



Religación Press

[Coordinador]

Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz

Perspectivas Contemporáneas

Economía y Sociedad en el Siglo XXI
(Volumen II)



[Coordinador]
Virgilio Eduardo Salcedo-Muñoz

Perspectivas Contemporáneas

Economía y Sociedad en el Siglo XXI

(Volumen II)



Quito, Ecuador
2025

[Coordinator]
Virgilio Eduardo Salcedo-Muñoz

Contemporary Perspectives

Economy and Society in the 21st Century

(Volume II)



Quito, Ecuador
2025

Religación Press

[Ideas desde el Sur Global]

Equipo Editorial / Editorial team

Ana B. Benalcázar
Editora Jefe / Editor in Chief
Felipe Carrión
Director de Comunicación / Scientific Communication Director
Melissa Díaz
Coordinadora Editorial / Editorial Coordinator
Sarahi Licango Rojas
Asistente Editorial / Editorial Assistant

Consejo Editorial / Editorial Board

Jean-Arsène Yao
Dilrabo Keldiyorovna Bakhronova
Fabiana Parra
Mateus Gamba Torres
Siti Mistima Maat
Nikoleta Zampaki
Silvina Sosa

Religación Press, es parte del fondo editorial del
Centro de Investigaciones CICSHAL-RELIGACIÓN |
Religación Press, is part of the editorial collection
of the CICSHAL-RELIGACIÓN Research Center |
Diseño, diagramación y portada | Design, layout and
cover: Religación Press.
CP 170515, Quito, Ecuador. América del Sur.
Correo electrónico | E-mail: press@religacion.com
www.religacion.com

Disponible para su descarga gratuita en
| Available for free download at | [https://
press.religacion.com](https://press.religacion.com)

Este título se publica bajo una licencia de
Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)
This title is published under an Attribution
4.0 International (CC BY 4.0) license.



CITAR COMO [APA 7]

Salcedo-Muñoz, V. E. (2025). *Perspectivas Contemporáneas. Economía y Sociedad en el Siglo XXI (Volumen II)*. Religación Press. <https://doi.org/10.46652/ReligacionPress.296>

Derechos de autor | Copyright: Religación Press,

Primera Edición | First Edition: 2025

Editorial | Publisher: Religación Press

Materia Dewey | Dewey Subject: 330 - Economía

Clasificación Thema | Thema Subject Categories: KC - Economía | JHB - Sociología

BISAC: BUS069000

Público objetivo | Target audience: Profesional / Académico | Professional / Academic

Colección | Collection: Economía

Soporte | Format: PDF / Digital

Publicación | Publication date: 2025-06-24

ISBN: 978-9942-561-41-1

Título: *Perspectivas Contemporáneas. Economía y Sociedad en el Siglo XXI (Volumen II)*

Contemporary Perspectives. Economy and Society in the 21st Century (Volume II)

Perspectivas contemporâneas. Economia e Sociedade no Século XXI (Volume II)

Revisión por pares

La presente obra fue sometida a un proceso de evaluación mediante el sistema de dictaminación por pares externos bajo la modalidad doble ciego. En virtud de este procedimiento, la investigación que se desarrolla en este libro ha sido avalada por expertos en la materia, quienes realizaron una valoración objetiva basada en criterios científicos, asegurando con ello la rigurosidad académica y la consistencia metodológica del estudio.

Peer Review

This work was subjected to an evaluation process by means of a double-blind peer review system. By virtue of this procedure, the research developed in this book has been endorsed by experts in the field, who made an objective evaluation based on scientific criteria, thus ensuring the academic rigor and methodological consistency of the study.

Coordinador:

Virgilio Eduardo Salcedo-Muñoz.

Universidad Técnica de Machala | Machala | Ecuador

vsalcedo@utmachala.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9821-3722>

Docente Investigador Universidad Técnica de Machala. Magister en tributación y finanzas. Economista agropecuario

Autores/as:

Virgilio Eduardo Salcedo-Muñoz; Humberto Andrés Álvarez Sepúlveda, Nuvia Aurora Zambrano Barros, Jenny Maldonado Castro, Ángel Boris Maldonado Castro, Helen Lisbeth Espinoza Laaz, Ángel Octavio Dorantes Zamora, Nayeli Pauleth Aguilar Jiménez, Laura Luzmila Vega González, John Campuzano-Vásquez

Resumen

Esta obra analiza cinco ejes clave para el desarrollo sostenible en el siglo XXI: 1) La educación financiera como base para una ciudadanía económica responsable, destacando su enfoque crítico y transversal; 2) El impacto del marketing de influencers, revelando cómo la autenticidad y gestión de reputación determinan su eficacia; 3) Los contrastes geopolíticos de la transición energética, exponiendo las dinámicas de poder en el comercio de minerales críticos; 4) La obsolescencia programada y los desafíos de implementar una economía circular real; y 5) El impacto concreto de reformas tributarias en economías locales, analizando el caso de Ecuador. Mediante metodologías diversas (análisis documental, estudios cuantitativos y cualitativos), el libro conecta estas dimensiones aparentemente dispares, demostrando su interdependencia en la construcción de sociedades más justas y sostenibles. Dirigido a educadores, policymakers, economistas y profesionales del marketing, ofrece tanto diagnósticos críticos como propuestas prácticas para enfrentar los retos globales desde perspectivas locales e innovadoras.

Palabras clave:

Educación financiera, Marketing de influencers, Transición energética, Economía circular, Política tributaria.

Abstract

This book analyzes five key axes for sustainable development in the 21st century: 1) Financial education as the basis for responsible economic citizenship, highlighting its critical and transversal approach; 2) The impact of influencer marketing, revealing how authenticity and reputation management determine its effectiveness; 3) The geopolitical contrasts of the energy transition, exposing the power dynamics in the trade of critical minerals; 4) Programmed obsolescence and the challenges of implementing a real circular economy; and 5) The concrete impact of tax reforms on local economies, analyzing the case of Ecuador. Through diverse methodologies (documentary analysis, quantitative and qualitative studies), the book connects these apparently disparate dimensions, demonstrating their interdependence in the construction of more just and sustainable societies. Aimed at educators, policymakers, economists and marketing professionals, it offers both critical diagnoses and practical proposals to address global challenges from local and innovative perspectives.

Keywords:

Financial education, Influencer marketing, Energy transition, Circular economy, Tax policy.

Resumo

Este livro analisa cinco eixos fundamentais para o desenvolvimento sustentável no século XXI: 1) A educação financeira como base para a cidadania econômica responsável, destacando sua abordagem crítica e transversal; 2) O impacto do marketing de influência, revelando como a autenticidade e a gestão da reputação determinam sua eficácia; 3) Os contrastes geopolíticos da transição energética, expondo a dinâmica de poder no comércio de minerais críticos; 4) A obsolescência programada e os desafios da implementação de uma economia circular real; e 5) O impacto concreto das reformas tributárias nas economias locais, analisando o caso do Equador. Utilizando diversas metodologias (análise documental, estudos quantitativos e qualitativos), o livro conecta essas dimensões aparentemente díspares, demonstrando sua interdependência na construção de sociedades mais justas e sustentáveis. Destinado a educadores, formuladores de políticas, economistas e profissionais de marketing, o livro oferece diagnósticos críticos e propostas práticas para enfrentar os desafios globais a partir de perspectivas locais e inovadoras.

Palavras-chave:

Educação financeira, Marketing de influência, Transição de energia, Economia circular, Política tributária.

Contenido

Revisión por pares	6
Peer Review	6
Sobre los autores/ About the authors	8
Resumen	10
Abstract	10
Resumo	11
Introducción. Construyendo Futuros Sostenibles: Educación, Innovación y Política Económica en la Era Global	17
Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz	17
Capítulo 1	22
<i>Educación financiera en la infancia y juventud: claves para una ciudadanía económica responsable y sostenible</i>	22
Humberto Andrés Álvarez Sepúlveda	22
Capítulo 2	34
<i>El marketing de influencers: cómo la credibilidad y el valor del mensaje impactan en la confianza del consumidor</i>	34
Nuvia Aurora Zambrano Barros, Jenny Maldonado Castro, Ángel Boris Maldonado Castro, Helen Lisbeth Espinoza Laaz	34
Capítulo 3	53
<i>Contrastes de la transición energética: los minerales críticos y su relación comercial con el poder global</i>	53
Ángel Octavio Dorantes Zamora	53
Capítulo 4	72
<i>La obsolescencia programada: una práctica incompatible con la sostenibilidad</i>	72
Humberto Andrés Álvarez Sepúlveda	72

Capítulo 5	82
<i>Reformas tributarias y su impacto en los indicadores económicos de la provincia de El Oro, Ecuador</i>	82
Nayeli Pauleth Aguilar Jiménez, Laura Luzmila Vega González, John Campuzano-Vásquez, Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz	82

Tablas

Capítulo 2	34
Tabla 1. Impacto de los influencers en decisiones de compra y percepciones de marca.	43
Tabla 2. Vínculo entre recomendaciones de influencers y percepción de marcas.	44
Tabla 3. Influencia de factores en la percepción de marcas recomendadas.	45
Capítulo 5	82
Tabla 1. Transferencias a GAD Provincial/ por MET, 2018 -2022 (Millones de dólares)	88
Tabla 2. Reformas implementadas en el año 2018	89
Tabla 3. Reformas implementadas en el año 2019	91
Tabla 4. Reformas implementadas en el año 2020	92
Tabla 5. Reformas implementadas en el año 2021	94
Tabla 6. Reformas implementadas en el año 2022	95

Figuras

Capítulo 3 53

Figura 1. Mundial: proyección de la demanda de recursos minerales de energía eólica en un escenario de desarrollo sostenible (2020,2030 y 2040), miles de toneladas. 58

Figura 2. Mundial: proyección de la demanda de recursos minerales de energía solar pv en un escenario de desarrollo sostenible (2020,2030 y 2040) miles de toneladas. 59

Figura 3. América Latina y el Caribe: comercio de minerales y metales de 1989 a 2021(miles de millones de dólares). 60

Figura 4. América Latina: principales países exportadores de minerales en 2019 (millones de dólares) 61

Figura 5. América Latina: principales destinos de las exportaciones de minerales 2021 (miles de dólares) 61

Figura 6. Mundo: correlación entre el WPI y las exportaciones de minerales metálicos en 2019. 62

Figura 7. Mundo: correlación entre el WPI y las importaciones de minerales metálicos en 2019. 63

Figura 8. Mundo: correlación entre el WPI y las importaciones de minerales metálicos en 2019 (excluido China). 64

Capítulo 5 82

Figura 1. Evolución del Valor Agregado Bruto Provincia de el Oro, 2018 – 2022 85

Figura 2. Evolución de la Tasa Bruta de empleo Provincial Anual 86

Figura 3. Evolución de la Recaudación de impuestos de El Oro, 2018 – 2022 87

Salcedo Muñoz, V. E. (2025). Introducción. Construyendo Futuros Sostenibles: Educación, Innovación y Política Económica en la Era Global. En V. E. Salcedo-Muñoz (Coord). *Perspectivas Contemporáneas. Economía y Sociedad en el Siglo XXI (Volumen II)*. (pp. 17-20). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.296.c529>



Introducción. Construyendo Futuros Sostenibles: Educación, Innovación y Política Económica en la Era Global

Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz

El contexto actual de transformaciones globales

En un mundo caracterizado por profundas transformaciones tecnológicas, económicas y ambientales, se hace cada vez más necesario abordar de manera integral los desafíos que enfrentan nuestras sociedades. Este libro surge como respuesta a esta necesidad, presentando un análisis multidimensional que conecta cinco áreas fundamentales para el desarrollo sostenible: la educación financiera como base para la ciudadanía económica, el marketing digital en la era de las redes sociales, la geopolítica de la transición energética, los desafíos de la obsolescencia programada, y el impacto de las políticas fiscales en el desarrollo local. A través de sus cinco capítulos, la obra ofrece una mirada crítica e interdisciplinaria sobre estos temas, destacando tanto sus interconexiones como sus particularidades.

Educación financiera para la ciudadanía económica

El primer capítulo establece los cimientos conceptuales de esta obra al analizar la importancia de integrar la educación financiera desde la infancia y juventud como herramienta para construir una ciudadanía económica responsable. El

análisis documental presentado va más allá de una visión instrumental de las finanzas personales, proponiendo una reflexión profunda sobre los impactos sociales y ambientales de las decisiones económicas. Se destacan los principales desafíos para su implementación, como la falta de formación especializada del profesorado y las brechas socioeconómicas en el acceso a programas de calidad. Las estrategias propuestas -transversalidad curricular, formación docente crítica, metodologías activas y perspectiva de equidad- no solo buscan desarrollar competencias financieras, sino formar ciudadanos capaces de actuar éticamente frente a los retos económicos y ambientales actuales. Este capítulo sienta las bases para entender cómo la educación puede ser un motor de transformación hacia sociedades más justas y sostenibles.

El poder de los influencers en la era digital

En contraste pero complementando al primero, el segundo capítulo nos transporta al mundo del marketing digital, analizando el impacto del marketing de influencers en los consumidores contemporáneos. A través de un diseño metodológico mixto que combina análisis cualitativo de literatura especializada con encuestas aplicadas, el estudio revela cómo los influencers ejercen un impacto significativo en las decisiones de compra y percepciones de marca. Los hallazgos destacan la importancia de la autenticidad, la creatividad y la gestión proactiva de la reputación online como factores clave para el éxito en esta estrategia. Particularmente relevante resulta el análisis sobre la vulnerabilidad de la confianza del consumidor ante comentarios negativos, lo que plantea interesantes preguntas sobre ética y responsabilidad en el mundo digital. Este capítulo no solo aporta valiosos insights para profesionales del marketing, sino que también invita a reflexionar sobre el papel de las redes sociales en la configuración de nuestras decisiones económicas.

Geopolítica de la transición energética

El tercer capítulo introduce una perspectiva macro al analizar los contrastes ocultos detrás de la transición energética global. Centrado en el comercio internacional de minerales críticos, el estudio revela las dinámicas de poder que subyacen a los procesos de descarbonización. A través del análisis de datos de exportación y su correlación con el World Power Index, el capítulo destaca el posicionamiento estratégico de países como China, Australia y Brasil en el nuevo escenario geoeconómico. Esta perspectiva es fundamental para entender que la transición hacia energías renovables no es solo un desafío tecnológico, sino también geopolítico, con importantes implicaciones para países ricos en recursos

como los latinoamericanos. El análisis presentado cuestiona narrativas simplistas sobre la sostenibilidad, mostrando las complejas relaciones entre poder global, comercio internacional y objetivos ambientales.

Obsolescencia programada y economía circular

El cuarto capítulo aborda críticamente una de las prácticas más controvertidas del modelo económico actual: la obsolescencia programada. A través de un riguroso análisis documental, el ensayo expone las implicancias éticas y ambientales de diseñar productos con vida útil limitada, contrastándolas con los principios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La propuesta de la economía circular como alternativa ética y regenerativa representa uno de los aportes más valiosos del capítulo, aunque no deja de señalar los desafíos que enfrenta su implementación real. La advertencia sobre los riesgos de trivialización de este modelo si no va acompañado de cambios culturales y regulatorios profundos añade una capa de realismo necesario al debate sobre sostenibilidad. Este capítulo conecta de manera especialmente relevante con el primero, mostrando cómo nuestras decisiones económicas individuales están enmarcadas en sistemas productivos con profundas consecuencias ambientales y sociales.

Impacto de las reformas tributarias en el desarrollo local

El quinto capítulo completa este análisis multidimensional al examinar el impacto concreto de las reformas tributarias implementadas en la provincia de El Oro, Ecuador, entre 2018 y 2022. A través de un enfoque descriptivo y deductivo, con análisis cuantitativo de datos económicos oficiales, el estudio revela los efectos -tanto positivos como negativos- de estas políticas en indicadores clave como el PIB, empleo y recaudación tributaria. La inclusión del factor pandemia como variable de análisis añade una dimensión temporal importante al estudio. Este capítulo aporta una perspectiva microeconómica y local que complementa los análisis globales presentados en capítulos anteriores, mostrando cómo las grandes transformaciones económicas y políticas se manifiestan en realidades concretas.

Conclusión

A lo largo de sus cinco capítulos, esta obra establece varios hilos conductores que tejen una narrativa coherente sobre los desafíos del desarrollo sostenible en el siglo XXI:

1. La educación como base para la transformación: Desde la educación financiera hasta la comprensión crítica de las prácticas de consumo, el libro destaca el papel fundamental de la formación ciudadana para enfrentar los retos actuales.
2. La tensión entre lo global y lo local: Mientras algunos capítulos analizan fenómenos globales como la transición energética o el marketing digital, otros se centran en impactos locales de políticas específicas, ofreciendo una visión completa de las dinámicas económicas contemporáneas.
3. Ética y responsabilidad: Tanto en el análisis de la obsolescencia programada como en la evaluación de políticas tributarias o el marketing de influencers, surge constantemente la pregunta por las responsabilidades individuales, empresariales y estatales en la construcción de un futuro sostenible.
4. Enfoque interdisciplinario: La obra integra perspectivas de educación, marketing, geopolítica, economía ambiental y política fiscal, demostrando que los desafíos actuales no pueden comprenderse desde una sola disciplina.

Más que ofrecer conclusiones definitivas, este libro busca estimular el pensamiento crítico y el debate informado sobre algunos de los desafíos más apremiantes de nuestro tiempo. Al conectar temas aparentemente diversos como educación financiera, marketing digital y política tributaria, la obra invita a repensar nuestras prácticas individuales y colectivas en un mundo interconectado.

Los capítulos no solo diagnostican problemas, sino que proponen alternativas concretas: desde estrategias pedagógicas innovadoras hasta modelos económicos circulares, pasando por políticas fiscales más efectivas. Este equilibrio entre análisis crítico y propuesta constructiva es quizás uno de los mayores valores de la obra.

En un momento histórico de múltiples crisis superpuestas -ambiental, económica, social- este libro ofrece herramientas conceptuales y prácticas para entender y actuar frente a estos desafíos. Constituye así una contribución valiosa para académicos, policymakers, educadores y ciudadanos interesados en construir futuros más sostenibles y justos.

Álvarez Sepúlveda, H. A. (2025). Educación financiera en la infancia y juventud: claves para una ciudadanía económica responsable y sostenible. En V. E. Salcedo-Muñoz (Coord). *Perspectivas Contemporáneas. Economía y Sociedad en el Siglo XXI (Volumen II)*. (pp. 22-32). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.296.c530>



Capítulo 1

Educación financiera en la infancia y juventud: claves para una ciudadanía económica responsable y sostenible

Humberto Andrés Álvarez Sepúlveda

Resumen

Este ensayo analiza la importancia de integrar la educación financiera en la infancia y juventud como herramienta para la construcción de una ciudadanía económica responsable y sostenible. A partir de un análisis documental de bibliografía especializada, alineado con los principios de la educación para el desarrollo sostenible, se expone la necesidad de superar una visión instrumental de las finanzas personales para reflexionar sobre los impactos sociales y ambientales de las decisiones económicas. Se destacan los principales desafíos para su implementación, como la falta de formación especializada del profesorado y las brechas socioeconómicas en el acceso a programas de calidad. Asimismo, se proponen estrategias como la transversalidad curricular, la formación docente crítica, las metodologías activas y la incorporación de una perspectiva de equidad, con el objetivo de formar ciudadanos capaces de actuar éticamente frente a los retos económicos y ambientales actuales.

