodologia utilizada foi documental, descritiva e aplicada uma abordagem qualitativa com um processo indutivo que permitiu analisar múltiplas realidades subjetivas. Os resultados sugerem que as estratégias de práticas sustentáveis têm influência no sucesso empresarial e no desenvolvimento sustentável da comunidade local. Portanto, ao identificar estratégias para promover o marketing sustentável nas microempresas, implementando-as corretamente e utilizando os recursos necessários, podemos visar estabelecer objetivos para mitigar o consumismo, promover o consumo responsável e, portanto, criar hábitos sustentáveis nos consumidores empresariais.

Palavras-chave: Marketing sustentável; micro empresas; desenvolvimento sustentável; empreendedorismo sustentável; consumo responsável.

Introducción

Del trabajo de Bergaglio JP et al. (2021) que se titula “Estudio sobre las actuales modalidades de consumo y producción sostenibles de agro alimentos, su impacto a nivel global y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)”, cuyo objetivo consiste en abordar el nuevo paradigma orientado al consumo y producción de alimentos global; y de tal manera que se pueda realizar un análisis de la tendencia futura y cómo contribuiría desde la producción. La metodología empleada fue llevada a cabo en tres fases: la revisión bibliográfica indagando documentos para obtener la información, consiguientemente la realización de entrevistas y encuestas para obtener las opiniones de los consumidores y finalmente el análisis de la información que fue recolectada mediante las etapas anteriores. Las conclusiones destacadas del trabajo son que a) existe desigualdad en los consumidores al momento de comparar y las elecciones por las que realmente optan y b) existe una inaccesibilidad a información por parte de los consumidores sobre los alimentos, esto desencadena en que los adquieran sin conocer información importante y relevante sobre los mismos. Por último, se concluye que el acercamiento realizado en este documento ofrece un aporte a este proyecto de investigación de manera que se muestra que la producción y el consumo sostenible constituyen una tendencia futura que se encuentra actualmente en desarrollo y a su vez desglosa cuales son aquellos puntos claves que influyen en este proceso (p.1).

De igual manera Vivas et al. (2021) manifiesta que la sostenibilidad en la comercialización tiene como beneficio otorgar una mejor calidad de vida, a su vez trabaja en disminuir el uso de recursos de origen natural y productos tóxicos, de igual manera la producción de desechos que causen contaminación en el lapso de vida de aquel producto o servicio con la finalidad de que no haya consecuencias para satisfacer las necesidades de futuros habitantes (p. 47).

De igual importancia, Hernández (2019) en su trabajo que lleva por título “Formulación de Estrategias de Producción y Consumo Sostenible en la Industria Textil, Basadas en el Cálculo de Huella de Agua y Huella de Carbono en la Empresa Stop S.A.S” expresan que a través de la educación ambiental impartida a quienes conforman una empresa es posible consolidar el conocimiento y expandir la concientización con el propósito de que se utilice razonablemente y eficientemente los recursos de los que se dispone. Así mismo, mencionan el manejo adecuado de los residuos comerciales que no son convencionales debería darse a través de una reutilización, es

decir destinándolos a donaciones a entidades como casas hogares o fundaciones que puedan aprovechar aún estos objetos y no destinarlos directamente al desecho.

El objetivo que se planteó en dicha investigación fue elaborar estrategias de producción y consumo sustentable, fundamentadas en el cálculo de las huellas de agua y de carbono, que aporten a la minimización de los efectos ambientales desfavorable de la empresa Stop S.A.S. La metodología implementada en la investigación fue descriptiva ya que se menciona haber hecho revisión de información de la empresa, así como de informes que contengan datos relacionados a la investigación, también se realizaron entrevistas, es alusiva a un estudio de caso ya que se está analizando una empresa, lo que constituye a una unidad en específico dentro de la población. Los resultados con que se concluye el estudio es que las estrategias dentro del proceso productivo son capaces de generar cambios sin tener que alterar la calidad, así mismo se destaca que sí es viable producir sosteniblemente inclusive se es capaz de aminorar gastos lo cual arroja mayor rentabilidad y aumenta la competitividad. La importancia de este trabajo para la investigación en desarrollo radica en que permitirá analizar cómo la educación es un factor determinante para poder promover una producción y consumo más orientado aportar al desarrollo tanto social, económico y ambiental (Hernández, 2019, pp. 1–2).