Palabras clave:

Educación financiera; Infancia; Ciudadanía responsable; Desarrollo sostenible; Pensamiento crítico.

Introducción

En un mundo cada vez más globalizado y complejo, el manejo adecuado de las finanzas personales se ha convertido en una competencia esencial para la vida. Por este motivo, la educación financiera no puede reducirse a la transmisión de habilidades técnicas sobre ahorro o endeudamiento, puesto que debe ser entendida como un pilar para el ejercicio de una ciudadanía crítica y sostenible. En esta línea, la infancia y la juventud representan etapas clave para la formación de hábitos, valores y competencias financieras que perdurarán a lo largo de la existencia humana (Álvarez, 2024; Barrios et al., 2024).

En este contexto, surge una serie de preguntas fundamentales: ¿Cómo integrar la educación financiera en las primeras etapas de la formación escolar? ¿Es suficiente enseñar conceptos básicos o se requiere un enfoque que también incorpore principios de responsabilidad social y ambiental? ¿De qué manera la educación financiera puede contribuir a la construcción de sociedades más equitativas y sostenibles?

Responder a estos cuestionamientos resulta urgente, especialmente ante los desafíos que plantea la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, donde la educación de calidad (ODS 4) y la reducción de desigualdades (ODS 10) se entrelazan con la necesidad de promover patrones de consumo y producción responsables (ODS 12). La alfabetización financiera, entendida de manera crítica y contextualizada, aparece entonces como una herramienta estratégica para la construcción de un futuro más justo y sostenible, en el que las decisiones económicas individuales estén alineadas con el bienestar colectivo y la preservación del medioambiente (Atkinson & Messy, 2012; Álvarez, 2023; Contreras et al., 2024).

Para abordar estos temas, el presente ensayo adopta una metodología de análisis documental basada en una revisión de fuentes académicas relevantes—informes de organismos internacionales como la OECD y UNESCO, así como estudios de autores especializados en educación financiera y desarrollo sostenible— para identificar conceptos clave, tensiones y propuestas. A partir de esta base, se desarrolla una argumentación que articula los principales desafíos y oportunidades que plantea la implementación de una educación financiera orientada a la sostenibilidad en la infancia y juventud, sustentando las ideas con citas pertinentes y formulando preguntas problematizadoras que inviten a la reflexión profunda sobre el tema.

La necesidad de una educación financiera temprana

Según la OECD (2016), la educación financiera debe comenzar a edades tempranas, ya que los comportamientos financieros responsables se forman en la niñez. Desde pequeños, los individuos adquieren nociones sobre el valor del dinero, el consumo, el ahorro y la gestión de recursos, influenciados por su entorno familiar, social y educativo. Sin embargo, en la mayor parte de la sociedad occidental, la educación financiera sigue siendo un contenido marginal o inexistente en los currículos escolares, relegándose a iniciativas esporádicas o programas extracurriculares sin continuidad ni profundidad formativa (Álvarez, 2024).

Esta omisión tiene implicancias que trascienden el ámbito individual. La falta de alfabetización financiera agrava las desigualdades socioeconómicas, perpetúa la pobreza intergeneracional y limita la movilidad social (Lusardi & Mitchell, 2014; Contreras et al., 2024). Al respecto, cabe destacar que las personas que carecen de competencias financieras básicas son más vulnerables al sobreendeudamiento, a prácticas abusivas de consumo y a inversiones de alto riesgo (Álvarez, 2023). Este problema no solo afecta su estabilidad personal, sino que también repercute negativamente en la cohesión y sostenibilidad social, generando ciclos de exclusión que refuerzan la desigualdad estructural.

Además, el contexto económico actual, caracterizado por una alta volatilidad de los mercados, creciente digitalización y nuevas formas de consumo y financiamiento, exige competencias más complejas. Como advierten Atkinson y Messy (2012), la educación financiera debe formar a los niños y jóvenes en habilidades para adaptarse y tomar decisiones informadas en entornos cambiantes y desafiantes. Así, la educación financiera no debería limitarse a enseñar a ahorrar o gastar de manera inteligente; debe incluir también una comprensión crítica de los procesos económicos, los patrones de consumo y su interrelación con los problemas de justicia social y ambiental. En consecuencia, la enseñanza de contenidos asociados con temas como la equidad, el consumo responsable, la economía social y solidaria, o la inversión ética, constituye un paso fundamental para avanzar hacia una educación financiera más integral.

Esta visión crítica nos lleva a interrogarnos: ¿cómo podemos diseñar programas educativos que superen la visión instrumental de las finanzas y promuevan una ciudadanía económica responsable? ¿De qué manera es posible articular competencias financieras con valores de sostenibilidad, solidaridad y justicia social? Estas preguntas invitan a repensar los enfoques tradicionales, incorporando una perspectiva que prepare a los niños y jóvenes no solo para gestionar su bienestar económico personal, sino también para contribuir activamente al desarrollo sostenible de sus comunidades.

En este sentido, es imprescindible que los programas de educación financiera desde edades tempranas se basen en metodologías activas, contextos significativos y una mirada crítica que desafíe las narrativas de consumo ilimitado y competencia individualista predominantes. Como plantea Álvarez (2023), formar ciudadanos económicamente competentes implica también promover la reflexión sobre las causas estructurales de la pobreza, el impacto ambiental de las decisiones de consumo y las alternativas hacia economías más inclusivas y sostenibles.

Educación financiera y desarrollo sostenible: Una relación necesaria

La educación para el desarrollo sostenible (EDS), promovida por la UNESCO (2017), busca capacitar a las personas para que tomen decisiones informadas y actúen de manera responsable en los ámbitos económico, social y ambiental. Por tanto, integrar la educación financiera dentro de esta perspectiva supone replantear profundamente su enfoque tradicional, que históricamente ha estado centrado en la maximización de beneficios individuales y en la eficiencia económica, con escasa consideración por las dimensiones sociales y ecológicas de las decisiones financieras.

Sen (1999), ha destacado que el desarrollo debe centrarse en la expansión de las libertades humanas, y no únicamente en el crecimiento económico o en la acumulación de riqueza. Desde esta óptica, una educación financiera alineada con los principios de la sostenibilidad debe enseñar a evaluar las acciones desde su rendimiento monetario y en función de sus impactos sobre la equidad social, el bienestar colectivo y la preservación del medioambiente.

Esta mirada obliga a replantear una pregunta crítica: ¿puede un ciudadano considerarse exitoso financieramente si sus decisiones de consumo o inversión contribuyen al deterioro del planeta o al aumento de las desigualdades sociales? La respuesta, desde una perspectiva de sostenibilidad, debe ser negativa. El éxito financiero, en el siglo XXI, debe redefinirse para incorporar criterios de responsabilidad socioambiental.

Educar financieramente para la sostenibilidad implica formar individuos capaces de gestionar sus recursos de manera ética, apoyar emprendimientos sociales, invertir en proyectos verdes, participar en economías colaborativas y adoptar estilos de vida que reduzcan su huella ecológica. Como plantea Sachs (2015), alcanzar el desarrollo sostenible exige cambios profundos en los patrones de consumo y producción, lo que solo es posible si los ciudadanos cuentan con competencias financieras críticas y solidarias.

Además, la incorporación de una dimensión ética en la educación financiera favorece el fortalecimiento de valores como la solidaridad, la equidad intergeneracional y la justicia social, esenciales para enfrentar los desafíos de la Agenda 2030. Según Tilbury (2011), una educación para el desarrollo sostenible debe empoderar a las personas como agentes de transformación que cuestionen las estructuras económicas injustas y promuevan modelos alternativos más equitativos y resilientes.

La intersección entre educación financiera y sostenibilidad plantea, por tanto, una tarea educativa ambiciosa: preparar ciudadanos capaces de comprender la complejidad de los sistemas económicos y sus interrelaciones ecológicas y sociales, y de actuar en consecuencia con responsabilidad y visión de largo plazo. Esta premisa demanda no solo cambios curriculares, sino también una profunda renovación en los enfoques pedagógicos, que prioricen el pensamiento crítico, el aprendizaje basado en problemas reales y la participación activa de los estudiantes en proyectos de impacto social y ambiental.

Desafíos en la implementación de una educación financiera sostenible

Uno de los principales desafíos radica en la falta de formación específica del profesorado. Según Remund (2010), la competencia financiera requiere conocimientos técnicos sobre conceptos como presupuesto, ahorro, inversión y riesgo, y el dominio de habilidades pedagógicas para transmitir estos saberes de manera accesible, significativa y contextualizada. No obstante, varios estudios (Way & Holden, 2009; Álvarez, 2023; Álvarez, 2024) evidencian que muchos docentes carecen de una capacitación adecuada en temas económicos, y menos aún poseen formación que integre enfoques de sostenibilidad, ética financiera y responsabilidad social en su práctica educativa.

Esta carencia limita gravemente el alcance transformador de la educación financiera, ya que una enseñanza exclusivamente instrumental —centrada en “hacer bien las cuentas”— deja intactas las dinámicas de consumo irracional, desigualdad y daño ambiental que caracterizan al actual sistema económico. ¿Cómo formar ciudadanos críticos si los educadores no han sido preparados para cuestionar los modelos de desarrollo existentes ni para explorar alternativas sostenibles? Esta interrogante pone de manifiesto la necesidad urgente de incorporar módulos de formación económica crítica y educación para el desarrollo sostenible en la capacitación inicial y continua del profesorado.

Del mismo modo, la brecha socioeconómica condiciona fuertemente el acceso a una educación financiera de calidad. En contextos vulnerables, los

programas tienden a centrarse en estrategias de supervivencia —por ejemplo, evitar el sobreendeudamiento, gestionar deudas o acceder a servicios bancarios básicos—, mientras que en sectores más favorecidos se promueven habilidades de planificación patrimonial, ahorro para la inversión, optimización de carteras financieras y otras competencias que potencian la acumulación de capital (OECD, 2020). Esta desigualdad en el enfoque refuerza las brechas ya existentes y limita las posibilidades de movilidad social, ya que los estudiantes de sectores más desfavorecidos no reciben las herramientas necesarias para gestionar su vida económica de manera proactiva y estratégica (Álvarez, 2023; Barrios et al., 2024).

Esta situación plantea una pregunta ética crucial: ¿cómo garantizar que la educación financiera no reproduzca las desigualdades sociales, sino que contribuya a reducirlas? Para responder a este desafío, es fundamental diseñar políticas educativas que aseguren un acceso equitativo a programas de alta calidad, adaptados a las necesidades y realidades diversas de los estudiantes, y que promuevan no solo habilidades financieras técnicas, sino también capacidades críticas para comprender y transformar las estructuras económicas que perpetúan la exclusión.

Otro riesgo relevante que debe enfrentarse es el de adoptar un enfoque tecnocrático de la educación financiera. Tal como advierte Willis (2008), la tendencia a centrarse exclusivamente en la eficiencia individual —maximizar el ahorro, minimizar los riesgos y optimizar las decisiones de consumo— puede despolitizar la comprensión de los problemas económicos, invisibilizando las dinámicas estructurales de concentración de la riqueza, explotación de recursos naturales, crisis financieras cíclicas y exclusión social.

Formar ciudadanos que simplemente administren bien sus recursos en un sistema injusto no transforma las bases del problema; más bien, las legitima. Por ello, una educación financiera sostenible debe fomentar la capacidad de analizar críticamente el modelo económico, cuestionar las prácticas de consumo destructivo, reconocer los impactos sociales y ambientales de las decisiones financieras, y promover alternativas basadas en principios de equidad, solidaridad y sostenibilidad. En efecto, avanzar hacia una educación financiera crítica y transformadora implica reconocer que las decisiones económicas individuales están insertas en redes complejas de relaciones sociales, políticas y ecológicas, y que la verdadera competencia financiera del siglo XXI no es solo saber gestionar el dinero, sino comprender el mundo y actuar responsablemente en él.

Propuestas para una educación financiera transformadora

Frente a los desafíos expuestos, se vuelve crucial repensar el enfoque de la educación financiera desde una perspectiva crítica, inclusiva y orientada al

desarrollo sostenible, ya que se requiere formar ciudadanos capaces de comprender la complejidad de los fenómenos económicos, cuestionar las dinámicas de exclusión y consumismo, y actuar de manera ética y reflexiva.

Una propuesta fundamental es integrar la educación financiera de manera transversal en los currículos escolares, en lugar de tratarla como un contenido aislado o de carácter instrumental. Como sugiere la UNESCO (2017), los aprendizajes para el desarrollo sostenible deben impregnar todas las áreas del conocimiento. Así, temas como la economía solidaria, el consumo responsable, la inversión ética y la justicia financiera podrían abordarse en asignaturas como Ciencias Sociales, Educación Ciudadana, Ética o incluso Matemáticas aplicadas. Además, los currículos deben incluir explícitamente la conexión entre las decisiones financieras individuales y sus efectos sociales y ambientales. Preguntas como ¿qué huella ecológica genera el consumo de determinados productos? o ¿qué impacto social tiene invertir en determinadas empresas? deberían formar parte del aprendizaje cotidiano para fomentar una ciudadanía económica consciente.

De igual importancia es la necesidad de fortalecer la formación inicial y continua del profesorado. Tal como advierten Remund (2010) y Way y Holden (2009), la preparación docente es clave para el éxito de una educación financiera crítica. Se requieren programas de capacitación que no solo aborden conceptos básicos de finanzas personales, sino que también incorporen metodologías activas, pedagogía crítica, economía sostenible y enfoques interculturales. Los docentes deben ser preparados para desarrollar competencias financieras en sus estudiantes, pero también para promover el pensamiento crítico, la reflexión ética y el análisis de las estructuras económicas que perpetúan las desigualdades, contribuyendo así a formar agentes de cambio.

Otra estrategia esencial para una educación financiera transformadora es el uso de metodologías activas y basadas en problemas reales, que permitan a los estudiantes conectar los contenidos financieros con su vida cotidiana y su entorno social. De acuerdo con Tilbury (2011), el aprendizaje significativo en educación para el desarrollo sostenible se logra cuando los estudiantes participan en proyectos auténticos que los vinculan directamente con procesos de transformación social. Talleres de simulación de presupuestos familiares sostenibles, proyectos de emprendimiento social, análisis de casos de consumo responsable o campañas escolares de concientización sobre el endeudamiento juvenil son ejemplos de actividades que pueden fomentar un aprendizaje vivencial y crítico. Además, como plantea Álvarez (2024), es imprescindible contextualizar los contenidos, adaptándolos a las realidades económicas, culturales y sociales de cada comunidad para garantizar su pertinencia y eficacia.

Finalmente, toda propuesta de educación financiera orientada al desarrollo sostenible debe incorporar una perspectiva de equidad e inclusión. Este

principio implica diseñar programas que empoderen especialmente a grupos históricamente marginados, como mujeres, pueblos indígenas, sectores rurales o personas en situación de vulnerabilidad económica. Según la UNESCO (2020), garantizar una educación inclusiva y equitativa en todos los niveles es esencial para construir sociedades sostenibles. La educación financiera debe convertirse en una herramienta de emancipación y movilidad social, proporcionando a todos los estudiantes las capacidades necesarias para participar plenamente en la vida económica de manera justa y sostenible, contribuyendo de esta manera a la reducción de las desigualdades y al fortalecimiento del tejido social.

Conclusión

La creciente complejidad de los desafíos globales —crisis climática, desigualdades sociales e inestabilidad económica— exige una transformación profunda en la forma en que educamos a las nuevas generaciones. En este contexto, la educación financiera temprana emerge como un componente crucial para el bienestar individual y la construcción de sociedades más equitativas, solidarias y sostenibles.

El análisis realizado evidencia que la educación financiera no puede limitarse a la transmisión de habilidades técnicas de ahorro o consumo inteligente. Al contrario, debe articularse con los principios de la educación para el desarrollo sostenible, promoviendo competencias que permitan comprender la interconexión entre las decisiones económicas individuales y los impactos sociales y ambientales que de ellas se derivan.

No obstante, implementar una educación financiera transformadora enfrenta serios desafíos: la falta de formación especializada del profesorado, las brechas socioeconómicas en el acceso a programas de calidad, y el riesgo de enfoques tecnocráticos que invisibilicen las dinámicas estructurales de exclusión y explotación. Superar estos obstáculos demanda una reforma profunda de los currículos escolares, una apuesta decidida por la formación docente crítica y una metodología activa, inclusiva y contextualizada.

Las propuestas aquí esbozadas —currículos transversales, formación docente especializada, metodologías basadas en problemas reales y perspectiva de equidad— ofrecen caminos posibles para repensar la educación financiera como un instrumento de transformación social y ecológica, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Por tanto, formar ciudadanos económicamente responsables hoy implica mucho más que enseñar a manejar recursos personales: significa educar para construir un mundo donde el bienestar individual esté inseparablemente ligado

al bienestar colectivo y ambiental. Como señala Tilbury (2011), educar para la sostenibilidad es educar para la acción transformadora.

Frente a esta realidad, cabe preguntarse: ¿estamos dispuestos a asumir el desafío de transformar la educación financiera en una herramienta de emancipación y justicia social, o seguiremos reproduciendo modelos que priorizan la eficiencia económica sobre la equidad y la sostenibilidad? La respuesta a esta pregunta marcará el rumbo de nuestras sociedades en los años venideros.

Referencias

- Álvarez, H. (2023). Educación financiera para el desarrollo sostenible: Análisis curricular de un programa de educación secundaria de Chile. *Prometeica: Revista de Filosofía y Ciencias*, (28), 233-243. <https://doi.org/10.34024/prometeica.2023.28.14972>
- Álvarez, H. (2024). Educación financiera para la ciudadanía: Desafíos y perspectivas en el contexto chileno. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 17(1), 18-24. <https://doi.org/10.37843/rted.v17i1.441>
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). Measuring financial literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) pilot study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, (15). <https://doi.org/10.1787/5k9cfs9ofr4-en>
- Barrios, D., Huaranga, A., Blanco, C., y Fabián, J. (2024). Educación financiera en jóvenes de educación superior. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 20(1), 37-50.
- Contreras, C., Acosta, M., Delfín, F., & Mariani, R. (2024). Educación financiera base para obtener un retiro digno. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, 17(49), 77-110. <https://doi.org/10.35588/9dkzhw26>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- OECD (2016). *OECD/INFE international survey of adult financial literacy competencies*. OECD Publishing.
- OECD (2020). *PISA 2018 results: Are students smart about money?* OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/48ebd1ba-en>
- Remund, D. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Sachs, J. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.

- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Alfred A. Knopf.
- Tilbury, D. (2011). *Education for sustainable development: An expert review of processes and learning*. UNESCO.
- UNESCO (2017). *Education for sustainable development goals: Learning objectives*. UNESCO Publishing.
- UNESCO (2020). *Global education monitoring report 2020: Inclusion and education – All means all*. UNESCO Publishing.
- Way, W., & Holden, K. (2009). Teachers' background and capacity to teach personal finance: Results of a national study. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20(2), 64-78.
- Willis, L. (2008). Against financial literacy education. *Iowa Law Review*, 94(1), 197-285.

Financial education in childhood and youth: Keys to responsible and sustainable economic citizenship

Educação financeira para crianças e jovens: chaves para uma cidadania econômica responsável e sustentável

Humberto Andrés Álvarez Sepúlveda

Universidad Católica de la Santísima Concepción | Concepción | Chile

<https://orcid.org/0000-0001-5729-3404>

halvarez@ucsc.cl

Académico de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (Chile). Doctor en Sociedad y Cultura por la Universidad de Barcelona (España). Autor de diversos capítulos de libros y artículos sobre educación histórica publicados en revistas científicas indexadas a Wos, Scopus y Scielo.

Abstract

This essay analyzes the importance of integrating financial education in children and youth as a tool for building responsible and sustainable economic citizenship. Based on a documentary analysis of specialized literature, aligned with the principles of education for sustainable development, it exposes the need to move beyond an instrumental view of personal finances to reflect on the social and environmental impacts of economic decisions. The essay highlights the main challenges to its implementation, such as the lack of specialized teacher training and socioeconomic gaps in access to quality programs. It also proposes strategies such as curricular cross-curricular integration, critical teacher training, active methodologies, and the incorporation of an equity perspective, with the aim of developing citizens capable of acting ethically in the face of current economic and environmental challenges.

Keywords: Financial education; Childhood; Responsible citizenship; Sustainable development; Critical thinking.

Resumo

Este ensaio analisa a importância da integração da educação financeira na infância e na juventude como ferramenta para a construção de uma cidadania econômica responsável e sustentável. Com base em uma análise documental da literatura especializada, alinhada com os princípios da educação para o desenvolvimento sustentável, apresenta-se a necessidade de superar uma visão instrumental das finanças pessoais para refletir sobre os impactos sociais e ambientais das decisões econômicas. Os principais desafios para sua implementação são destacados, como a falta de treinamento especializado de professores e as lacunas socioeconômicas no acesso a programas de qualidade. Também são propostas estratégias como a transversalidade curricular, a formação crítica de professores, as metodologias ativas e a incorporação de uma perspectiva de equidade, com o objetivo de formar cidadãos capazes de agir eticamente diante dos atuais desafios econômicos e ambientais.

Palavras-chave: Educação financeira; Infância; Cidadania responsável; Desenvolvimento sustentável; Pensamento crítico.

Zambrano Barros, N. A., Maldonado Castro, J., Maldonado Castro, A. B., y Espinoza Laaz, H. L. (2025). El marketing de influencers: cómo la credibilidad y el valor del mensaje impactan en la confianza del consumidor. En V. E. Salcedo-Muñoz (Coord). *Perspectivas Contemporáneas. Economía y Sociedad en el Siglo XXI (Volumen II)*, (pp. 34-51). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.296.c531>



Capítulo 2

El marketing de influencers: cómo la credibilidad y el valor del mensaje impactan en la confianza del consumidor

Nuvia Aurora Zambrano Barros, Jenny Maldonado Castro, Ángel Boris Maldonado Castro, Helen Lisbeth Espinoza Laaz

Resumen

En un mundo digitalizado, el marketing de influencers se vuelve esencial para las empresas al colaborar con personas influyentes en redes sociales, que llegan a grandes audiencias y generan confianza. El estudio se centró en investigar el impacto del marketing de influencers en los consumidores mediante las redes sociales, analizando su influencia para comprender la efectividad de esta estrategia publicitaria. Se empleó un diseño mixto en dos fases. La primera fase realizó un análisis cualitativo de 30 artículos sobre el marketing de influencers en Google Academic. La segunda fase comprendió una encuesta en línea a través de Google Forms, explorando la influencia de la credibilidad y el valor del mensaje en la confianza del consumidor. Los datos se analizaron con el programa SPSS, complementando los resultados cualitativos con análisis estadísticos. Los resultados obtenidos revelan que los influencers ejercen un impacto significativo en las decisiones de compra y en las percepciones de marca. Las recomendaciones influyen directamente en la intención de compra y en la percepción personal del consumidor. La interacción y autenticidad en las plataformas, especialmente en TikTok, desempeñan un papel esencial en la difusión exitosa de mensajes. La creatividad exhibida por los influencers no solo atrae la atención, sino que también contribuye a generar confianza en la audiencia. Sin embargo, se destaca la vulnerabilidad de esta confianza ante comentarios negativos, destacando así la importancia de gestionar de manera proactiva la reputación online para preservar la percepción positiva del público. En conclusión, el marketing de influencers es una herramienta poderosa, construyendo confianza y ejerciendo influencia en decisiones de compra significativas. Así mismo la autenticidad y calidad del mensaje son aspectos cruciales que, al conjugarse, refuerzan la efectividad de esta estrategia.

Palabras claves: marketing; influencers; credibilidad; publicidad; marca.

Introducción¹

En un entorno global cada vez más interconectado y marcado por la digitalización, el marketing de influencers se ha convertido en una táctica de creciente adopción por parte de las empresas en la actualidad (Martínez-López et al., 2020). Este enfoque se basa en las colaboraciones que hacen las marcas con las personas influyentes en las redes sociales, mismas que tienen la capacidad de llegar a grandes audiencias y generar impacto en la confianza del consumidor. La creciente importancia de esta táctica se debe a su capacidad para conectarse con consumidores de manera auténtica y efectiva en el entorno digital actual.

El marketing de influencers ha transformado la forma en que las marcas se conectan con los consumidores en el entorno digital. El objetivo de este estudio es investigar el impacto del marketing de influencers en los consumidores a través de las redes sociales. Con este objetivo se pretende comprender cómo la credibilidad percibida del influencer y la calidad del mensaje transmitido influyen en la confianza que los consumidores depositan en las recomendaciones de los influencers en las redes sociales. A través de este análisis, se busca proporcionar información clave para futuras investigaciones sobre este tema en constante evolución.

La credibilidad de los influencers es un factor determinante para que los consumidores confíen en el mensaje que transmiten. Los seguidores de estas figuras públicas en las redes sociales valoran su autenticidad y transparencia (Jiménez-Castillo & Sánchez-Fernández, 2019). Cuando un influencer promociona un bien o servicio, los consumidores confían en que están recibiendo una recomendación genuina y sincera. La credibilidad del influencer se basa en su reputación, experiencia y conocimiento en su área de influencia, lo que les otorga autoridad y confianza a sus seguidores (Lee & Kim, 2020).

Además, el valor del mensaje transmitido por los influencers también influye en la confianza del consumidor. Los influencers no solo promocionan productos, sino que también comparten experiencias, consejos y recomendaciones que aportan valor a su audiencia. Al proporcionar contenido relevante y útil, los influencers generan una relación de confianza con sus seguidores, quienes ven en ellos a expertos en su campo. Cuando un influencer recomienda un producto o servicio, los consumidores perciben ese mensaje como valioso y confiable, lo que aumenta su disposición a probarlo (Childers et al., 2019).

1 Zambrano Barros, N. A., Maldonado Castro, J., Maldonado Castro, Ángel B., & Espinoza Laaz, H. L. (2024). El marketing de influencers: cómo la credibilidad y el valor del mensaje impactan en la confianza del consumidor. *Religación*, 9(43), e2401349. <https://doi.org/10.46652/rgn.v9i43.1349>

La transparencia en las colaboraciones y las políticas de divulgación de patrocinios son aspectos fundamentales en la percepción de los seguidores. Los consumidores desean saber si un influencer ha sido compensado por promocionar un producto y si existen intereses ocultos detrás de sus recomendaciones. La claridad y la honestidad en estas relaciones son esenciales para mantener la confianza de la audiencia (Schouten et al., 2020). Además, la falta de transparencia debilita la autenticidad percibida del influencer y la credibilidad de sus recomendaciones, lo que subraya la importancia de establecer prácticas claras y éticas en el marketing de influencers.

Revisión literaria

Antecedentes

El origen del marketing de influencers puede remontarse a 2008, cuando Theresa Senft los identificó como microcelebridades en su investigación sobre las camgirls en los Estados Unidos. Durante su estudio de campo en la década de 1990, Senft observó cómo las mujeres transmitían y monetizaban su trabajo a través de cámaras web (Tanwar et al., 2022). Las microcelebridades se refieren a individuos comunes que adquieren cierto grado de fama dentro de un público específico. Estas personas establecen interacciones recíprocas con sus seguidores en el ámbito de las redes sociales.

Los influencers son caracterizados como personas que han establecido una amplia base de seguidores y son reconocidos como fuentes confiables de tendencias en diferentes nichos (Veirman et al., 2017). Estos creadores de contenido, conocidos como influencers, han alcanzado un estatus de expertos en sus respectivas áreas, lo que les ha brindado la capacidad de construir una comunidad de seguidores a quienes influyen a través de contenido valioso en diversas plataformas de redes sociales. Además, son reconocidos como fuentes creíbles de información.

A lo largo de los años, los profesionales del marketing han empleado embajadores de marca reconocidos que poseen influencia para dirigirse a audiencias específicas. En el pasado, la interacción de estos embajadores con los consumidores solía llevarse a cabo en persona, a través de eventos especiales diseñados para cumplir objetivos específicos de campañas publicitarias, como generar conciencia sobre un producto, servicio o negocio.

Con la evolución tecnológica y las plataformas digitales, el marketing de embajadores de marca evolucionó significativamente (Goodman et al., 2011). Las redes sociales dieron paso a una interacción amplificada y diversa entre embajadores y consumidores, superando los eventos presenciales. Los

embajadores emplearon estratégicamente las redes para llegar a audiencias extensas, convirtiéndose en influencers con poder de influencia en las decisiones de compra y la confianza del consumidor (Hariandja et al., 2016).

Influenciadores

Un influencer es un profesional emergente en el campo del marketing cuya popularidad ha sido impulsada por las redes sociales. Este término se utiliza comúnmente para referirse a personas o entidades que han logrado construir una audiencia considerable en plataformas de redes sociales y que ejercen una influencia directa en las decisiones de compra de los consumidores (Mcgaughey, 2011). Los influencers son ampliamente reconocidos como líderes de opinión, y son considerados por sus seguidores como personas confiables, bien informadas y auténticas (Lee et al., 2021).

En función de su número de seguidores, los influencers se dividen en tres niveles: mega, macro y micro. Los microinfluencers son aquellos con hasta 10.000 seguidores, los macroinfluencers tienen entre 10.000 y un millón de seguidores, y los megainfluencers suelen ser actores, artistas o cantantes con más de un millón de seguidores, tomando en cuenta que la evaluación de la cantidad de seguidores a menudo se considera como el primer paso para seleccionar a los influencers adecuados para promocionar una marca, seguido de la afinidad entre la personalidad de la marca y el influencer elegido (Silalahi, 2021).

Hay que destacar que no hay un nivel de influenciador que sea más importante que los demás. La elección del nivel de influenciador más adecuado para una campaña de marketing depende de varios factores, como los objetivos de la marca, el público objetivo, el presupuesto y la estrategia general de marketing. Por ejemplo, si se busca aumentar el alcance de una marca, los influencers recomendados son los megainfluencers, ya que ellos son lo que pueden tener alcance masivo y así poder llegar a un público amplio (Uzunoğlu & Misci Kip, 2014).

Marketing de influencer

El marketing de influencers es una estrategia altamente efectiva y popular que se basa en aprovechar la influencia y popularidad de personas conocidas en las redes sociales para promocionar productos, servicios o marcas. Los influencers, que han construido una audiencia leal y comprometida en plataformas como Instagram, YouTube y TikTok, se convierten en aliados clave para llegar a un público objetivo de manera auténtica y persuasiva (Farrell, 2022).

Aunque en términos específicos no se pueda describir al marketing de influencers, se considera como un tipo de marketing que se da por medio de las redes sociales, en el cual se comunica a una marca a la audiencia para que su consumo sea mayor de lo que era anteriormente. Esta forma de marketing ha experimentado un crecimiento significativo y se ha convertido en un componente esencial de las estrategias de marketing digital de las empresas. Además, según los expertos en marketing, se considera que el marketing de influencers es considerablemente más efectivo que el uso de comerciales tradicionales (Kim et al., 2021).

El marketing de influencer se basa en la premisa de que las recomendaciones y testimonios de personas influyentes tienen un impacto más significativo en las decisiones de compra de los consumidores que los anuncios tradicionales (Nurfadila & Setyo Riyanto, 2020). Los influencers son vistos como figuras confiables y auténticas, lo que los convierte en canales efectivos para promover productos y generar interés en el público objetivo.

Plataformas de redes sociales para marketing de influencers

Los conceptos de marketing de influencers y redes sociales están estrechamente relacionados: los influencers dependen de la exposición que les brindan las plataformas de redes sociales para ganar visibilidad, mientras que estas plataformas obtienen parte de su atractivo gracias al contenido compartido por los influencers que participan en ellas (Haenlein et al., 2020). Algunas de las plataformas consideradas más importantes son: Facebook, YouTube, Instagram, TikTok y Twitter, sin embargo, no es una lista oficial, ya que se podrían agregar otras redes sociales como Twitch, una plataforma de transmisión en vivo especializada en contenido de videojuegos, eSports, y otros temas.

Es importante considerar las diferencias entre las distintas plataformas de redes sociales, especialmente en términos de su audiencia y características. Por ejemplo, las edades de los usuarios varían en cada plataforma. Mientras que Facebook y Twitter suelen tener una audiencia promedio de alrededor de 40 años, Instagram atrae a usuarios en su mayoría de alrededor de 30 años, y TikTok se destaca por tener una audiencia más joven, con un rango de edad de alrededor de 20 años.

Tomando en cuenta lo anterior, es fundamental destacar el perfil de los usuarios de TikTok, ya que son especialmente jóvenes y tienden a ser consumidores activos en el ámbito digital. Esto tiene una gran relevancia para el marketing de influencers, ya que los usuarios de TikTok representan un grupo demográfico importante y con un alto potencial de influencia en la toma de decisiones de compra (Cheung & Soh, 2022). Por lo tanto, los especialistas en marketing deben

considerar estas diferencias en la elección de las plataformas de redes sociales y los influencers adecuados para su estrategia.

Valor del contenido publicitario

Desde una perspectiva en el ámbito del mercadeo, se planteó la idea de que el valor surge y se intercambia a través de las actividades de marketing. Además, se sugirió que las ofertas de marketing tienen la capacidad de satisfacer las necesidades de los consumidores. El valor publicitario, por su parte, se refiere a una evaluación subjetiva que los consumidores hacen sobre la utilidad o valor relativo de la publicidad en sus vidas.

Los influencers en las redes sociales actualizan regularmente sus perfiles con contenido relacionado a sus áreas de especialización. Estas publicaciones suelen ser persuasivas y transmiten mensajes que combinan información valiosa con entretenimiento (Ibáñez-Sánchez et al., 2022). A través de sus publicaciones, los influencers proporcionan a sus seguidores información sobre opciones de productos y otros contenidos relevantes. Además, añaden su toque personal y cambios de estilo, lo que crea una experiencia agradable y entretenida para quienes los siguen (Leung et al., 2022). Limited research considers the costs of influencer marketing when evaluating these campaigns' effectiveness, particularly from an engagement elasticity perspective. Moreover, it is unclear whether and how marketers could enhance influencer marketing effectiveness by strategically selecting influencers, targeting their followers, or managing content. This study draws on a communication model to examine how factors related to the sender of a message (influencer).

Además, el contenido publicitario en el marketing de influencer ayuda a fortalecer la asociación de la marca con el influencer (Chopra et al., 2020). Al crear contenido publicitario conjunto, la marca y el influencer pueden co-crear mensajes que sean relevantes tanto para la audiencia del influencer como para los valores y objetivos de la marca. Esto contribuye a establecer una conexión emocional más fuerte con los seguidores del influencer y a aumentar la percepción positiva de la marca.

Credibilidad de Influenciadores

La credibilidad de los influenciadores es un aspecto fundamental en el marketing de influencia. La credibilidad se refiere a la confianza y la creencia que los seguidores tienen en la autenticidad y la veracidad de las recomendaciones y contenido compartido por los influenciadores (Hsu et al., 2013). La credibilidad

se construye a través de diversos factores. En primer lugar, la transparencia y la honestidad son fundamentales (Berne-Manero & Marzo-Navarro, 2020) research about influencer types and their impact on engagement preserving corporate sustainability is limited. Thus, the objectives of this study are: (1. Los seguidores valoran a los influenciadores que revelan cualquier relación de patrocinio o compensación con las marcas, ya que esto les brinda una mayor confianza en las recomendaciones (Feng et al., 2021).

Otro factor crucial es la relevancia y experiencia del influenciador en su nicho o industria (Wiedmann & von Mettenheim, 2020). Los seguidores buscan influenciadores que demuestren conocimiento y autoridad en los temas que tratan. Si un influenciador posee experiencia y demuestra un verdadero interés en el área en la que se especializa, esto contribuye a su credibilidad y la percepción de ser una fuente confiable de información. La interacción y la respuesta a los seguidores también influyen en la credibilidad (Ye et al., 2021). Los influenciadores que se involucran activamente con su audiencia, mostrando interés genuino en sus seguidores, generan una mayor confianza.

Confianza percibida

La confianza percibida es un concepto que se refiere a la evaluación subjetiva que una persona hace sobre la credibilidad, honestidad, y confiabilidad de otra persona, marca o entidad. Es la creencia que se tiene acerca de la capacidad y la disposición de la fuente para actuar de manera confiable y satisfacer las expectativas (Dumitriu et al., 2019). La relación entre la confianza percibida y los influencers es interesante, ya que los seguidores tienden a confiar en los influencers a quienes siguen (Spry et al., 2011).

Esto se debe a que los seguidores perciben a los influencers como expertos en su campo o como personas con experiencias auténticas. La confianza percibida se construye a través de la autenticidad, la coherencia entre las acciones y las palabras, y la transparencia de los influencers. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la confianza percibida en los influencers puede variar dependiendo del contexto. Algunos seguidores pueden tener una mayor susceptibilidad a la influencia y confiar más en los influencers, mientras que otros pueden ser más escépticos y cuestionar la autenticidad de las recomendaciones de los influencers.

Además, la confianza percibida puede ser frágil y verse afectada por diversas circunstancias, como revelaciones de comportamientos deshonestos o manipuladores por parte de los influencers (Karagür et al., 2021). Cuando se descubre que un influencer ha sido deshonesto o ha violado la confianza de sus seguidores, la percepción de confianza puede verse seriamente dañada. Por lo tanto, es importante que tanto los seguidores como los influencers sean conscientes de la importancia de la integridad y la transparencia en las interacciones en línea.

Conocimiento de marca

El reconocimiento de marca puede ser influenciado y potenciado por la colaboración con influencers. Cuando un influencer promociona una marca en sus publicaciones y contenido, puede ayudar a aumentar el conocimiento de marca de manera significativa. Los influencers suelen tener una audiencia establecida y comprometida, y el contenido que generan tiene el potencial de llegar a un gran número de personas. Al asociarse con influencers relevantes para su público objetivo, las marcas pueden aprovechar la influencia y la credibilidad de los influencers para aumentar su visibilidad y reconocimiento.

Cuando un influencer recomienda o habla positivamente sobre una marca, sus seguidores pueden comenzar a familiarizarse con ella y recordarla con mayor facilidad. Además, el contenido generado por los influencers puede ayudar a transmitir los valores y atributos de la marca de una manera auténtica y atractiva, lo que contribuye a la formación de la imagen de marca deseada. Es importante destacar que el conocimiento de marca no se construye únicamente a través de una única colaboración con un influencer. Es necesario implementar estrategias a largo plazo que involucren a varios influencers, para asegurar una exposición continua y consistente de la marca ante la audiencia objetivo.