Macas Quito et al. (2022) en su investigación tiene como finalidad estudiar aquellos factores que guardan relación con el comportamiento de consumo sostenible en el consumidor ecuatoriano. Para ello llevó a cabo una encuesta a 172 clientes de productos orgánicos y cuyas contestaciones obtenidas han sido procesadas bajo la técnica de SEM-PLS. En los resultados se evidencia que no existe relación de la acción del gobierno y la presión social en el comportamiento de compra, por otra parte, se muestra que el 50% de la varianza en el comportamiento de compra sostenible se debe al efecto ambiental, la educación y cómo se encuentra el mercado ($R^2=0.517$). Con este desenlace se puede orientar a las empresas productoras de productos orgánicos para extender la ideología de consumo sostenible (p. 23).

Por otra parte, en el trabajo de Guanoluiza (2016) que lleva por título “El modelo de economía sostenible: una propuesta para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales de Llano Chico del Distrito Metropolitano de Quito, año 2014” tiene como objetivo plantear una propuesta de desarrollo para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales y habitantes de la parroquia de Llano Chico, sobre la Economía Sostenible, la metodología empleada es de carácter cualitativo, descriptivo y exploratorio. En los aspectos importantes de la investigación están los tres los

vectores de cambio que se fijan para implementar el Modelo de Economía Sostenible en base a: lo económico con mención en innovación, social cultural respecto a la equidad y lo ambiental. A su vez se contemplan temas como el crecimiento sostenido, gobernanza, uso eficiente de los recursos que no son renovables. En el capítulo cinco se presentan los proyectos afines a la solución de la problemática, considerando que cada uno está diseñado y cuenta con el respectivo aporte a la economía local, social y ambiental. En las principales conclusiones están que los vectores constituyen puntos clave en la economía, apuntando a un sistema de producción que ayude a mejorar la calidad de vida de sus habitantes (p.11).

Por otra parte, se puede mencionar que el desarrollo sostenible y sus objetivos en el Ecuador están estrechamente enlazados con las empresas, la visión, misión, propósitos y logros que se han establecido alcanzar, por ello debe de existir una vinculación que garantice la sostenibilidad para que al juntar acciones se transformen en puntos permanentes que resulten en comunidades favorecidas en sus derechos.(Hugo Cárdenas et al., 2019)

Por lo tanto, a través de este artículo se busca analizar el papel de la comercialización sostenible en los microemprendimientos del sector la Garzota en la ciudad de Guayaquil, realizando un recorrido a lo largo de las diversas teorías que permiten la comprensión, evolución y su importancia.

Materiales y método

El desarrollo que se presenta a través de este artículo científico se fundamenta en la utilización de un proceso metodológico basado en un enfoque cualitativo con un proceso inductivo, ya que busca comprender en profundidad el fenómeno de la comercialización sostenible. Este enfoque ha permitido abordar aspectos subjetivos, interpretativos y valorativos inherentes al tema.

Así mismo, la investigación se desarrollará bajo un enfoque descriptivo, ya que se pretende presentar una exposición detallada y sistemática del papel de la comercialización sostenible. Se describirán los aspectos del fenómeno de estudio (características, propiedades, perfiles), en él se recopilan datos y de estos se genera información.