Intención de compra

La intención de compra se refiere al grado de disposición o predisposición que tiene un consumidor para adquirir un producto o servicio en particular. Es una medida de la actitud del consumidor hacia una compra futura y puede variar desde una simple consideración o interés hasta una firme decisión de realizar la compra. La intención de compra puede influenciarse por diversos factores, como las necesidades y deseos del consumidor, la percepción de la calidad del producto, la confianza en la marca, las recomendaciones de otros consumidores, los precios y promociones, entre otros (Morwitz, 2014).

Según una investigación realizada por Pütter (2017), sobre el impacto de las redes sociales en la intención de compra del consumidor, se encontró que cuando se utilizan de manera adecuada, las redes sociales pueden ser una poderosa herramienta para desarrollar y mantener una ventaja competitiva. El estudio reveló que las empresas que incorporan las redes sociales en sus estrategias de marketing tienden a obtener una ventaja más significativa en comparación con aquellas que no lo hacen. Además, se estableció una relación directa entre una mayor intención de compra y la publicidad en las redes sociales, lo cual es un aspecto que este estudio busca explorar en mayor detalle.

Los consumidores que tienen una actitud positiva hacia la credibilidad de los influencers de las redes sociales tienen una intención de compra relativamente más alta debido a varios factores. Uno de ellos es que cuando los influencers suelen establecer una conexión emocional con su audiencia, generando confianza y empatía. Esta conexión emocional hace que los seguidores se sientan más inclinados a seguir sus recomendaciones y considerar sus opiniones al tomar decisiones de compra (Lim et al., 2017).

Metodología

Para el desarrollo de este trabajo se llevó a cabo un estudio de caso sobre el marketing de influencers, centrándose especialmente en el impacto de la credibilidad y el valor del mensaje en la confianza del consumidor. Para realizar este estudio, se buscó información relevante en Google Académico, donde se identificaron artículos pertinentes sobre el tema de investigación. Se consideró un rango de datos desde el año 2011 hasta el año 2023, y se seleccionaron 30 artículos en inglés como fuentes primordiales para la elaboración del documento. Con el fin de agilizar la redacción del trabajo, se utilizó el gestor de citas Mendeley. En la segunda etapa del desarrollo de este trabajo, se llevó a cabo una investigación cuantitativa mediante la implementación de encuestas en línea a través de un cuestionario en Google Forms. Estas encuestas se llevaron a cabo con la participación de 122 personas mayoritariamente entre 18 y 34 años de edad representando así el 94,2% del total de encuestados y el 61,5% eran mujeres. La mayoría de los participantes tenían un nivel de educación universitaria o técnica (82%), seguido de un 9% que tenían nivel de educación secundaria y de esta misma forma un 9% que han realizado posgrado o estudios avanzados. En cuanto a los ingresos de los participantes, un gran porcentaje de ellos tienen ingresos de menos de \$400 dólares al mes (47%), seguido de un 39,3% que tienen ingresos considerables de \$400-800 al mes, la mayoría de los encuestados eran solteros (76,2%). Finalmente, se procedió a revisar, codificar y transcribir los datos recopilados en las encuestas, utilizando el software estadístico SPSS. A través de SPSS, se generaron tablas y gráficos para cada pregunta del cuestionario, permitiendo el análisis de tendencias basado en los porcentajes obtenidos de las encuestas.

Resultados

El estudio en primera instancia hizo uso del programa Microsoft Excel que se destaca por ser el software líder en el ámbito de hojas de cálculo, siendo

una herramienta avanzada para analizar y representar datos de manera visual, este programa se utilizó para tener una vista completa de los datos recopilados y así mismo para realizar la codificación de cada una de las respuestas que se obtuvieron, para después hacer uso del programa estadístico SPSS.

Tabla 1. Impacto de los influencers en decisiones de compra y percepciones de marca.

VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
Influencia percibida	Los influencers que sigo me sugieren productos o marcas útiles.	41,8%
	Mis percepciones a menudo cambian cuando recibo información de los influencers que sigo	32,0%
Intención de recomendar al influencer	Es probable que recomiende al influencer a amigos y familiares interesados en su contenido.	36,1%
	Diría cosas positivas sobre la cuenta del influencer a otras personas	29,5%
Intención de comprar marcas recomendadas	Compraría una marca en base a los consejos que me dan los influencers que sigo.	42,6%
	Seguiría las recomendaciones de marca de los influencers que sigo.	34,4%
Confianza en el contenido	Testimonios de personas que han consumido el producto recomendado por el influencer.	44,3%
	Una publicación donde este una revisión detallada de un producto.	21,3%
Conexión influencer-seguidor	El influencer me parece agradable.	40,2%
	Confío más en el influencer cuando responde a mis mensajes y comentarios.	32,8%

Fuente: elaboración propia

En relación con el impacto de los influencers en decisiones de compra y percepciones de marca. Los resultados obtenidos revelan que los influencers ejercen un impacto de considerable magnitud sobre sus seguidores. En líneas generales, los seguidores sostienen la opinión de que los influencers les presentan productos o marcas provechosas, y que sus percepciones se ven frecuentemente

alteradas cuando reciben información por parte de dichos influencers. Así mismo, los seguidores muestran disposición para recomendar a los influencers a otros usuarios y para seguir las recomendaciones en cuanto a marcas que estos ofrecen.

Respecto a los elementos que moldean la confianza en el contenido proporcionado por los influenciadores, los testimonios de individuos que han utilizado el producto recomendado ocupan la posición más destacada. Las publicaciones detalladas de los productos también poseen importancia, aunque en menor medida. Finalmente, los seguidores valoran en gran medida la conexión personal que logran establecer con los influenciadores. Consideran que estos poseen una personalidad agradable y depositan mayor confianza en aquellos casos en los que los influenciadores responden a sus mensajes y comentarios.

Tabla 2. Vínculo entre recomendaciones de influencers y percepción de marcas.

Variables	Descripción	Porcentaje
Compromiso de la marca en el autoconcepto	Hay vínculos entre las marcas sugeridas por los influencers que sigo y cómo me percibo a mí mismo.	32%
	Una parte de mí está definida por las marcas sugeridas por los influencers que sigo.	29,5%
Valor esperado de la marca	Las marcas sugeridas por los influencers que sigo tienen un aceptable estándar de calidad.	32,8%
	Los productos de las marcas sugeridos por los influencers que sigo son bien hechos.	23,0%
Participación en las redes sociales	Activa directamente la necesidad de “compartir la publicación”.	29,5%
	Directamente dispara el impulso de dar “me gusta”.	27,0%
Tipo de contenido del influencer	Creativo	63,9%
	Emocional	18,9%
Percepción de comentarios negativos	El influencer no tiene experiencia en los temas que habla.	30,3%
	El influencer no es honesto en las reseñas que hace sobre los productos.	29,5%

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con el vínculo entre recomendaciones de influencers y percepción de marcas. Los hallazgos evidencian que los influencers ejercen un

impacto sustancial en la percepción que sus seguidores tienen de sí mismos. Estos seguidores establecen una relación entre las marcas respaldadas por los influencers y su propia identidad, llegando a definirse en parte a través de estas marcas. En lo que respecta al valor atribuido a las marcas, los seguidores consideran que las marcas respaldadas por los influencers mantienen un nivel aceptable de calidad y que sus productos son confeccionados con esmero.

Además, los seguidores demuestran una tendencia a interactuar en las plataformas de redes sociales en respuesta al contenido de los influencers. Aproximadamente un tercio de los encuestados manifiesta sentir una motivación directa para compartir las publicaciones de los influencers, mientras que otro tercio declara que siente una motivación directa para dar “me gusta” a dichas publicaciones. En cuanto a las preferencias de contenido, el tipo de contenido que más resuena entre los seguidores es el creativo. Este contenido es percibido como más intrigante, cautivador y memorable por parte de los seguidores.

Es importante destacar que los comentarios negativos dirigidos a los influencers pueden debilitar la confianza de sus seguidores. De acuerdo con esto las personas perciben al influencer como alguien que carece de experiencia en las áreas que aborda o que no es veraz en sus análisis de productos. Estos comentarios tienen el potencial de generar una percepción negativa en la mente de los seguidores.

Tabla 3. Influencia de factores en la percepción de marcas recomendadas.

Variables	Descripción	Porcentaje
Credibilidad del influencer	La experiencia	43,4%
	La confiabilidad	28,7%
Intención de continuar siguiendo al influencer	Tengo la intención de continuar siguiendo esta cuenta influencer en un futuro próximo.	40,2%
	Probablemente buscaré nuevo contenido publicado en esta cuenta de influencer.	33,6%
Preferencia de red social	TikTok	45,1%
	Instagram	37,7%
Atractivo físico del influencer	Atractivo	58,2%
	Elegante	29,5%
Factores para seguir al influencer	Transparencia y honestidad en sus publicaciones.	36,1%
	Número de seguidores en sus redes sociales	25,4%

Fuente: elaboración propia

Finalmente, abordando la influencia de factores en la percepción de marcas recomendadas. Los resultados de la encuesta resaltan que, para los seguidores, la experiencia y la confiabilidad son los factores de mayor trascendencia en lo que concierne a la credibilidad de los influencers. En términos concretos, la experiencia está asociada a la competencia del influencer en el tema que aborda, mientras que la confiabilidad se relaciona con su sinceridad y transparencia. Además, los seguidores manifiestan una disposición a continuar siguiendo a aquellos influencers que generan contenido de alta calidad y que mantienen una constancia en sus publicaciones. En cuanto a las preferencias en redes sociales, TikTok ocupa el primer puesto como plataforma predilecta entre los seguidores, seguida por Instagram.

Respecto al atractivo físico de los influencers, la mayoría de los seguidores percibe a estos como personas atractivas o con estilo. No obstante, estos factores no poseen la máxima relevancia en la decisión de los seguidores para seguir a un influencer. Por último, se observa un interés marcado por parte de los seguidores en seguir a influencers que presentan transparencia y honestidad en sus publicaciones. Esto sugiere que los seguidores anhelan sentirse seguros de la autenticidad de los influencers, buscando la certeza de que estos actúan genuinamente y no pretenden engañar.

Conclusiones

La investigación ha proporcionado una visión más profunda de cómo los influencers impactan en las decisiones de compra y las percepciones de marca entre sus seguidores. Los resultados demuestran de manera concluyente que los influencers ejercen una influencia considerable en la confianza y la toma de decisiones de sus seguidores, respaldada por la valoración de testimonios reales y la conexión personal que establecen. Además, se ha confirmado que los seguidores asocian su propia identidad con las marcas respaldadas por los influencers y perciben una calidad aceptable en los productos promovidos. Sin embargo, se resalta la vulnerabilidad de esta relación ante comentarios negativos. Estos resultados recalcan la importancia de la autenticidad y la credibilidad de los influencers en la mente de sus seguidores.

En vista de esta nueva perspectiva del problema, es crucial considerar que la construcción y el mantenimiento de la confianza, así como la autenticidad en las colaboraciones entre influencers y marcas, son elementos clave para estrategias de marketing de influencia efectivas. La comprensión de la plataforma de redes sociales preferida por los seguidores también debe ser un aspecto central en estas estrategias, dada su influencia en la dinámica de seguidores e influencers.

Esta nueva perspectiva enfatiza la necesidad de una mayor investigación a lo largo del tiempo que examine cómo los influencers impactan en las decisiones de compra a lo largo del tiempo y cómo se mantienen las percepciones de marca a largo plazo. Además, dado el crecimiento continuo de las redes sociales, sería útil investigar cómo las tendencias en la elección de plataformas de redes sociales pueden influir en la efectividad de los influencers. Esta investigación ayudaría a comprender mejor la dinámica en evolución entre los influencers y sus seguidores, especialmente en un mundo donde el tiempo es un factor limitante para un estudio más exhaustivo.

Referencias

- Berne-Manero, C., & Marzo-Navarro, M. (2020). Exploring how influencers impact purchase decisions over time and how brand perceptions are maintained in the long term. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11).
- Cheung, M. L., & Soh, P. C. (2022). Social media in influencer marketing: the moderating role of materialism. *European Business Review*, 34(2).
- Childers, C. C., Lemon, L. L., & Hoy, M. G. (2019). #Sponsored #Ad: Agency Perspective on Influencer Marketing Campaigns. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 40(3), 258–274. <https://doi.org/10.1080/10641734.2018.1521113>
- Chopra, A., Avhad, V., & Jaju, S. (2021). Influencer Marketing: An Exploratory Study to Identify Antecedents of Consumer Behavior of Millennial. *Business Perspectives and Research*, 9(1), 77–91. <https://doi.org/10.1177/2278533720923486>
- Dumitriu, D., Militaru, G., Deselnicu, D. C., Niculescu, A., & Popescu, M. A. M. (2019). A perspective over modern SMEs: Managing brand equity, growth and sustainability through digital marketing tools and techniques. *Sustainability (Switzerland)*, 11(7). <https://doi.org/10.3390/su10022111>
- Farrell, J. R. (2022). What Drives Consumers To Engage with Influencers? Segmenting Consumer Response to Influencers: Insights for Managing Social-Media Relationships. *Journal of Advertising Research*, 62(1), 35–48. <https://doi.org/10.2501/JAR-2021-017>
- Feng, Y., Chen, H., & Kong, Q. (2021). An expert with whom i can identify: the role of narratives in influencer marketing. *International Journal of Advertising*, 40(7), 972–993. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1824751>
- Goodman, M. B., Booth, N., & Matic, J. A. (2011). Mapping and leveraging influencers in social media to shape corporate brand perceptions. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(3), 184–191. <https://doi.org/10.1108/13563281111156853>

- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. *California Management Review*, 63(1), 5–25.
- Hariandja, E. S., Harapan, U. P., & Experience, L. B. (2016). [Conference] *The influence of brand ambassador on brand image and consumer purchasing decision: a case of tous les jours in the influence of brand ambassador on brand image and consumer purchasing decision : local or international brands in the market market in Indon*. Conference: International Conference on Entrepreneurship.
- Hsu, C. L., Lin, J. C. C., & Chiang, H. Sen. (2013). The effects of blogger recommendations on customers' online shopping intentions. *Internet Research*, 23(1), 69–88.
- Ibáñez-Sánchez, S., Flavián, M., Casaló, L. V., & Belanche, D. (2022). Influencers and brands successful collaborations: A mutual reinforcement to promote products and services on social media. *Journal of Marketing Communications*, 28(5), 469–486. <https://doi.org/10.1080/13527266.2021.1929410>
- Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Fernández, R. (2019). The role of digital influencers in brand recommendation: Examining their impact on engagement, expected value and purchase intention. *International Journal of Information Management*, 49, 366–376. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.009>
- Karagür, Z., Becker, J., Klein, K., & Edeling, A. (2021). International Journal of Research in Marketing How, why, and when disclosure type matters for influencer marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 313-335.
- Kim, E., Duffy, M., & Thorson, E. (2021). Under the Influence: Social Media Influencers' Impact on Response to Corporate Reputation Advertising. *Journal of Advertising*, 50(2), 119–138. <https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1868026>
- Lee, P. Y., Koseoglu, M. A., Qi, L., Liu, E. C., & King, B. (2021). The sway of influencer marketing: Evidence from a restaurant group. *International Journal of Hospitality Management*, 98. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103022>
- Lee, S., & Kim, E. (2020). Influencer marketing on Instagram: How sponsorship disclosure, influencer credibility, and brand credibility impact the effectiveness of Instagram promotional post. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(3), 232–249. <https://doi.org/10.1080/20932685.2020.1752766>
- Leung, F. F., Gu, F. F., Li, Y., Zhang, J. Z., & Palmatier, R. W. (2022). Influencer Marketing Effectiveness. *Journal of Marketing*, 86(6), 93-115.
- Lim, X. J., Mohd Radzol, A. R. BT., Cheah, J.-H., & Wong, M. W. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. *Asian Journal of Business Research*, 7(2), 18–36.
- Martínez-López, F. J., Anaya-Sánchez, R., Fernández Giordano, M., & Lopez-Lopez, D. (2020). Behind influencer marketing: key marketing decisions and their effects on followers' responses. *Journal of Marketing Management*, 36(7–8), 579–607.

- Mcgaughey, K. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90-92. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001>
- Morwitz, V. (2014). Consumers' Purchase Intentions and their Behavior. *Foundations and Trends® in Marketing*, 7(3), 181-230. <https://doi.org/10.1561/17000000036>
- Nurfadila, S., & Setyo Riyanto. (2020). The Impact of Influencers in Consumer Decision-Making: The Fashion Industry. *Interdisciplinary journal on law, social sciences and humanities*, 1(2), 1-13. <https://doi.org/10.19184/ijl.v1i1.19146>
- Pütter, M. (2017). The Impact of social media on Consumer Buying Intention. *Journal Of International Business Research And Marketing*, 3(1), 7-13. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.31.3001>
- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2020). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39(2), 258-281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>
- Silalahi, A. T. (2021). Micro-influencer celebrity' s communication strategy in brand promotion. *Humaniora*, 12, 21-28. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v12i1.6786>
- Spry, A., Pappu, R., & Cornwell, T. B. (2011). Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity. *European Journal of Marketing*, 45(6), 882-909. <https://doi.org/10.1108/03090561111119958>
- Tanwar, A. S., Chaudhry, H., & Srivastava, M. K. (2022). Trends in Influencer Marketing: A Review and Bibliometric Analysis. *Journal of Interactive Advertising*, 22(1), 1-27. <https://doi.org/10.1080/15252019.2021.2007822>
- Uzunolu, E., & Misci Kip, S. (2014). Brand communication through digital influencers: Leveraging blogger engagement. *International Journal of Information Management*, 34(5), 592-602. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.04.007>
- Veirman, M. De, Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798-828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>
- Wiedmann, K. P., & von Mettenheim, W. (2020). Attractiveness, trustworthiness and expertise – social influencers' winning formula? *Journal of Product and Brand Management*, 30(5), 707-725. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2019-2442>
- Ye, G., Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The Value of Influencer Marketing for Business: A Bibliometric Analysis and Managerial Implications. *Journal of Advertising*, 50(2), 160-178. <https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1857888>

Influencer marketing: how credibility and value of the message impact consumer trust

Marketing de influência: como a credibilidade e o valor da mensagem afetam a confiança do consumidor

Nuvia Aurora Zambrano Barros

Universidad Técnica Estatal de Quevedo | Quevedo | Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-1204-154X>

nzambrano@uteq.edu.ec

Jenny Maldonado Castro

Universidad Técnica Estatal de Quevedo | Quevedo | Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-1531-7695>

jmaldonado@uteq.edu.ec

jenmaldonado@hotmail.com

Ingeniera Comercial. Máster en Organización de empresas. Directora de Cooperación

Ángel Boris Maldonado Castro

Universidad Técnica Estatal de Quevedo | Quevedo | Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-6478-7365>

amaldonadoc@uteq.edu.ec

Economista. Máster Universitario en Crecimiento y desarrollo sostenible. Docente Uteq

Helen Lisbeth Espinoza Laaz

Universidad Técnica Estatal de Quevedo | Quevedo | Ecuador|

<https://orcid.org/0009-0006-6438-4594>

hespinozal@uteq.edu.ec

Abstract

In a digitalized world, influencer marketing becomes essential for companies by collaborating with social media influencers, who reach large audiences and build trust. The study focused on investigating the impact of influencer marketing on consumers through social networks, analyzing their influence to understand the effectiveness of this advertising strategy. A mixed design was used in two phases. The first phase conducted a qualitative analysis of 30 articles on influencer marketing on Google Academic. The second phase involved an online survey through Google Forms, exploring the influence of message credibility and value on consumer trust. The data were analyzed with the SPSS program, complementing the qualitative results with statistical analysis. The results obtained reveal that influencers have a significant impact on purchasing decisions and brand perceptions. Recommendations directly influence the purchase intention and personal perception of the consumer. Engagement and authenticity on platforms, especially TikTok, play an essential role in successfully spreading messages. The creativity exhibited by influencers not only attracts attention but also helps build trust among the audience. However, the vulnerability of this trust to negative comments is highlighted, thus highlighting the importance of proactively managing online reputation to preserve positive public perception. In conclusion, influencer marketing is a powerful tool, building trust and influencing meaningful purchasing decisions. Likewise, the authenticity and quality of the message are crucial aspects that, when combined,

reinforce the effectiveness of this strategy.

Keywords: marketing, influencers, credibility, advertising, brand.

Resumo

Em um mundo digitalizado, o marketing de influenciadores está se tornando essencial para as empresas colaborarem com influenciadores de mídia social que atingem grandes públicos e criam confiança. O estudo se concentrou em investigar o impacto do marketing de influência sobre os consumidores por meio da mídia social, analisando sua influência para entender a eficácia dessa estratégia de publicidade. Foi empregado um projeto misto de duas fases. A primeira fase envolveu uma análise qualitativa de 30 artigos sobre marketing de influência no Google Acadêmico. A segunda fase envolveu uma pesquisa on-line usando o Google Forms, explorando a influência da credibilidade e do valor da mensagem na confiança do consumidor. Os dados foram analisados usando o software SPSS, complementando os resultados qualitativos com análise estatística. Os resultados revelam que os influenciadores têm um impacto significativo sobre as decisões de compra e as percepções da marca. As recomendações influenciam diretamente a intenção de compra e a percepção pessoal do consumidor. A interação e a autenticidade nas plataformas, especialmente no TikTok, desempenham um papel essencial na disseminação bem-sucedida das mensagens. A criatividade demonstrada pelos influenciadores não apenas atrai a atenção, mas também contribui para aumentar a confiança do público. Entretanto, a vulnerabilidade dessa confiança a comentários negativos é destacada, ressaltando a importância de gerenciar proativamente a reputação on-line para preservar a percepção positiva do público. Concluindo, o marketing de influência é uma ferramenta poderosa, que gera confiança e influencia decisões de compra significativas. Da mesma forma, a autenticidade e a qualidade da mensagem são aspectos cruciais que, quando combinados, reforçam a eficácia dessa estratégia.

Palavras-chave: marketing; influenciadores; credibilidade; publicidade; marca.



Capítulo 3

Contrastes de la transición energética: los minerales críticos y su relación comercial con el poder global

Ángel Octavio Dorantes Zamora

Resumen

La transición energética ha sido presentada como la solución al inminente cambio climático, sin embargo, oculta importantes contrastes relacionados a los minerales críticos. En este contexto, el presente trabajo analiza la relación entre el poder global de los países y el comercio internacional de estos bienes comunes, los cuales tendrán una fuerte demanda por la infraestructura renovable. Es a través de la descripción de las exportaciones de minerales de América Latina y de un análisis de correlación con el World Power Index (WPI) y las importaciones y exportaciones de minerales metálicos a nivel mundial, que se infiere la existencia de una relación significativa, resaltando el caso de China como importador y Australia y Brasil como exportadores, mostrándonos el posicionamiento geopolítico y geoeconómico de los países dentro del consenso de la descarbonización.

Palabras clave:

Transición energética; minerales críticos; consenso de la descarbonización; poder global; geoeconómico.

Introducción¹

Una de las soluciones propuestas ante la catástrofe climática que vivimos actualmente se comenzó a gestar desde finales de siglo XX con la llamada “transición energética”, la cual se convirtió en un tema cotidiano en el ambiente político de varios países, así como en los medios de comunicación y las redes sociales, a raíz de los estragos por el cambio climático. El desarrollo de infraestructuras renovables se aceleró a tal grado que ahora podemos apreciar grandes proyectos solares y eólicos en todo el mundo, asimismo, la hidroelectricidad es clave en la perspectiva de transitar a fuentes menos contaminantes para la generación de electricidad.

Las percepciones comunes de la energía como buena y mala nos llevan a creer que la solución es simple e inmediata: tendremos que dejar de invertir en combustibles fósiles que causan contaminación y desarrollar la infraestructura que genere energía renovable y limpia. Una de las ideas centrales en la perspectiva de beneficios de la transición energética se puede ver en el informe presentado por la Agencia Internacional de las Energías Renovables (IRENA, 2016), que enfatizó los beneficios económicos que generan las fuentes de energía renovables. Se mencionó que:

duplicar la participación de este tipo de energías en la combinación energética mundial para 2030 aumentaría el PIB mundial entre 0.6 y 1.1%, además, duplicar la proporción de renovables aumentaría el empleo directo e indirecto en el sector a 24.4 millones en 2030. (p. 10)

En los últimos años, se han llevado a cabo diversos informes que observan a la transición energética por su importancia geopolítica en el futuro cercano (IRENA, 2019), sostiene que:

el auge de las energías renovables modificará las relaciones entre Estados (exportadores versus importadores de petróleo y gas) y conducirá a cambios estructurales en las economías y la sociedad. Asimismo, aquellos países que han invertido en tecnologías renovables incrementarán su influencia en el contexto global. (p. 39)

1 Dorantes Zamora, Ángel O. (2025). Contrastes de la transición energética: los minerales críticos y su relación comercial con el poder global. *Religación*, 10(44), e2501406. <https://doi.org/10.46652/rgn.v10i44.1406>

Derivado del cambio climático y la transición energética como solución, los “minerales críticos” han cobrado una relevancia significativa. Al respecto, la Agencia Internacional de Energía (IEA) publicó en (2021), un informe que examinaba el futuro de los minerales críticos bajo distintos escenarios climáticos y con diversas tecnologías energéticas. Se mencionó que “la transición global hacia energías más limpias tendrá importantes consecuencias en la demanda de metales y minerales en los próximos 20 años”(p. 4). Por su parte, desde el Banco Mundial (2020), se menciona lo siguiente: “sin embargo, el rápido despliegue de estas tecnologías bajas en carbono necesarias para alcanzar una meta de 2°C, o menos, también significará que la demanda de minerales necesarios para producir estas tecnologías aumente” (p. 31).

Desde América Latina se han discutido estas problemáticas, identificando que la transición que se promueve desde los organismos internacionales no significa un cambio, por el contrario, buscan perpetuar la forma de producción dominante (Argento et al., 2022; Bertinat, 2018; Fornillo, 2017). Al respecto, Breno y Svampa (2023), describieron el consenso sobre la descarbonización, elemento que es central en este trabajo:

El «Consenso de la Descarbonización» moviliza continuamente el discurso de las potencialidades tecnológicas y de la innovación. A la vez, aboga explícitamente por los “negocios verdes”, la “financiación climática”, las “soluciones basadas en naturaleza”, la “minería climáticamente inteligente”, los “mercados de carbono” y diversas formas de inversión especulativa. (p. 57)

Dado lo anterior, surgen una serie de interrogantes, de forma general, ¿Qué papel juegan los países que detentan el poder global con respecto al comercio de minerales críticos para la transición energética?, posteriormente, de manera particular, ¿cuál es la relevancia mundial de los minerales críticos en la transición energética?, ¿qué papel juega América Latina en el comercio mundial de minerales críticos?, y ¿existe una correlación significativa entre el poder global de los países y el comercio internacional de minerales metálicos (importaciones y exportaciones) para la transición energética? de esta manera, el objetivo de este trabajo es analizar la relación entre los países que detentan el poder mundial con respecto a las importaciones y exportaciones de minerales metálicos ello para observar escenario global de los países en la transición energética hegemónica.

El presente trabajo parte por la descripción de la relevancia de los minerales críticos para el modelo de transición energética visto desde el consenso de la descarbonización. Posteriormente se hace mención del comercio de estos minerales y el papel que tiene América Latina en las exportaciones. Para finalizar

con el análisis de correlación entre el *World Power Index* (WPI), y las importaciones y exportaciones de minerales metálicos, con lo cual buscamos establecer el nivel de relación entre estas variables y el posicionamiento geopolítico y geoeconómico de los países, teniendo como bases informes de organismos internacionales y literatura especializada.

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, sustentado en la revisión de literatura, principalmente de informes de organismos internacionales, y trabajos académicos desde América Latina que contraponen la visión hegemónica de la transición energética. Se parte por explicar la importancia de los minerales críticos para este contexto energético, para ello se ocupan los datos de la IEA sobre los escenarios de la demanda de algunos minerales para 2030 y 2040. Por otra parte, se muestra el comercio de minerales y metales de 1989 a 2021 de América Latina, además, se retoma la información de los principales países exportadores de minerales en la región, y los principales destinos de las exportaciones tomando los datos del programa informático Solución Comercial Integrada Mundial (WITS).

Además, una vez descrita la importancia de los minerales críticos a nivel mundial y en la región, se realizó un análisis de correlación, la cual tiene por objetivo mostrar a los países en su dinámica comercial de minerales metálicos y el poder que detentan. La idea es hacer una diferenciación sobre el comportamiento comercial de países importadores y exportadores de minerales metálicos, identificando a los países que encabezan el Índice de Poder Mundial (WPI) lo que nos mostrará la importancia geopolítica que tienen estos bienes comunes ante el contexto de la descarbonización.

Para ello, se utilizaron 205 países y tres variables, por un lado, las importaciones y exportaciones de “minerales metálicos” (Panel Internacional de Recursos) expresado en toneladas, y el *World Power Index* (WPI) que va de 0 a 1. Se analizó el año de 2019. A continuación, se hace una breve descripción de las variables:

El *Índice de Poder Mundial* (WPI, en inglés), creado por Daniel Morales Ruvalcaba (2023), es un indicador integral que mide y ordena el poder relativo de las naciones en el ámbito global, tomando en cuenta diversas dimensiones estratégicas. Su finalidad es ofrecer una herramienta cuantitativa que ayude a entender las dinámicas de poder en el ámbito internacional y su evolución en función de las capacidades estatales. Se compone de 18 indicadores organizados en 3 índices de capacidades: Índice de Capacidades Materiales (ICM), Índice de

Capacidades Semimateriales (ICS) y un Índice de Capacidades Inmateriales (ICI).

Si bien, existen otros indicadores que miden el crecimiento económico de un país como el Producto Interno Bruto (PIB), o que buscan ser una alternativa a éste como el *Genuine Progress Indicator* (GPI) o el Global Power Index (GPI) de la consultora *Pareto Economics*, el índice al que recurrimos de Daniel Ruvalcaba tiene una metodología que se entrelaza con lo que buscamos en este trabajo, el cual consiste en analizar a los países de Latinoamérica, lo que se puede observar en diversos estudios del autor en donde utilizó este índice para caracterizar a la región desde las relaciones internacionales (Morales Ruvalcaba, 2023; Morales Ruvalcaba & Rocha Valencia, 2022).

Por otra parte, se tomaron los datos de las *importaciones y exportaciones de recursos minerales metálicos*, los cuales se obtuvieron del Panel Internacional de Recursos (IRP) vinculado con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Este panel tiene el objetivo de construir y compartir el conocimiento necesario para mejorar el uso de los “recursos” en todo el mundo. Los datos sobre el comercio de minerales metálicos fueron una de varias categorías de comercio de materiales proporcionadas por la *Northeastern University of Shenyang*, China (NEU). Se toman en cuenta para esta categoría los productos principalmente derivados de metales, para incorporar artículos manufacturados básicos compuestos de un metal identificable, como las aleaciones y manufacturas de metales de hierro (Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation [CSIRO], 2021).

A partir de estos datos, se procedió a utilizar el programa estadístico de SPSS para el análisis de correlación bivariada. Con lo que se buscó analizar la intensidad de la relación entre el WPI y las importaciones y exportaciones. Se utilizó el estadístico de Spearman, que tiene una interpretación idéntica a la correlación de Pearson, con la diferencia de que Spearman es menos sensible a valores atípicos (que en este ejercicio es China), y además sirve para dispersiones que no son lineales. Se muestran gráficos de dispersión, en las importaciones se realizaron dos gráficos, uno con los 205 datos y otro con 204, puesto que se excluyó a China para tener una mejor visualización de los países que están por debajo de su nivel de importación.

Resultados

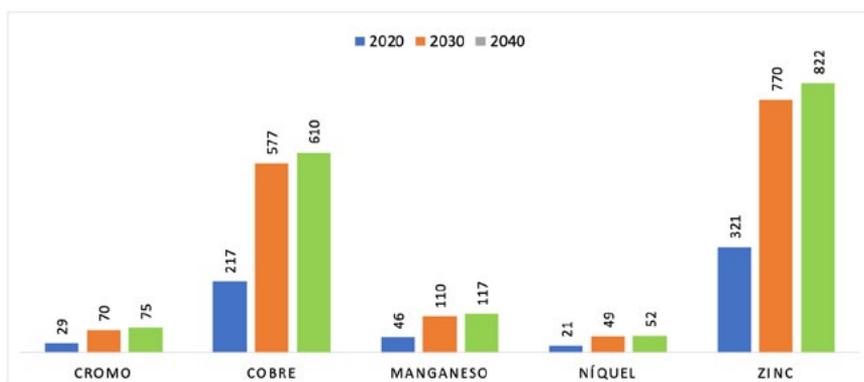
Relevancia de los Minerales críticos en la transición energética

En la sección anterior se hizo mención de la información y metodología que se utilizó para realizar el análisis de las importaciones y exportaciones de

los minerales metálicos y su relación con el poder global, por ello, en esta sección se exponen los resultados obtenidos, partiendo por el contexto internacional, el escenario latinoamericano y concluyendo con la correlación.

Como se puede observar en el gráfico 1, los bienes comunes minerales requeridos en un contexto de desarrollo sostenible indican que, para la energía eólica, la demanda de cobre aumentará de 217 mil toneladas en 2020 a 577 y 610 toneladas en los próximos 20 años. De manera similar, el zinc crecerá de 321 mil toneladas en 2020 a 770 y 822 en las décadas siguientes. Otros minerales, como el manganeso, cromo y níquel, también experimentarán incrementos en su demanda.

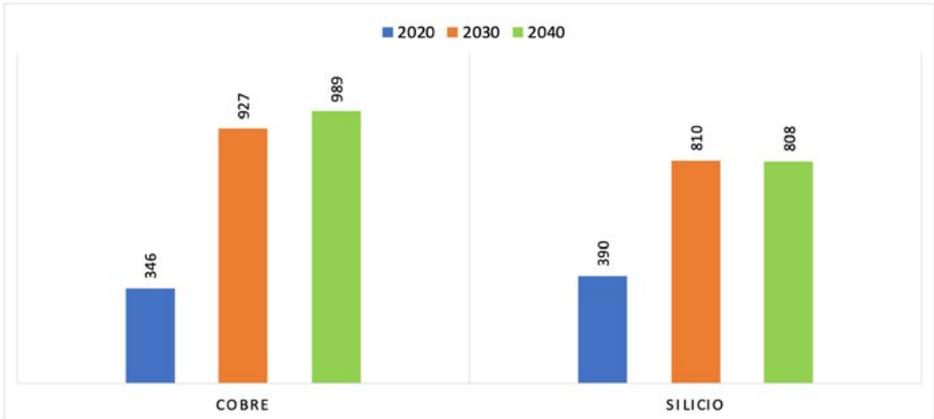
Figura 1. Mundial: proyección de la demanda de recursos minerales de energía eólica en un escenario de desarrollo sostenible (2020,2030 y 2040), miles de toneladas.



Fuente: elaboración propia con datos de EIA

Para el caso de la energía solar fotovoltaica, como se muestra en el gráfico 2, el cobre es uno de los bienes naturales más importantes de esta tecnología, y para el año 2020 la demanda representó 346 mil toneladas, mientras que para las siguientes dos décadas pasará 927 y 989 mil toneladas respectivamente. A su vez, el silicio también tiene un gran peso en la construcción de paneles solares, teniendo 390 mil toneladas en 2020, pasando a 810 y 808 mil toneladas en 2030 y 2040, de acuerdo con las proyecciones de demanda de IEA (2021). Algunos minerales presentes en esta tecnología es el galio, la plata, el zinc, arsénico entre otros.

Figura 2. Mundial: proyección de la demanda de recursos minerales de energía solar pv en un escenario de desarrollo sostenible (2020,2030 y 2040) miles de toneladas.

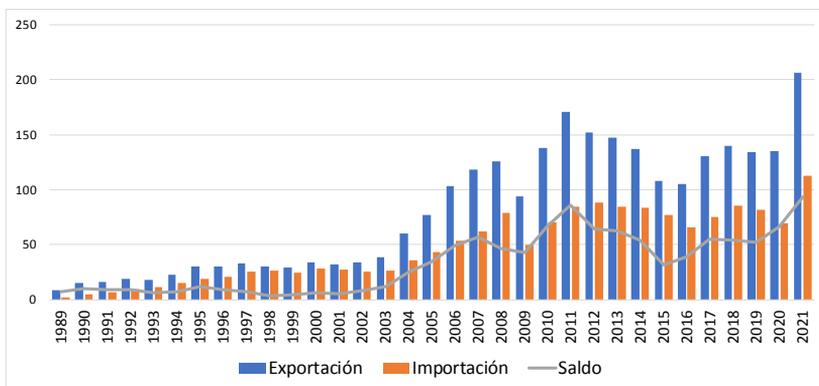


Fuente: elaboración propia con datos de EIA

El comercio de minerales críticos en América Latina

En relación al comercio de minerales y metales en América Latina, el gráfico 3 ilustra las importaciones y exportaciones desde 1989 hasta 2021, en esta representación se puede notar el aumento significativo que se produjo a comienzos del siglo XXI, lo cual refleja la necesidad de buscar nuevas fuentes de energía. Esta tendencia ascendente culminó con la crisis de 2008-2009, pero luego se recuperó, alcanzando niveles de exportación muy altos, especialmente en 2011, que superaron los 170 mil millones de dólares, fenómeno que se denominó el “superciclo de materias primas” (Justo, 2013). A raíz de la pandemia de 2020, el mundo experimentó grandes cambios, en donde la recuperación económica es un tema crucial para la economía global. En este contexto, las exportaciones de 2021 han superado los 206 mil millones de dólares, marcando un aumento en comparación con 2011.

Figura 3. América Latina y el Caribe: comercio de minerales y metales de 1989 a 2021(miles de millones de dólares).

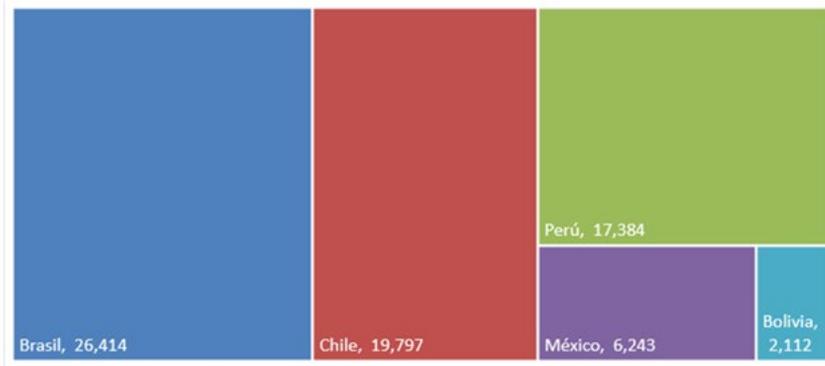


Fuente: elaboración propia con datos de WITS

Con el incremento de los precios y el aumento en las exportaciones de materias primas, diversos medios se están refiriendo a un “nuevo superciclo de materias primas”, impulsado por la necesidad de recuperación, especialmente en China y Estados Unidos. Independientemente de si realmente estamos ante un superciclo, las materias primas serán fundamentales en los próximos años y representan una de las principales estrategias para la transición energética, lo que lleva a la implementación de procesos de extracción más sofisticados.