Por otra parte, se emplearon fuentes primarias y secundarias. Primarias, para obtener información original y auténtica, permitiendo examinar directamente la realidad que se está estudiando; como entrevistas a los micro emprendedores y observaciones a los registros directos y sistemáticos de eventos o comportamientos de los participantes o no participantes. Y secundarias incluyendo

investigaciones previas, libros, artículos científicos, ensayos y análisis académicos; lo que proporcionan una visión general y sintetizada del tema investigado. Utilizar ambos tipos de fuentes permitió abordar los aspectos prácticos y teóricos de la comercialización sostenible de manera integral.

Como método de estudio, se aplicó el método deductivo, donde se pudo validar o refutar teorías existentes en el campo de la comercialización sostenible. Esto contribuyó al desarrollo del conocimiento en el área y se pudo llevar a una mayor comprensión de los principios subyacentes. Finalmente, para complementar la información obtenida de las fuentes escritas, se empleó la técnica de observación directa de las diferentes fuentes documentales y bibliográficas analizadas.

Teorías generales

Comercialización

La comercialización se originó y ha ido evolucionando a través del paso de tiempo y ha tomado nuevas formas debido a la preocupación de aplicar la sostenibilidad como medida para enfrentar el cambio climático, por ello actualmente a través de los objetivos de desarrollo sostenible se promueven nuevas formas para alcanzar el desarrollo sostenible empezando por pequeñas acciones hasta lograr la sostenibilidad a nivel global. Por lo cual, Reyes et al. (2018) menciona que el desarrollo sostenible remonta sus inicios a partir del siglo XVIII y XIX, cuando surgieron pronunciamientos por la preocupación del medio ambiente de forma que se aseguren recursos para las poblaciones, así como el progreso de estas. Sin embargo, no fue hasta el siglo XX, dónde se volvió a mencionar dicho término y a surgir el interés por la actividad humana y sus consecuencias a nivel ambiental, se empezaron a plantear nuevas formas de desarrollo tanto para la generación actual como para las generaciones futuras (p. 67).

De acuerdo con Vivas et al. (2021) menciona que la sostenibilidad en la comercialización tiene como beneficio otorgar una mejor calidad de vida, a su vez trabaja en disminuir el uso de recursos de origen natural y productos tóxicos, de igual manera la producción de desechos que causen contaminación en el lapso de vida de aquel producto con la meta de que no haya consecuencias para satisfacer las necesidades de futuras generaciones. Sin embargo, los microemprendimientos aun cuando desarrollan una comercialización tradicional no acostumbran a ver más beneficios que el económico que les permitan poder desarrollarse e innovarse para volverse más competidores.

Como menciona Ayuso (2014) la forma de consumo que realizan los países desarrollados se está adoptando en muchos países que aún se encuentran en vías de desarrollo, esto desencadena en que se agrave el problema y hace necesario que se insista en la educación e implementación de un estilo de vida sostenible en la sociedad. El consumidor debe contar con las facultades y habilidades para generar un criterio de evaluación frente al impacto social que tiene su acción de compra y así reprimir el consumismo influenciado por la publicidad, generando necesidades nuevas por vanidad (Izquierdo et al., 2018).

Sostenibilidad

Según Zarta (2018) con respecto a la sostenibilidad menciona que es adaptable a cualquier zona geográfica que este siendo sujeto de estudio o análisis, adicionalmente es un concepto que tiene en consideración a la ciudadanía actual, así como las personas que vendrán después de unos años y destaca que el ser humano es parte esencial de la naturaleza. De esta manera se tienen en consideración que dentro de la sostenibilidad se desarrollan tres ejes que contribuyen significativamente y que al encontrar un equilibrio entre lo mismo se logra que sea sostenible. Para conseguir la sostenibilidad se toman en consideración 3 enfoques (p.418).

Sostenibilidad Social. Este eje de la sostenibilidad es alcanzable a través del patrocinio de proyectos que tengan como finalidad el bienestar comunitario con el objetivo de emprender acciones en favor de mejorar las formas de vida para ello se puede optar por solicitar apoyo de organizaciones no gubernamentales (Zarta, 2018, p. 418).

Sostenibilidad Ambiental. Para su consecución es necesario establecer límites respecto al uso de los recursos naturales, es decir, no debe existir una sobreexplotación y no se debe rebasar el nivel en que pueden renovarse los recursos de ser el caso, al contrario, debe existir uso consciente y responsable de estos lo cual se logra mediante la planeación y el establecimiento de las probables consecuencias de utilizarlos indiscriminadamente (Zarta, 2018, p. 418).

Sostenibilidad Económica. Para conseguirla se debe empezar por aquellas entidades o personas que inician un negocio, donde la rentabilidad pueda alcanzar el éxito financiero, que logren alcanzar más ingresos que gastos y sean capaces de poder automatizar procesos. Del mismo modo, dentro de este trabajo se debe incluir la responsabilidad social tanto con los empleados de la empresa como con los clientes, que ofrezcan un salario digno de las actividades que realizan y sean retribuidos con la comunidad realizando labor social. (Zarta, 2018, p. 418).

Desarrollo Sostenible

1. Según Gómez (2020) menciona que para poder lograr un desarrollo y que a su vez este se fundamente en la sostenibilidad antes, durante y después de su proceso de creación se hace necesario involucrar en esta transformación diversos elementos, de esta manera que contribuyan y por ende para que la consecución de un desarrollo sostenible se ponga en marcha es importante la inclusión de algunos sistemas como: político, económico, social, productivo, tecnológico, internacional y administrativo.

El autor García (2015) señala que dentro del desarrollo sostenible se contemplan tres enfoques que deben ser analizados desde aspectos como la elaboración de productos, el uso de recursos, el cuidado ambiental, entre otros, cuya relación en común es el desarrollo sostenible. De esta manera plantea tres enfoques como son el enfoque economista, enfoque ecológico, intergeneracional y enfoque sectorial.

De acuerdo con Naciones Unidas (2018) en su Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe, se ha creado una visión que apunta a la sostenibilidad desde tres puntos claves como el económico, social y ambiental, en los países que están inscritos y cuya agenda servirá como conductor de dicha visión. En la agenda se incluyen aspectos importantes en primera línea como la mitigación de la pobreza extrema, la actuación frente al cambio climático, trabajo decente para obtener un desarrollo económico, entre otros (p. 3-4).

Desarrollo Local

El desarrollo local de acuerdo con Pérez y Carrillo (2000) se refiere a “un nuevo enfoque basado y fundamentado principalmente en el aprovechamiento de los recursos endógenos (humanos, naturales e infraestructuras), entendidos siempre como un punto de partida y nunca de llegada para un nuevo tipo de desarrollo centrado en lo local” (p.48). De esta manera al utilizarse recursos que se encuentran dentro del territorio donde se da el desarrollo es importante señalar que este se da por iniciativas que son locales, mismas que se centran en el empoderamiento de la comunidad a través del empleo de los bienes que poseen.

Por otra parte, Di Pietro (2001, como se citó en Díaz y Rodríguez, 2020) el desarrollo local se concibe no solo como el territorio donde se da el progreso o crecimiento, por el contrario, para

poder estudiar lo local también se debe tomar en cuenta un área más extensa, en esto se presenta una controversia entre lo que sería lo local y lo global respecto al desarrollo (pp. 16-17). De esta manera el desarrollo local se refiere a aquel crecimiento en una comunidad que apunta a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, es una estrategia que concierne a dimensiones como lo social, económico y ecológico, desde el uso de los recursos que posee.

Desarrollo Económico Local

De acuerdo con Albuquerque (2004) el desarrollo económico local es un proceso de desarrollo participativo que fomenta acuerdos de cooperación entre actores públicos y privados clave en la región, lo que permite el desarrollo y la implementación de estrategias de desarrollo conjuntas basadas en la utilización de recursos y la ventaja competitiva. A nivel mundial, el objetivo principal es crear empleos decentes y estimular la actividad económica.