Los cinco países que dominan la exportación de minerales en la región son Brasil, Chile, Perú, México y Bolivia. De acuerdo con el gráfico 4, Brasil lideró las exportaciones en 2019, alcanzando aproximadamente 26 mil millones de dólares, mientras que Chile y Perú registraron exportaciones de 19 y 17 mil millones de dólares, respectivamente. Por su parte, México y Bolivia, juntos, sumaron 8 mil millones de dólares en exportaciones. Esto constata que Brasil, Chile y Perú poseen una considerable cantidad de bienes comunes minerales exportables, lo que los convierte en actores clave en la transición energética hegemónica.

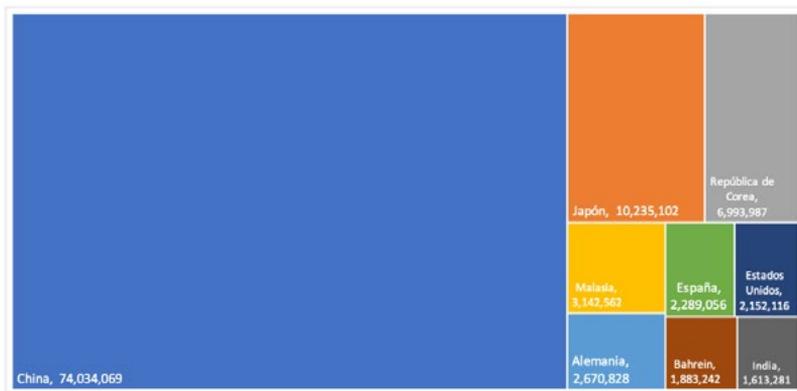
Figura 4. América Latina: principales países exportadores de minerales en 2019 (millones de dólares)



Fuente: elaboración propia con datos de WITS

Aunado a lo anterior, como se muestra en el gráfico 5, en 2021, la mayor parte de las exportaciones de minerales se dirigió a China, alcanzando un valor comercial de 74 mil millones de dólares. Japón ocupó el segundo lugar, seguido por la República de Corea, entre otros destinos. Esto indica que China es el principal socio comercial en el sector minero, ya que Estados Unidos representa solo 2 mil millones de dólares aproximadamente, lo que indica una diferencia considerable entre ambos.

Figura 5. América Latina: principales destinos de las exportaciones de minerales 2021 (miles de dólares)



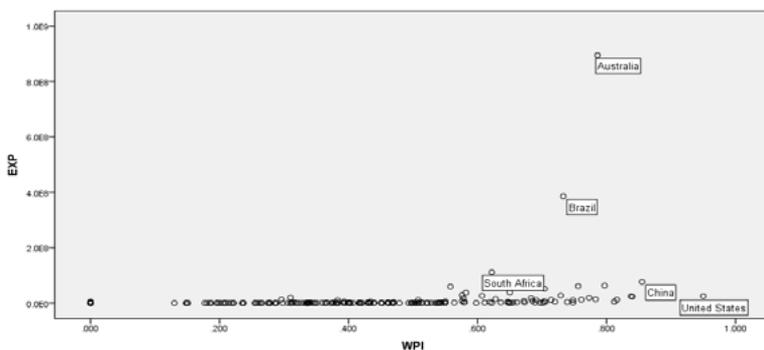
Fuente: elaboración propia con datos de WITS

Nos encontramos, entonces, en una dinámica comercial en la región que se centra en la exportación de minerales hacia naciones hegemónicas, principalmente países asiáticos, resaltando el caso de China, y por otro lado, Estados Unidos. Estos dos países son los que demandan en mayor medida bienes comunes para sus procesos industriales y la transición hacia energías más sostenibles. De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2024), se observaron cambios en los anuncios de proyectos de Inversión Extranjera Directa de 2022 a 2023 ya que el primer año el carbón, el petróleo y el gas representaron el 21% de los anuncios totales, mientras que, para el segundo año, el sector de las energías renovables fue de 26%, representando 25,747 millones de dólares distribuidos en 79 proyectos. También para 2023 el sector de metales y minerales representó el 12% del monto total de anuncios.

Correlación

Una vez que se ha descrito la importancia de los minerales críticos en el marco del consenso de la descarbonización, veamos la relación que tiene el comercio de minerales metálicos (importaciones y exportaciones) con respecto al WPI. Con ello esperamos observar una correlación positiva y significativa, mostrándonos los países que sobresalen en esta correlación, con lo cual identificaremos el papel que juegan los países dentro del comercio mundial de minerales. Así, en primer lugar, se realizó la correlación de exportaciones de minerales metálicos y el WPI, obteniendo un coeficiente de Spearman de 0.76. Además, como se aprecia en el gráfico 7 de dispersión, Australia y Brasil sobresalen, mientras que los demás se encuentran en un nivel similar.

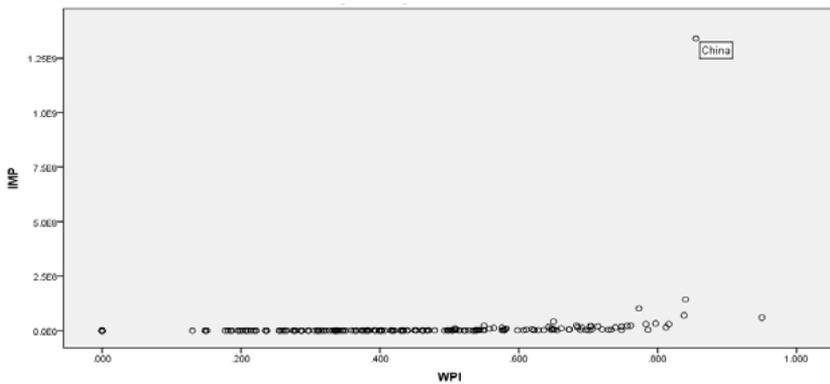
Figura 7. Mundo: correlación entre el WPI y las exportaciones de minerales metálicos en 2019.



Fuente: elaboración propia con datos WPI y el Panel Internacional de Recursos (IRP)

Por otro lado, en cuanto a las importaciones, contemplando a todos los países del estudio, obtuvimos un coeficiente de Spearman de 0.89, teniendo una mayor correlación que las exportaciones. Esto es interesante pues nos permite observar cómo se está dando el comercio de minerales metálicos. En el gráfico 8 se puede apreciar que China domina el escenario de las importaciones, como ya lo habíamos mencionado, América Latina exporta la mayoría de sus minerales a este país.

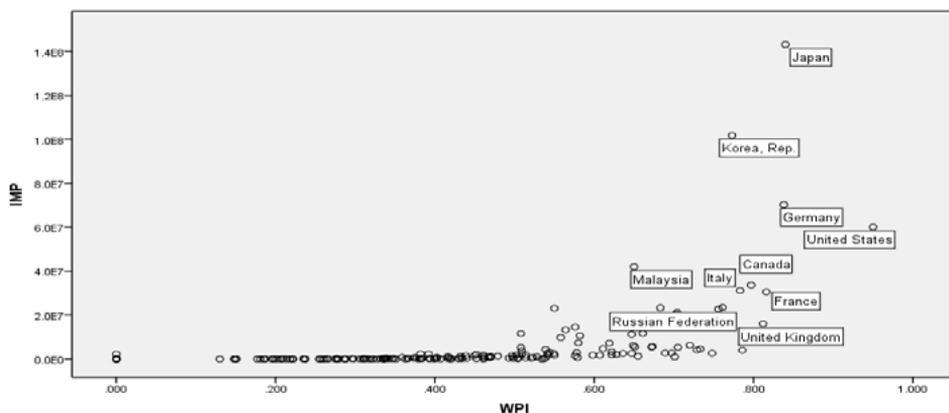
Figura 8. Mundo: correlación entre el WPI y las importaciones de minerales metálicos en 2019.



Fuente: elaboración propia con datos WPI y el Panel Internacional de Recursos (IRP)

Complementando lo anterior y con el fin de mostrar a los otros países se eliminó para fines prácticos a China. Así, se realizó la correlación, teniendo un coeficiente de 0.88, lo que no representó un cambio significativo. En el gráfico 9 se pueden identificar los otros países que de acuerdo al WPI importan minerales metálicos. Resaltan los países asiáticos, Japón y Corea del Sur, mientras que Alemania y Estados Unidos tienen una fuerte participación en las importaciones. Ello sin llegar a los niveles que tiene China.

Figura 9. Mundo: correlación entre el WPI y las importaciones de minerales metálicos en 2019 (excluido China).



Fuente: elaboración propia con datos WPI y el Panel Internacional de Recursos (IRP)

Discusión

En este apartado se exponen algunos de los posicionamientos de los organismos internacionales más importantes en materia energética, para contrastar las perspectivas que se tiene sobre los minerales críticos para la transición energética vista como una disputa geopolítica por el control de las cadenas de suministro. Además, se discute el posicionamiento geoeconómico que tendrán los países por la búsqueda de estos bienes comunes.

En (2019), el Banco Mundial realizó una infografía sobre Minerals for Climate Action en donde se enfatiza lo siguiente: solo para construir un aerogenerador de 3 megavatios y 150 metros de altura se necesitan: 1 tonelada de hormigón, 335 toneladas de acero, 4,7 toneladas de cobre, 3 toneladas de aluminio, 2 toneladas de tierras raras y otros materiales como zinc y molibdeno. Se estima, de acuerdo al mismo organismo (2020), “grandes aumentos relativos en la demanda de hasta casi el 500% para ciertos minerales, independientemente de la vía de tecnología baja en carbono que se seleccione, la demanda total de minerales seguirá aumentando” (p. 93). Por su parte, IEA (2021), mencionó que “la transición global hacia energías más limpias tendrá importantes consecuencias en la demanda de metales y minerales en los próximos 20 años” (p. 4).

En el escenario que se hizo en el Acuerdo de París, las energías renovables desempeñan un papel importante debido al aumento continuo de la demanda

energética. Como resultado, se estima que en las próximas dos décadas aumentará la necesidad de minerales. Por ejemplo, “el cobre y las tierras raras en más del 40%, el 60 y 70% para el níquel y el cobalto, y casi el 90% para el litio” (International Energy Agency, 2021). Los automóviles eléctricos y la tecnología de almacenamiento en baterías serán los principales consumidores de litio. Asimismo, se anticipa que el níquel se convierta en un recurso esencial para el año 2040.

Por poner un ejemplo, en cuanto al cobre, Richard Mills (2022), en su estudio sobre este mineral contrasta algunos datos, mencionando que un vehículo eléctrico necesita 4 veces más de cobre que uno convencional, además para hablar de una sustitución de combustibles fósiles por paneles fotovoltaicos y aerogeneradores se requieren 550 millones de toneladas de cobre en los próximos 25 años. Ello equivaldría a todo el cobre que la humanidad ha extraído en los últimos 5000 años.

Por lo que hemos podido ver, la transición energética no se limita a cambiar de una fuente de energía a otra; también requiere contar con los recursos adecuados para desarrollar la infraestructura necesaria para las energías renovables. En este sentido, los minerales críticos son fundamentales para este modelo energético y, por ende, se convierten en un factor de conflicto. Desde la geopolítica, Eyl-Mazzega y Mathieu (2020), afirmaron que, a las antiguas y actuales rivalidades energéticas, se le están sumando nuevas rivalidades relacionadas con la transición energética, especialmente en lo que respecta al control de las cadenas de valor de las tecnologías bajas en carbono, las cuales son cruciales para la competitividad, desarrollo económico, soberanía y seguridad energética. En esta carrera, China y Estados Unidos han tomado una cierta ventaja, dejando a un lado a la Unión Europea, Francia y Alemania.

Como lo pudimos observar en los resultados, las exportaciones de minerales metálicos tienen una menor correlación, teniendo a Australia como país predominante junto con Brasil. Sin embargo, cuando observamos las importaciones la situación cambia, pues existe una mayor correlación concentrado en países más poderosos, tal es el caso de China, Japón, Corea del Sur, Alemania, Estados Unidos. Lo que nos dice que los países que exportan no son precisamente los que estarían en el *ranking* del WPI, pero los que importan minerales metálicos son los países que encabezan este índice. Podemos identificar que la disputa por los minerales críticos son clave para entender la geopolítica de los próximos años.

Al respecto, Bazilian et al. (2019), especulan sobre algunos escenarios geopolíticos que tendría la transición energética para 2030. El primero de ellos sería el del “Gran Acuerdo”, el cual implicaría un consenso mundial sobre el cambio climático, teniendo un beneficio mutuo. El segundo escenario sería el del “Avance Tecnológico” en donde Estados Unidos y China serían los líderes tecnológicos. El tercero es el “Nacionalista” el cual implica que una serie de países avanzados optan por la autosuficiencia tomando medidas proteccionistas y rebasando el papel de

la ONU. El cuarto y último escenario le llaman “*Muddling on*”, el cual implica que los combustibles fósiles siguen siendo dominantes, las renovables aumentan, pero todo sigue siendo un gran negocio. Este último escenario parece el más realista, pues los países centrales se disputarán los bienes comunes necesarios para continuar con su hegemonía económica.

Por otro lado Ufimtseva et al. (2024), destacan que, en medio de la lucha por los minerales críticos, Estados Unidos emplea una estrategia geo-económica para hacer frente a los desafíos que traza el poderío comercial de China. Esta estrategia se enmarca en el contexto de la rivalidad geopolítica. Se ha podido observar que Estados Unidos ha implementado políticas proteccionistas para la producción de minerales críticos dentro de sus fronteras. Esto incluye medidas para restringir la inversión extranjera en los sectores extractivos. Teniendo como aliados estratégicos a Australia, Canadá, Nueva Zelanda y el Reino Unido.

Lo anterior nos lleva a observar que los bloques económicos serán clave para el comercio de minerales críticos, tal como analiza (Vivoda et al., 2024) la evolución de los bloques comerciales geopolíticos significa una fase transformadora en las relaciones internacionales. Tal es el caso de los BRICS que se están perfilando como agrupación importante dentro de esta lucha por la gobernanza de las cadenas de suministro de minerales críticos. Esta competencia comercial podría conducir a una mayor inestabilidad en los mercados de minerales.

Desde América Latina se ha analizado la problemática, identificando que la transición a fuentes de energía renovables generará conflictos socioecológicos (Hudlet & Hodgkins, 2021). Para (Olivera et al., 2022) es indispensable una reducción significativa en el consumo de energía y un cambio radical en las relaciones sociales con la naturaleza, sin ello, los conflictos seguirán aumentando. Muestra de estos conflictos son los desplazamientos forzados por la instalación de tecnología renovable, además de actividades extractivistas, como la minería o grandes desarrollos infraestructurales energéticos.

Por lo que la discusión no sólo radica en transitar o no a fuentes limpias, sino, como hemos podido apreciar se trata una narrativa que está encubriendo el verdadero problema que nos aqueja y que tiene que ver con la forma de producción existente y el uso que se le da a la energía para seguir con procesos de acumulación de capital cada vez más amenazantes. Por ello la necesidad de fomentar propuestas más amplias que tomen en cuenta las necesidades energéticas de la población, para tener como menciona (Tornel, 2023), propuestas autonómicas más amplias que surjan desde el territorio.

Conclusiones

El modelo de transición energética se ha planteado como la solución al cambio climático ocultando los contrastes que encierra ese tipo de infraestructura renovable. Es justo en medio del conceso de la descarbonización que los minerales críticos toman mayor relevancia. Así, lo que hemos podido observar en el trabajo es la importancia que tienen estos minerales en el modelo hegemónico, el cual tiene como base el desarrollo de las energías solares y eólicas para desplazar a las fuentes fósiles, sin embargo, la demanda de bienes comunes minerales será clave en la lucha geopolítica y geoeconómica por hacerse de la cadena de suministro.

Los organismos internacionales tienen claro que la demanda se incrementará en los próximos años por el uso de tecnologías renovables para la generación de electricidad, así como en la construcción de vehículos. El cobre, el litio, las tierras raras, entre otros, son parte esencial de estas infraestructuras. En el caso de América Latina, los bienes comunes minerales son estratégicos, lo que representaría una ventaja comercial en el futuro, tanto Brasil, Chile, Perú y México son grandes exportadores de minerales, siendo China el principal destino junto con otros países asiáticos. Sin embargo, esa aparente ventaja se ha reflejado en un proceso histórico de dependencia económica, situándonos en una posición de subordinación, enmarcada en el consenso de la descarbonización.

Así, pudimos observar con un análisis de correlación que los países que detentan el poder global son los que más importan minerales críticos, mientras que en las exportaciones se diversifica, teniendo como máximos representantes a Australia y Brasil, entendiendo que los países que tienen esos bienes comunes no son necesariamente países centrales o que se encuentran en los primeros sitios del WPI.

A partir de los resultados podemos rescatar algunos elementos: en primer lugar, la importancia de los minerales críticos en el futuro inmediato, en segundo lugar, la existencia de una lucha geopolítica y geoeconómica por hacerse con la cadena de suministro, en tercer lugar, el poderío de China en las importaciones en esta lucha con los Estados Unidos y la relevancia que tendrán los bloques económicos, y por último, los contrastes que se ocultan en el modelo hegemónico de transición energética, las cuales encubren problemas estructurales que no promueven un cambio real.

De esta manera, la correlación entre bienes comunes con el poder global puede ser útil para establecer una línea de investigación que muestre cómo se estructura el comercio mundial, identificando, por ejemplo, hacia dónde se van las exportaciones y quiénes tienen la posibilidad de importar minerales no metálicos o combustibles fósiles, incluso cuáles son los países con poder global que exportan residuos y los destinos. Será interesante observar lo que ocurrirá con estos bienes

comunes ante el incremento en los aranceles que está imponiendo el presidente de Estados Unidos Donald Trump a diversos países. Estos subtemas podrían mostrar aún más contrastes de la transición energética, con la intención de exhibir conflictos y plantear posibilidades orientadas a las necesidades sociales, más que a las del capital.