Consumo Responsable

Para llevar a cabo un comercio sostenible, se debe también trabajar en lo que respecta a que los clientes sean consumidores responsables, de aquí parte la necesidad de conocer que es lo que diversos autores definen como consumo responsable y lo que implica dicho termino.

Conforme a lo que menciona Fisk (1973 como se citó en Roldán & Cortez, 2018) indican que el consumo responsable debe ser un uso racional y eficiente de los recursos con respeto a la población humana global. No lo es posible considerar la pregunta de consumo exclusivamente desde el punto de vista de una sola nación, porque el consumo de recursos agotables en una nación necesariamente afecta el depósito de recursos en otros lugares. Dado que este problema es global, su análisis también debe ser global (p. 24).

Por otra parte Roldán & Cortez (2018) resaltan que el consumo responsable nace como respuesta al pensamiento de las sociedades más enfocado al consumismo y no así al precautelamiento de condiciones ambientales que afecta a muchas economías y que en muchos países, se está saliendo de control (p.22).

Por último, Newholm y Shaw (2007 como se citó en Roldán & Cortez, 2018) hacen énfasis que Las personas consideradas consumidores responsable se preocupan por elementos, entre los que están: la procedencia del producto, su producción, su manufactura, los regímenes opresivos, los

derechos humanos, las relaciones laborales, el desarrollo armamentista de los países, el uso experimental de animales y las donaciones políticas (p.22).

Economía Circular

Según Espaliat (2017) la economía circular es concebida como una economía que cumple dos funciones fundamentales: restaurar y regenerar, y dentro de este proceso se contemplan que los involucrados (materias primas, productos y servicios) conserven su valor y sean útiles permanentemente, este tipo de economía procura que existan un proceso pre y post producción en el cual lo que se produzca se pueda aprovechar durante un tiempo prolongado, reutilizándolo en diferentes formas la mayor cantidad de veces posibles (p. 20).

Por otra parte, Espaliat (2017) añade que en lo que respecta a la circularidad teniendo como acotación que día a día se suman más personas a la causa de construir un modelo económico que tenga pilares que conspiran favorablemente y que no posean antecedentes que involucren actores sociales y tecnológicos, se hace factible hoy dar el paso hacia el cambio a una economía circular. Entre las características que destacan se encuentran (p.22):

- Ciclo de desarrollo positivo y continuo que preserva y mejora el capital natural
- Optimiza el rendimiento de los recursos.
- Minimiza los riesgos del sistema al gestionar con rigor las reservas finitas y los flujos renovables.
- Funciona de forma eficaz en todas las escalas.

Intenta desvincular el desarrollo económico global del consumo de recursos finitos.

Teorías Sustantivas

Emprendimiento

Como menciona Schumpeter (1912, como se citó en De la Hoz Rosales, 2019) se considera un emprendedor a aquel individuo que inserta un cambio en los mercados, esto lo realiza mediante nuevas conexiones lo cual da como producto, la inserción al mercado de un original bien o servicio o a su vez una nueva forma de producción. Por otra parte, Lumpkin y Dess (1996, como se citó en De La Hoz Rosales, 2019) añade que el plus que debe otorgar un emprendedor es una entrada original, es decir un nuevo o mejorado bien o servicio que otorgue al cliente un valor añadido lo cual le permita ingresar a un mercado sea ya está establecido o completamente nuevo.

Emprendimiento Sostenible

De acuerdo con la explicación de Chirinos Araque et al. (2018) el emprendimiento sostenible desarrolla un aporte fundamental en lo que respecta al desarrollo sostenible, ya que se presenta como un conjunto integrador de tres campos como son el económico, humano y social cuyo propósito es impulsar negocios que abran espacios para nuevas oportunidades e ideas que se encuentren en expansión en el mercado, adicional a esto su base es incorporar nuevas formas de producción tanto de bienes como de servicios que continúen satisfaciendo la demanda y que a su vez concentren innovación y desarrollen destrezas creativas en los mismos (p.49).

Por su parte, Drucker (2011 cómo se citó en Chirinos Araque et al., 2018) menciona que se entiende como emprendimiento sostenible al análisis que se realiza para poder encontrar nuevas maneras positivas de crear bienes o servicios considerando el impacto ecológico, en la sociedad y en la economía, esto partiendo que las personas que decidan tomar el camino de ser emprendedores logren tener el entendimiento suficiente para captar que las empresas al emplear la responsabilidad social buscan cubrir desde el ámbito monetario varias necesidades que se presentan en su entorno, en la sociedad que los rodea y que les impide poder avanzar en el ámbito empresarial (p. 49).

Así también, Benavides et al. (2022) señala que la sostenibilidad está en crecimiento lo cual implica la integración de ciertos emprendedores y los negocios que manejan hacia la vista de posibilidades en relación con los objetivos de desarrollo sostenible teniendo en cuenta que el emprendimiento sostenible se cataloga como parte fundamental dentro del desempeño de las actividades que realizan (p. 102).

Resultados

Las apreciaciones conceptuales abordadas en el análisis desarrollado en este estudio han permitido establecer el papel de la comercialización sostenible en los microemprendimientos del sector de La Garzota de la ciudad de guayaquil.

La comercialización sostenible hoy en día desempeña un papel crucial en los microemprendimientos al promueve prácticas empresariales que equilibran los objetivos económicos con los sociales y ambientales. Los microemprendimientos del sector de La Garzota de la ciudad de Guayaquil llevan realizando su actividad económica sobrepasando los 10 años, son pequeños negocios que tienen un impacto significativo en las comunidades locales y en el entorno.

Ciertos de los micro emprendedores que fueron entrevistados mencionaban que no conocen el tema de la comercialización sostenible, a pesar de que la aplicación le generaría un valor monetario. Además, en la observación se evidenció la necesidad que se fomente nuevos hábitos de consumo que permitan la conservación de recursos para la generación futura.

Mediante la observación in situ se pudo constatar que los microemprendimientos ya conllevan un tiempo considerables en funcionamiento y que, sin embargo, siguen manejando un modelo de comercio tradicional, donde sólo se denota el interés económico sin que se vea reflejado un compromiso con la sociedad y el medio ambiente

El consumo responsable es adquirir nuevas formas de vida, un nuevo estilo que se basa en disminuir el consumo y que lo que se decide utilizar sea sostenible, por lo tanto, es necesario el fomento del consumo responsable a través de los microemprendimientos, con el énfasis de abarcar desde la preservación del medio ambiente hasta la promoción de una sociedad equitativa y sostenible.

Los hallazgos encontrados en esta investigación han permitido entender el papel de la comercialización sostenible en estos negocios, tal y como se puede observar en la figura 1, en donde se aprecian los beneficios que conseguirían los micro emprendedores aplicar una comercialización sostenible:



Figura 1. Beneficios de la Comercialización Sostenible

Fuente: Elaboración propia

La comercialización sostenible no solo beneficia a los microemprendimientos desde el punto de vista económico, sino que también mejora su impacto social y ambiental, lo que es esencial para el crecimiento y la viabilidad a largo plazo en un mundo cada vez más consciente de la sostenibilidad.

Por lo tanto, la comercialización sostenible desempeña un papel fundamental en el éxito y la sostenibilidad de los microemprendimientos al integrar principios éticos, ambientales y sociales en las estrategias empresariales.

Conclusiones y discusión

Los microemprendimientos hoy en día contribuyen al aparato productivo nacional, dinamizando la actividad económica, por lo que, como objetivo puedan plantear estrategias de prácticas sostenibles que promuevan la comercialización sostenible; permitiéndoles destacarse en el mercado, agregándoles valor a los productos o servicios, justificando precios altos y mejorando la percepción de calidad por parte de los consumidores.