Referencias

- Argento, M., Slipak, A., & Puente, F. (2022). *Ambiente, cambio climático y buen vivir en América Latina y el Caribe*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2v88ckd>
- Banco Mundial. (2019). *Climate-Smart Mining: Minerals for Climate Action*. World Bank.
- Bazilian, M., Bradshaw, M., Goldthau, A., & Westphal, K. (2019). Model and manage the changing geopolitics of energy. *Nature*, 569(7754), 29-31. <https://doi.org/10.1038/d41586-019-01312-5>
- Bertinat, P. (2018). Transición energética, ¿hacia dónde? En F. Gutiérrez Rios & di Risio, Diego (Eds.), *Soberanía energética: Propuestas y debates desde el campo popular*. Ediciones del Jinete Insomne.
- Bringel, B., & Svampa, M. (2023). Del «Consenso de los Commodities» al «Consenso de la Descarbonización». *Nueva Sociedad*, 306, 51-70.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe, 2024*. CEPAL.
- Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation. (2021). *Technical Annex for the Global Material, Flows Database—2021 edition*. Australia's National Science Agency.
- Eyl-Mazzega, M.-A., & Mathieu, C. (2020). The European Union and the Energy Transition. European Parliament.
- Fornillo, B. (2017). Hacia una definición de transición energética para Sudamérica: Antropoceno, geopolítica y posdesarrollo. *Prácticas de oficio*, 2(20), 46-53.
- Hudlet, K., & Hodgkins, C. (2021). *(In)justicia energética en América Latina*. El Centro de Información sobre Empresas y Derechos Humanos CIEDH.
- Hund, K., Porta, D. L., Fabregas, T. P., Laing, T., & Drexhage, J. (2020). *The Mineral Intensity of the Clean Energy Transition*. World Bank Group.
- International Energy Agency. (2021). *The Role of Critical Minerals in Clean Energy Transitions*.
- International Renewable Energy Agency. (2016). *Renewable Energy Benefits: Measuring the Economics*.

- International Renewable Energy Agency. (2019). *A new world: The geopolitics of the energy*
- Justo, M. (2013, 09 de mayo). El fin del auge de las materias primas: ¿golpe para América Latina? BBC News Mundo. <https://n9.cl/i76e6>
- Mills, R. (2022, 27 de octubre). Copper: The most important metal we're running short of – Richard Mills. Ahead of the Herd. <https://n9.cl/crkhy>
- Morales Ruvalcaba, D. (2023). The distribution of power in the periphery: An approach with the World Power Index. *Cambridge Review of International Affairs*, 36(2), 260-295. <https://doi.org/10.1080/09557571.2020.1854178>
- Morales Ruvalcaba, D., & Rocha Valencia, A. (2022). Geoestructura de poder en el sistema político internacional: Un enfoque trans-estructural. *Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder*, 13(1), 41-81. <https://doi.org/10.5209/geop.72589>
- Morales-Ruvalcaba, D. (2023). Nueva década perdida en América Latina: Reducciones de poder nacional en el Cono Sur, los Andes y México. *Revista Científica General José María Córdova*, 21(44), 795-816. <https://doi.org/10.21830/19006586.1191>
- Olivera, B., Tornel, C., & Azamar, A. (2022). *Minerales críticos para la transición energética. Conflictos y alternativas hacia una transformación socioecológica*. Fundación Heinrich Böll Ciudad de México-México y El Caribe con la colaboración de Engenera, A.C. y la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco.
- Tornel, C. (2023). Territorializar el derecho a la energía. Otros horizontes de la transición energética. *Ecología Política. Cuadernos de debate internacional*, 65, 10-14. <https://doi.org/10.53368/EP65TEop01>
- Ufimtseva, A., Li, J., & Shapiro, D. M. (2024). US Critical Mineral Policies and Alliance Strategies in an Age of Geopolitical Rivalry. *Politics and Governance*, 12. <https://doi.org/10.17645/pag.8186>
- Vivoda, V., Matthews, R., & McGregor, N. (2024). A critical minerals perspective on the emergence of geopolitical trade blocs. *Resources Policy*, 89. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.104587>

Contrasts of the energy transition: critical minerals and their commercial relationship with global power

Contrastes da transição energética: minerais críticos e sua relação comercial com o poder global

Ángel Octavio Dorantes Zamora

Universidad Nacional Autónoma México | Ciudad de México | México

<http://orcid.org/0009-0003-2871-8268>

octavidorantes89@aragon.unam.mx

octavidorantesz@gmail.com

Economista, especialista en Historia Económica, Maestro y Doctor en Estudios Latinoamericanos por la UNAM, México. Académico de la Licenciatura de Economía en la FES Aragón-UNAM.

Abstract

The energy transition has been presented as the solution to imminent climate change, however, it hides important contrasts related to critical minerals. In this context, this work analyzes the relationship between the global power of countries and the international trade of these common goods, which will have a strong demand for renewable infrastructure. It is through the description of mineral exports from Latin America and a correlation analysis with the World Power Index (WPI) and imports and exports of metallic minerals worldwide, that the existence of a significant relationship is inferred, highlighting the case of China as an importer and Australia and Brazil as exporters, showing us the geopolitical and geoeconomic positioning of the countries within the decarbonization consensus.

Keywords: Energy transition; critical minerals; decarbonization consensus; global power; geoeconomic.

Resumo

A transição energética foi apresentada como a solução para as mudanças climáticas iminentes, mas obscurece diferenças importantes relacionadas a minerais essenciais. Nesse contexto, este artigo analisa a relação entre o poder global dos países e o comércio internacional desses bens comuns, que terão forte demanda por infraestrutura renovável. É por meio da descrição das exportações minerais latino-americanas e de uma análise de correlação com o World Power Index (WPI) e as importações e exportações globais de minerais metálicos que se infere a existência de uma relação significativa, destacando o caso da China como importadora e da Austrália e do Brasil como exportadores, nos mostrando o posicionamento geopolítico e geoeconômico dos países dentro do consenso de descarbonização.

Palavras-chave: Transição energética; minerais críticos; consenso sobre descarbonização; poder global; geoeconômico.

Álvarez Sepúlveda, H. A. (2025). La obsolescencia programada: una práctica incompatible con la sostenibilidad. En V. E. Salcedo-Muñoz (Coord). *Perspectivas Contemporáneas. Economía y Sociedad en el Siglo XXI (Volumen II)*. (pp. 72-80). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.296.c533>



Capítulo 4

La obsolescencia programada: una práctica incompatible con la sostenibilidad

Humberto Andrés Álvarez Sepúlveda

Resumen

Este ensayo analiza críticamente la obsolescencia programada como una práctica empresarial incompatible con los principios de sostenibilidad y justicia intergeneracional. A partir de un análisis documental de literatura especializada, se revisan las implicancias éticas y ambientales de diseñar productos de vida útil limitada, así como los desafíos que ello plantea para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Frente a esta problemática, se presenta la economía circular como una alternativa ética y regenerativa que propone rediseñar los sistemas productivos bajo principios de durabilidad, reparabilidad y cierre de ciclos materiales. Sin embargo, se advierte que la implementación de la economía circular enfrenta tensiones estructurales y riesgos de trivialización si no se acompaña de cambios culturales, regulatorios y de responsabilidad empresarial profundos. Se concluye que la transición hacia una economía circular efectiva requiere transformar no solo las prácticas productivas, sino también los valores que sustentan el actual modelo de consumo y crecimiento.

Palabras clave:

Economía circular; Obsolescencia programada; Sostenibilidad; Ética ambiental; Responsabilidad intergeneracional.

Introducción

En un contexto global marcado por el agotamiento de los recursos naturales, la creciente generación de residuos y una crisis ecológica de proporciones históricas, el modelo económico lineal basado en “extraer, producir y desechar” ha sido ampliamente cuestionado. Una de sus expresiones más problemáticas es la obsolescencia programada, entendida como la práctica deliberada de diseñar productos con una vida útil limitada para incentivar el consumo constante (Slade, 2007; Tapia, 2024). Este fenómeno, lejos de ser un accidente, constituye una estrategia empresarial consciente que prioriza la rentabilidad a corto plazo sobre la sostenibilidad ambiental y social.

Frente a esta lógica de descarte y consumo acelerado, la economía circular emerge como una alternativa paradigmática que propone rediseñar los sistemas de producción y consumo para cerrar los ciclos de materiales y energía, reduciendo así la presión sobre los ecosistemas (Ellen MacArthur Foundation, 2013). Más allá de sus implicancias técnicas, la economía circular plantea un cambio de fondo en la relación entre las sociedades humanas y el entorno natural, reivindicando una ética de la responsabilidad y de la equidad intergeneracional (Meadows et al., 2004). Así, se inscribe en los esfuerzos por cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente en torno a la producción y consumo responsables (ODS 12) y la acción climática (ODS 13).

No obstante, resulta necesario preguntarse críticamente: ¿puede la economía circular revertir la cultura de la obsolescencia planificada o será absorbida por lógicas de mercado que promueven solo cambios superficiales? ¿Qué transformaciones estructurales requiere su implementación real y qué tensiones éticas enfrenta en un mundo regido por intereses económicos de corto plazo? Estas interrogantes resultan fundamentales para analizar no solo la viabilidad técnica de la transición circular, sino también sus fundamentos axiológicos y políticos.

Para abordar estas cuestiones, este ensayo adopta una metodología de análisis crítico-interpretativo, basada en la revisión de literatura académica especializada sobre obsolescencia programada, economía circular y ética del desarrollo sostenible. Se integran las contribuciones de autores como Slade (2007), pionero en el análisis histórico de la obsolescencia; la Ellen MacArthur Foundation (2013), principal promotora del enfoque de economía circular; y Meadows et al. (2004), referentes en la reflexión sobre los límites del crecimiento y la necesidad de modelos sostenibles. A partir de este marco, se construye una argumentación que problematiza los modelos actuales y propone la economía circular como una alternativa ética y transformadora frente a la crisis socioecológica actual.

La obsolescencia programada: una práctica incompatible con la sostenibilidad

La obsolescencia programada no solo constituye una práctica empresarial cuestionable desde una perspectiva ética, sino que además representa una amenaza directa para la sostenibilidad ecológica y social del planeta. Desde sus orígenes en la década de 1920, cuando se implementó de manera explícita en industrias como la de los bombillos eléctricos (Bulb Cartel o Phoebus Cartel), su propósito ha sido incentivar el consumo recurrente mediante la reducción artificial de la vida útil de los productos (Slade, 2007; Tapia, 2024). Esta estrategia consolidó un modelo económico dependiente de la reposición constante de bienes, profundizando patrones de producción y consumo que hoy resultan insostenibles en el marco de los límites biofísicos del planeta.

La normalización de esta práctica tiene consecuencias alarmantes. Por un lado, fomenta el agotamiento acelerado de recursos naturales no renovables, elevando la huella ecológica global. Por otro, genera cantidades crecientes de residuos electrónicos, textiles y plásticos que los sistemas de gestión de residuos no logran absorber adecuadamente. Según Forti et al. (2020), en 2019 se generaron 53,6 millones de toneladas de residuos electrónicos a nivel mundial, y solo el 17,4% fue reciclado adecuadamente. Este panorama plantea una pregunta inquietante: ¿puede un sistema económico que depende estructuralmente del descarte ilimitado ser compatible con los principios de desarrollo sostenible?

Desde la perspectiva de la ética ambiental, la obsolescencia programada vulnera el principio de justicia intergeneracional, al hipotecar el bienestar de las futuras generaciones en favor de beneficios económicos inmediatos (Jonas, 1984; Tapia, 2024). No solo se trata de los impactos ambientales directos, sino también del fomento de una cultura del consumo desechable que erosiona valores de cuidado, reparación y uso responsable. Así, se refuerza una ciudadanía pasiva, que naturaliza la adquisición compulsiva de productos de corta duración sin cuestionar los efectos sociales y ecológicos de estas prácticas.

A nivel normativo, si bien algunos países del hemisferio occidental han comenzado a legislar contra la obsolescencia programada —como Francia, que en 2015 tipificó esta práctica como delito en su Código de Consumo (Assemblée Nationale, 2015)—, la mayoría de los marcos regulatorios globales siguen siendo insuficientes. Este problema invita a reflexionar: ¿hasta qué punto las regulaciones vigentes son capaces de transformar un sistema económico que premia la obsolescencia? ¿Qué mecanismos éticos y legales son necesarios para promover una cultura de durabilidad, reparación y consumo consciente?

En efecto, la obsolescencia programada encarna uno de los mayores obstáculos para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el

ODS 12 (Producción y Consumo Responsables) y el ODS 13 (Acción por el Clima). Frente a esta realidad, resulta urgente avanzar hacia modelos alternativos que prioricen la durabilidad, la reparabilidad y la circularidad como principios rectores de una economía verdaderamente sostenible.

Economía circular: una propuesta ética y regenerativa

Frente a los impactos devastadores de la obsolescencia programada y el modelo económico lineal, la economía circular surge como una propuesta regenerativa que replantea las bases de la producción y el consumo. A diferencia del modelo tradicional, que asume que los recursos son ilimitados y que el residuo es un subproducto inevitable, la economía circular propone un sistema económico restaurativo y regenerativo por diseño (Ellen MacArthur Foundation, 2013). Su objetivo es mantener los productos, componentes y materiales en su nivel más alto de utilidad y valor en todo momento, prolongando los ciclos de vida y minimizando la necesidad de extracción de nuevos recursos.

Desde un punto de vista ético, la economía circular se basa en principios que cuestionan la lógica del descarte y promueven una nueva relación entre la humanidad y la naturaleza, fundada en el respeto de los límites planetarios (Rockström et al., 2009). Al priorizar el ecodiseño, la reparabilidad, la remanufactura y la reutilización, este modelo apunta no solo a resolver problemas técnicos de eficiencia, sino a transformar los marcos de valores que sostienen las prácticas económicas actuales. ¿Puede una economía que internaliza los costos ambientales y sociales de su producción establecer las bases de una nueva ética del desarrollo?

El enfoque circular también reivindica la noción de responsabilidad ampliada del productor (European Commission, 2020; Raudales et al., 2024), que implica que las empresas deben hacerse cargo del ciclo de vida completo de sus productos, incluyendo su disposición final. Esta idea supone una ruptura radical con la lógica de la obsolescencia programada: en lugar de planificar el deterioro rápido de los bienes, las compañías deben diseñarlos para su máxima durabilidad, reutilización y reciclaje. Así, se plantea un desplazamiento de la responsabilidad desde el consumidor individual hacia los agentes económicos que generan los productos, abriendo la posibilidad de una transición más justa y estructural.

Sin embargo, adoptar una economía circular no es un simple cambio de procesos productivos, sino un desafío sistémico que implica repensar los modelos de negocio, los patrones de consumo y las formas de vida. Como advierte Stahel (2016), la verdadera economía circular no puede reducirse a mejoras marginales en el reciclaje, sino que requiere una transformación profunda del paradigma de crecimiento económico ilimitado. Esta premisa invita a problematizar: ¿hasta

qué punto los actuales discursos de economía circular son verdaderamente transformadores? ¿Existe el riesgo de que la circularidad sea instrumentalizada como estrategia de marketing sin alterar las lógicas extractivistas de fondo?

De acuerdo con lo anterior, la economía circular representa una posibilidad concreta para reconfigurar las prácticas productivas y de consumo bajo principios éticos de sostenibilidad, equidad y responsabilidad intergeneracional. No obstante, su éxito dependerá de la capacidad de las sociedades vigentes para asumir los cambios culturales, económicos y políticos que esta transición exige.

Tensiones y desafíos de implementación

Aunque la economía circular ha ganado amplio reconocimiento como un modelo alternativo al sistema lineal, su implementación efectiva enfrenta múltiples tensiones y desafíos estructurales que no pueden ser ignorados. Si bien numerosos gobiernos, empresas y organizaciones internacionales del planeta han adoptado discursos favorables a la circularidad, en muchos casos estos compromisos se limitan a acciones parciales o cosméticas que no alteran las bases insostenibles del modelo económico actual (Korhonen et al., 2018; Raudales et al., 2024). Este dilema plantea la necesidad de preguntarse: ¿estamos promoviendo una transición real o simplemente legitimando nuevas formas de *greenwashing*?

Uno de los principales desafíos radica en la resistencia de los sectores industriales consolidados, especialmente en áreas como la electrónica de consumo, la moda rápida y la industria automotriz (Lankenau y Rubí, 2024). Estos sectores dependen de la rotación rápida de productos y de estrategias de mercado asociadas a la obsolescencia programada para mantener sus niveles de rentabilidad. La transición hacia modelos basados en la durabilidad, la reparación y la reutilización amenaza directamente estos intereses, generando tensiones que dificultan la adopción sistemática de prácticas circulares (Hobson, 2020).

Otro obstáculo significativo es la falta de marcos regulatorios robustos que obliguen a las empresas a asumir una verdadera responsabilidad extendida. Aunque iniciativas como el Plan de Acción de Economía Circular de la Unión Europea (European Commission, 2020), han avanzado en establecer principios y normativas, su alcance sigue siendo desigual y, en muchos casos, depende de la voluntad política de los Estados miembros. Esta fragmentación normativa permite que las prácticas circulares se implementen de manera desigual y que persistan modelos de negocio lineales en varios sectores productivos.

Además, el éxito de la economía circular no depende únicamente de cambios tecnológicos o regulatorios, sino también de una transformación cultural profunda. Como señala Murray et al. (2017), la transición circular requiere

modificar valores, percepciones y hábitos de consumo profundamente arraigados. Sin una ciudadanía crítica, informada y comprometida con prácticas de consumo responsable, los cambios estructurales serán insuficientes para lograr una economía verdaderamente regenerativa. Este principio rector conduce a nuevas preguntas esenciales: ¿cómo educar para una cultura de circularidad? ¿Qué rol deben jugar los sistemas educativos, los medios de comunicación y la sociedad civil en esta transformación?

Finalmente, existe un riesgo creciente de que la economía circular sea capturada por lógicas de mercado que prioricen únicamente la eficiencia material sin cuestionar los patrones de producción y consumo basados en el crecimiento infinito. Esta “circularidad débil” podría terminar reproduciendo dinámicas de exclusión social, concentración de poder corporativo y degradación ambiental, bajo un discurso aparente de sostenibilidad (Korhonen et al., 2018; Lankenau y Rubí, 2024).

Por tanto, para que la economía circular se consolide como una alternativa ética y sostenible al modelo lineal, resulta imprescindible abordar de manera crítica sus tensiones internas y garantizar una implementación sistémica que involucre marcos regulatorios exigentes, cambios culturales profundos y mecanismos de justicia ambiental y social.

Conclusión

La reflexión sobre la economía circular como enfoque ético frente a la obsolescencia programada evidencia que no estamos simplemente ante un cambio técnico en los procesos de producción y consumo, sino frente a la necesidad de una transformación profunda del paradigma económico y cultural actual. Como se ha mostrado a lo largo de este ensayo, la economía circular desafía los cimientos de un sistema basado en el crecimiento infinito y el descarte, proponiendo en su lugar modelos regenerativos y responsables (Ellen MacArthur Foundation, 2013; Stahel, 2016).

En particular, la obsolescencia programada encarna una contradicción insalvable con los principios de sostenibilidad y equidad intergeneracional. Al diseñar productos para fallar o volverse obsoletos en un tiempo planificado, se vulneran no solo los derechos de los consumidores actuales, sino también los derechos de las generaciones futuras a habitar un planeta saludable (Jonas, 1984). La economía circular, al apostar por la durabilidad, la reparabilidad y la minimización de residuos, ofrece una alternativa ética que privilegia el cuidado, la responsabilidad ampliada y la justicia ambiental.

Sin embargo, como han advertido Korhonen et al. (2018), el riesgo de trivializar la circularidad como un simple ajuste superficial dentro del capitalismo verde sigue siendo elevado. La implementación efectiva de la economía circular requiere más que mejoras tecnológicas: demanda marcos regulatorios estrictos, políticas públicas ambiciosas, responsabilidad corporativa auténtica y, sobre todo, un cambio cultural radical que cuestione la lógica consumista dominante.

En este sentido, resulta fundamental articular esfuerzos educativos, regulatorios y económicos que refuercen una transición circular basada en valores éticos y no solo en la eficiencia de los recursos. Como plantea Hobson (2020), sin una ciudadanía crítica y participativa, los cambios estructurales necesarios serán difíciles de sostener.