Otro punto que destacar que al ser un emprendimiento sostenible pueden estos preparados para enfrentar desafíos económicos, convirtiéndose más resistentes a las fluctuaciones económicas. Es así como estos negocios contribuyen una sólida reputación y generan confianza entre sus clientes, socios y la comunidad.

En la actualidad, a pesar del fenómeno de la globalización los ciudadanos poseen escaso conocimiento sobre lo que es la comercialización sostenible, por tal motivo se debe optar por prácticas en la que se involucren paulatinamente en la sostenibilidad.

Los microemprendimientos del sector de La garzota de la ciudad de Guayaquil deben diseñar estrategias de prácticas sostenibles en sus negocios, lo que le posibilitará implantar relaciones entre los clientes y los micro emprendedores. Así como también a estimular el comercio local a través del apoyo de los consumidores mediante la compra a estos establecimientos, gracias a la cercanía que poseen y a la mejora en la atención personalizada por parte de los dueños de los negocios.

Los micro emprendedores deben conocer lo que implica ser un consumidor consciente y responsable al adquirir productos, el impacto que tiene en el entorno y los beneficios de cambiar las formas de consumo, buscando concientizar y luchar contra el consumismo descontrolado debido a la impulsividad de adquirir artículos que no son necesarios y cuyos residuos no tienen un tratamiento adecuado, fomentar estilos de vida basados en el respeto hacia la naturaleza y la creación de hábitos beneficiosos para la salud.

Los clientes de estos negocios serían beneficiarios de las estrategias de prácticas sostenibles, debido a que la aplicación de la comercialización sostenible contribuye a que se gestione de manera eficiente los recursos que se poseen con la finalidad de que los futuros habitantes puedan gozar de

ellos tanto como cualquier persona actualmente lo hace, las acciones sociales influyen directamente en los habitantes de manera que se sientan retribuidos en la labor que ellos también realizan para lograr la sostenibilidad.

Los habitantes del sector de La Garzota deben tener un total conocimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, su aplicación en el país y como ser parte de este desarrollo, a su vez al conocerlos comprenderán la necesidad de incluir de manera progresiva una comercialización sostenible en los microemprendimientos.

Los micro emprendedores deben conocer cómo funciona una economía circular sostenible y los beneficios que les puede generar buscando enlazar lo que respecta a el valor de los productos, materiales y aquellos recursos que son utilizados por ellos para llevar a cabo su actividad económica, que sean perdurables en el tiempo para tener un menor impacto en desechos.

Los dueños de estos negocios pueden potenciar el consumo de productos locales a través de las relaciones entre proveedores y negocios, con la finalidad de ayudar a los pequeños productores para que continúen creciendo y aportando al desarrollo económico local.

Los micro emprendedores del sector de La Garzota deben tener un conocimiento adecuado de como deban manejar los residuos sólidos que se produzcan en su emprendimiento, a su vez podrán capacitarse en nuevas formas de utilizarlos y de cómo debe realizarse su manipulación, sobre todo con residuos que sean peligrosos para la salud.

Finalmente, se debe identificar estrategias para promover la comercialización sostenible en los microemprendimientos, implementarlas de forma correcta y emplear los recursos necesarios se podrá encaminar al establecimiento de objetivos para mitigar el consumismo, promover un consumo responsable y por lo tanto crear hábitos sostenibles en los consumidores.

Referencias

1. Alburquerque, Francisco. (2004). El enfoque del desarrollo económico local. Organización Internacional del Trabajo.
2. Ayuso, E. (2014). TRABAJO DE FIN DE GRADO CONSUMO RESPONSABLE, ¿ALTERNATIVA O NECESIDAD?
3. Benavides, E. P., Moya, I., & Ribes, G. (2022). Emprendimiento Sostenible y Objetivos de Desarrollo Sostenible: un análisis bibliométrico. *Tec Empresarial*, 16(1), 101–122. <https://doi.org/10.18845/te.v16i1.5994>

4. Bergaglio JP, Bergaglio O, Repetto HA, & Balducci IN. (2021). Estudio sobre las actuales modalidades de consumo y producción sostenibles de agro alimentos, su impacto a nivel global y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). *Revista Argentina de Ciencia y Tecnología*, 7.
5. Chirinos Araque, Y. D. V., Meriño Córdoba, V. H., & Martínez de Meriño, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 84, 61. <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1916>
6. De La Hoz Rosales, B. (2019). *Emprendimiento y desarrollo humano: Un análisis internacional desde el enfoque de capacidades humanas*. Universidad De Granada.
7. Díaz, J., & Rodríguez, M. (2020). El desarrollo local en el presente: Un estado del arte sobre la producción del conocimiento durante la década 2010 - 2020 [Universidad de La Salle].
https://ciencia.lasalle.edu.co/maest_gestion_desarrollohttps://ciencia.lasalle.edu.co/maest_gestion_desarrollo/180
8. Espaliat, M. (2017). **ECONOMIA CIRCULAR Y SOSTENIBILIDAD NUEVOS ENFOQUES PARA LA CREACION DE VALOR**.
9. García, J. P. (2015). *Desarrollo sostenible: origen, evolución y enfoques*. Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. <https://doi.org/10.16925/greylit.1074>
10. Gómez, I. (2020). *Desarrollo sostenible (Editorial Elearning)*.
11. Guanoluiza, J. A. (2016). **EL MODELO DE ECONOMÍA SOSTENIBLE: UNA PROPUESTA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS COMUNIDADES RURALES DE LLANO CHICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2014**. UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.
12. Hernández, P. A. (2019). *Formulación de Estrategias de Producción y Consumo Sostenible en la Industria Textil, Basadas en el Cálculo de Huella de Agua Huella de Carbono en la Empresa Stop S.A.S.*
13. Hugo Cárdenas, F. X., Flores Ramos, C. R., Peralta Beltrán, Á. R., & Lara Pazos, P. E. (2019). Sostenibilidad empresarial en relación a los objetivos del desarrollo sostenible en el Ecuador. *RECIAMUC*, 3(1), 670–699. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/3.\(1\).enero.2019.670-699](https://doi.org/10.26820/reciamuc/3.(1).enero.2019.670-699)

14. Izquierdo, C., Vaca, I., & Mena, R. (2018). El nuevo sujeto social del consumo responsable. *Estudios de La Gestión. Revista Internacional de Administración*, 97–123. <https://doi.org/10.32719/25506641.2018.4.5>
15. Macas Quito, M., Erreyes Barrezueta, K., & Bonisoli, L. (2022). Consumo orgánico y sostenible: análisis del consumidor ecuatoriano. *593 digital Publisher CEIT*, 7(4–1), 22–40. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.964>
16. Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. www.cepal.org/es/suscripciones
17. Pérez, B., & Carrillo, E. (2000). *Desarrollo local: manual de uso*. ESIC EDITORIAL. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=oecx43_9kN8C&oi=fnd&pg=PA15&dq=desarrollo+local&ots=TK-fdz1ttk&sig=n8bYrMnQCdY5jd_4m_7IfAGgz0#v=onepage&q=desarrollo%20local%20es&f=false
18. Reyes, I., Poblete Naredo, X. F., & Villafuerte Franco, M. A. (2018). Historia del concepto desarrollo sustentable y su construcción en la población actual. *Revista Espacio I+D Innovación Más Desarrollo*, 7(17), 64–77. <https://doi.org/10.31644/IMASD.17.2018.a05>
19. Roldán, Z., & Cortez, J. (2018). *Intención de Consumo Responsable en la Generación de los Millennials de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica De Santiago De Guayaquil.
20. Vivas, D., Tapia, M. J., & Sandoval, D. (2021). El concepto de desarrollo sostenible y su papel en la solución de los problemas. *INGENIO*, 4(2), 45–52. <https://doi.org/10.29166/ingenio.v4i2.3206>
21. Zarta, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, 28, 409–423. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>