La pregunta de fondo que atraviesa todo este debate es profundamente ética: ¿qué tipo de mundo queremos construir y legar? Apostar por la economía circular como enfoque ético implica reconocer que los desafíos ambientales, sociales y económicos no pueden resolverse sin una profunda reconsideración de nuestras prácticas, valores y prioridades. La sostenibilidad no es solo una cuestión de innovación tecnológica, sino ante todo una cuestión de justicia, responsabilidad y solidaridad intergeneracional.

Referencias

- Assemblée Nationale (2015). Loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte. <https://n9.cl/yk1abi>
- Ellen MacArthur Foundation (2013). *Towards the circular economy: Economic and business rationale for an accelerated transition*. Ellen MacArthur Foundation.
- European Commission (2020). *Circular economy action plan: For a cleaner and more competitive Europe*.
- Forti, V., Baldé, C., Kuehr, R., & Bel, G. (2020). *The global e-waste monitor 2020: Quantities, flows, and the circular economy potential*. United Nations University.
- Hobson, K. (2020). Small stories of closing loops: Social circularity and the everyday circular economy. *Area*, 52(3), 563-570. <https://doi.org/10.1007/s10584-019-02480-z>
- Jonas, H. (1984). *The imperative of responsibility: In search of an ethics for the technological age*. University of Chicago Press.
- Korhonen, J., Honkasalo, A., & Seppälä, J. (2018). Circular economy: The concept and its limitations. *Ecological Economics*, (143), 37-46. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.06.041>

- Meadows, D., Randers, J., & Meadows, D. (2004). *Limits to growth: The 30-year update*. Chelsea Green Publishing.
- Murray, A., Skene, K., & Haynes, K. (2017). The circular economy: An interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of Business Ethics*, 140(3), 369-380. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2693-2>
- Lankenau, C., & Rubí, M. (2024). La acumulación de capital impulsada desde el consumo y la obsolescencia programada. Análisis desde la perspectiva del desarrollo sustentable. *Sostenibilidad Económica, Social y Ambiental*, (6), 47-60.
- Raudales, E., Acosta, J., & Aguilar, P. (2024). Economía circular: Una revisión bibliométrica y sistemática. *Región Científica*, 3(1). <https://doi.org/10.58763/rc2024192>
- Rockström, J., Steffen, W., Noone, K. *et al.* (2009). A safe operating space for humanity. *Nature*, (461), 472-475. <https://doi.org/10.1038/461472a>
- Slade, G. (2007). *Made to break: Technology and obsolescence in America*. Harvard University Press.
- Stahel, W. (2016). The circular economy. *Nature*, (531), 435-438. <https://doi.org/10.1038/531435a>
- Tapia, M. (2024). ¿Comprar o reparar?: Reflexiones acerca de los mecanismos jurídicos para combatir la obsolescencia programada. *Revista de Ciencias Sociales*, (84), 169-197. <https://doi.org/10.22370/rscs.2024.84.4077>

Planned obsolescence: A practice incompatible with sustainability

Obsolescência planejada: uma prática incompatível com a sustentabilidade

Humberto Andrés Álvarez Sepúlveda

Universidad Católica de la Santísima Concepción | Concepción | Chile

<https://orcid.org/0000-0001-5729-3404>

halvarez@ucsc.cl

Académico de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (Chile). Doctor en Sociedad y Cultura por la Universidad de Barcelona (España). Autor de diversos capítulos de libros y artículos sobre educación histórica publicados en revistas científicas indexadas a Wos, Scopus y Scielo.

Abstract

This essay critically analyzes planned obsolescence as a business practice incompatible with the principles of sustainability and intergenerational justice. Based on a documentary analysis of specialized literature, it reviews the ethical and environmental implications of designing products with limited useful lives, as well as the challenges this poses for achieving the Sustainable Development Goals. Faced with this problem, the circular economy is presented as an ethical and regenerative alternative that proposes redesigning production systems based on principles of durability, reparability, and closing material cycles. However, it is noted that the implementation of the circular economy faces structural tensions and risks of trivialization if not accompanied by profound cultural, regulatory, and corporate responsibility changes. It concludes that the transition to an effective circular economy requires transforming not only production practices but also the values that underpin the current consumption and growth model. Keywords: Circular economy; Planned obsolescence; Sustainability; Environmental ethics; Intergenerational responsibility.

Resumo

Este ensaio analisa criticamente a obsolescência planejada como uma prática comercial incompatível com os princípios de sustentabilidade e justiça intergeracional. Com base em uma análise documental da literatura especializada, ele analisa as implicações éticas e ambientais do design de produtos com vida útil limitada, bem como os desafios que isso representa para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Diante desse problema, a economia circular é apresentada como uma alternativa ética e regenerativa que propõe o redesenho dos sistemas de produção sob princípios de durabilidade, reparabilidade e fechamento dos ciclos de materiais. No entanto, adverte que a implementação da economia circular enfrenta tensões estruturais e riscos de banalização se não for acompanhada de profundas mudanças culturais, regulatórias e de responsabilidade corporativa. Conclui-se que a transição para uma economia circular efetiva exige a transformação não apenas das práticas produtivas, mas também dos valores que sustentam o atual modelo de consumo e crescimento. Palavras-chave: Economia circular; Obsolescência planejada; Sustentabilidade; Ética ambiental; Responsabilidade intergeracional.

Aguilar Jiménez, N. P., Vega González, L. L., Campuzano-Vásquez, J., y Salcedo Muñoz, V. E. (2025). Reformas tributarias y su impacto en los indicadores económicos de la provincia de El Oro, Ecuador. En V. E. Salcedo-Muñoz (Coord). *Perspectivas Contemporáneas. Economía y Sociedad en el Siglo XXI (Volumen II)*. (pp. 82-104). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.296.c534>



Capítulo 5

Reformas tributarias y su impacto en los indicadores económicos de la provincia de El Oro, Ecuador

Nayeli Pauleth Aguilar Jiménez, Laura Luzmila Vega González, John Campuzano-Vásquez, Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz

Resumen

Este estudio examinó el impacto de las reformas tributarias implementadas en la provincia de El Oro, Ecuador, entre 2018 y 2022, en indicadores económicos clave como el PIB, la tasa de empleo, la recaudación tributaria y las transferencias a gobiernos locales. Se encontró que las reformas, incluyendo la eliminación del pago anticipado del Impuesto a la Renta, tuvieron un impacto significativo en la economía local. La recaudación tributaria fluctuó, con una caída en 2020 debido a la pandemia de COVID-19 y una recuperación posterior. Las reformas implementadas durante la pandemia afectaron la recaudación de impuestos y las transferencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados. El estudio utilizó un enfoque descriptivo y deductivo, con análisis cuantitativo de datos económicos oficiales. Las reformas tributarias implementadas en Ecuador entre 2018 y 2022 han tenido un impacto significativo en la economía de la provincia de El Oro. La Ley de Fomento Productivo y la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal, a lo largo de este periodo presentan, tanto resultados positivos como desafíos persistentes en la economía local y nacional.

Palabras clave:

Reformas tributarias; impuestos; pandemia; economía provincial.

Introducción

Las reformas tributarias desempeñan un papel crucial en la economía local al influir no solo en la recaudación de ingresos gubernamentales, sino también en diversos aspectos del desempeño económico en una región específica. En el caso específico de la provincia de El Oro, ubicada en Ecuador, las reformas tributarias llevadas a cabo entre 2018 y 2022 han dejado una huella significativa en varios indicadores clave que reflejan su salud económica, empleo y autonomía gubernamental.

La comprensión del análisis de estas reformas tributarias en la provincia de El Oro es importante debido a la influencia directa que tienen en su economía provincial. Las reformas tributarias no solo inciden en la recaudación de ingresos para el gobierno central, sino que también se convierten en medios para generar empleo, financiar proyectos y promover un crecimiento empresarial. Por lo tanto, este estudio proporciona una comprensión actualizada de cómo las reformas tributarias han incidido en las variables macroeconómicas desde lo local.

El objetivo principal de esta revisión es analizar la literatura existente sobre las reformas tributarias en los varios indicadores económicos de la provincia de El Oro entre 2018 y 2022. Se busca examinar cómo estas reformas tributarias han afectado el Valor Agregado Bruto Provincial, la Tasa de Empleo Bruto Provincial, la Recaudación Tributaria Provincial y las Transferencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

1.1. Reformas tributarias

Una reforma tributaria busca modificar los impuestos con el objetivo de aumentar la recaudación a nivel nacional y ajustar la estructura tributaria del país en la mayoría de los casos. (García, 2021). Las reformas tributarias implementadas a nivel nacional pueden tener repercusiones significativas en las provincias, incluida la provincia de El Oro. Aunque estas reformas se aplican a nivel del país, su efecto se filtra a nivel local y puede influir en varios aspectos clave de la economía y el desarrollo de la provincia.

1.2. Indicadores económicos

Campos et al., (2021) destaca que el Producto Interno Bruto (PIB) provincial sigue siendo una métrica central para evaluar la significancia de las reformas tributarias, ya que refleja tanto el crecimiento como el decrecimiento anual de

la economía local, influenciado en parte por los cambios en el sistema tributario. Además, la recaudación tributaria provincial emerge como un indicador clave para comprender cómo las reformas tributarias afectan los impuestos locales y, por ende, las políticas fiscales implementadas en la provincia

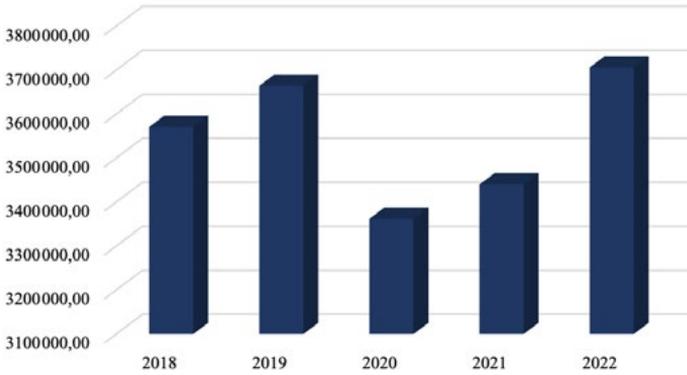
1.3. Cuentas Nacionales Anuales

Las Cuentas Nacionales Anuales (CNA) constituyen un marco contable fundamental que ofrece una visión completa y organizada de la actividad económica de un país a lo largo de un año. Estas cuentas desglosan y registran detalladamente aspectos cruciales como la producción, el consumo, la inversión y otros elementos fundamentales que permiten evaluar y comprender la salud económica de una nación. Al proporcionar una estructura sistemática de datos, las Cuentas Nacionales Anuales se convierten en una herramienta esencial para analizar y formular políticas económicas, así como para realizar comparaciones y proyecciones a nivel nacional (Banco Central del Ecuador, 2023).

La implementación de Cuentas Nacionales Provinciales permite extender este enfoque integral a nivel provincial. Estas cuentas proporcionan una visión detallada de la actividad económica provincial, desglosando los componentes clave como la producción local, el consumo interno, la inversión y otros indicadores específicos de la provincia. A su vez, facilita proceso decisional informada y la formulación de planes de desarrollo acordes con la realidad local (Banco Central del Ecuador, 2023).

La figura 1 muestra la evolución del Valor Agregado Bruto (VAB) provincial en Ecuador durante un periodo de cinco años (2018-2022). Se observa que el VAB inicia en el año 2018 con un valor de \$3,570.852.24 miles de dólares. A partir de este año se observa un crecimiento alcanzando los \$3,664.428.69 miles de dólares. También, se aprecia una disminución significativa en el 2020 año de pandemia, recuperándose posteriormente hasta los \$3,706.088.71 dólares.

Figura 1. Evolución del Valor Agregado Bruto Provincia de el Oro, 2018 – 2022



Nota. Elaborado a partir de los datos del BCE (2023).

Durante la administración del ex presidente Lenín Moreno se introdujo una serie de reformas tributarias entre ellas la “Ley de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal” Esta Ley fue aprobada el 21 de agosto de 2018, Registro Oficial Suplemento 309 (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2018).

Sin embargo, es importante destacar que el Valor Agregado Bruto (VAB) provincial de El Oro no solo dependió de esta reforma tributaria. Su mejora también estuvo influenciada por otros factores clave, tales como agricultura, inversiones gubernamentales en infraestructura, entre otros han impulsado la economía provincial (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023).

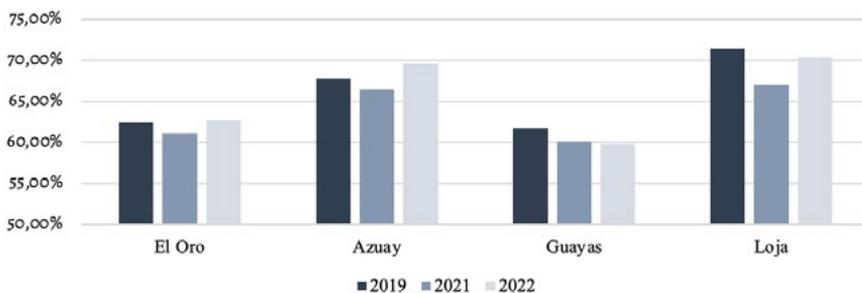
1.4. Tasa de empleo bruto provincial

La “Tasa de Empleo Bruto Provincial” en Ecuador mide el porcentaje de personas que tienen empleo en relación con la Población en Edad de Trabajar (PET) en una provincia determinada. La PET incluye a todas las personas de 16 años o más. Este indicador proporciona una visión de la capacidad de una provincia para generar empleo y es fundamental para entender la dinámica laboral a nivel regional (INEC, 2022).

La Figura 2 muestra la evolución de la Tasa de Empleo Bruto Provincial en Ecuador para las provincias de El Oro, Azuay, Guayas y Loja durante 2019, 2021 y 2022. En 2019, Loja lideró con 71,50%, seguida por Azuay con 67,80%, El Oro

con 62,50% y Guayas con 61,80%. En 2021, todas las provincias experimentaron una disminución en las tasas de empleo. En 2022, El Oro y Azuay mostraron recuperación con tasas del 62,70% y 69,70% respectivamente, mientras Guayas disminuyó a 59,80%. A pesar de estos cambios, Loja mantuvo una alta tasa de empleo. Además, la población total de cada provincia influye en su dinámica económica, siendo Guayas la más poblada, seguida por Azuay, El Oro y Loja.

Figura 2. Evolución de la Tasa Bruta de empleo Provincial Anual



Nota. Elaborado a partir de los datos de ENEMDU (2023).

En el mandato de Guillermo Lasso Mendoza se presenta la “Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal” enviada a la Asamblea Nacional como parte de su política para estimular el desarrollo económico y garantizar la estabilidad financiera del país. Esta ley fue aprobada por la Asamblea Nacional el 29 de noviembre de 2021 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 587, el 29 de noviembre de 2021 (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2021).

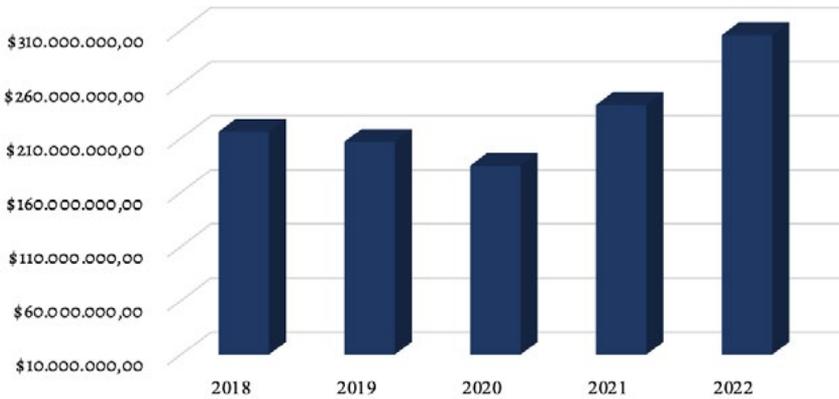
1.5. Recaudación Tributaria Provincial: El Oro

Navas et al. (2022) mencionan que la recaudación de impuestos en El Oro es fundamental no solo para el financiamiento de la administración local, sino también para contribuir al Presupuesto General del Estado de Ecuador. Este presupuesto es esencial para financiar servicios y necesidades fundamentales como la salud, la educación, la seguridad y la infraestructura. Este proceso abarca tanto el periodo voluntario, donde los contribuyentes realizan sus pagos de forma espontánea, como el periodo ejecutivo, en el que se procede al cobro forzoso de las deudas pendientes.

En la figura 3 se puede observar que la recaudación tributaria en la provincia de El Oro ha experimentado fluctuaciones significativas durante el período de 2018 a 2022. A pesar de las variaciones anuales, la tendencia general muestra una

recuperación y crecimiento en la recaudación tributaria después de la caída en 2020. Estos cambios en la recaudación tributaria reflejan las dinámicas fiscales y económicas únicas de la provincia de El Oro. La contracción económica de 2020 derivó en una caída de la actividad tributable y por ende de la recaudación.

Figura 3. Evolución de la Recaudación de impuestos de El Oro, 2018 – 2022



Nota. Elaborado a partir de los datos de Servicio de Rentas Internas (2023).

En 2020, Ecuador implementó una reforma tributaria significativa mediante la “Ley de Simplicidad y Progresividad Tributaria”. Esta iniciativa, promovida por el presidente Lenín Moreno, fue aprobada por la Asamblea Nacional el 30 de diciembre de 2019 y publicada en el Registro Oficial el 31 de diciembre de 2019. La aprobación y publicación de la ley al final de 2019 fueron cruciales para que sus disposiciones entraran en vigor a partir de enero de 2020, lo cual era necesario para que el Estado pudiera recaudar los ingresos previstos para ese año, estimados en USD 600 millones.

1.6. **Trasferencias a Gobierno Autónomo Descentralizado, El Oro.**

Se refiere a la asignación de fondos fiscales desde el gobierno central hacia los gobiernos subnacionales, en este caso de la provincia de El Oro. Estas transferencias están diseñadas para asegurar que los gobiernos autónomos de la provincia dispongan de los recursos necesarios para proporcionar de manera equitativa bienes y servicios públicos a la comunidad, garantizando así el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida en la región (SENPLADES, 2012).

Tabla 1. Transferencias a GAD Provincial/ por MET, 2018 -2022 (Millones de dólares)

Periodo	El Oro
2018	122,35
2019	128,98
2020	96,12
2021	118,42
2022	135,56

Nota. Elaborado con datos del Ministerio de Economía y Finanzas (2022).

En la tabla 1, se observa que las transferencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) fueron de \$122,35 millones en 2018 y aumentaron a \$128,98 millones en 2019. En 2020, debido al impacto económico de la pandemia de COVID-19, las transferencias cayeron significativamente a \$96,12 millones. Hubo una recuperación en 2021 a \$118,42 millones, aunque todavía por debajo de los niveles previos a la pandemia. En 2022, las transferencias alcanzaron su punto más alto del período con \$135,56 millones. Estas variaciones reflejan los efectos de las reformas tributarias del gobierno, con una contracción fiscal en 2020 que afectó los ingresos y las transferencias a los gobiernos locales, seguida de una recuperación gradual gracias a un impulso fiscal posterior.

Asimismo, la “Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del COVID-19” fue propuesta por el presidente Lenín Moreno y enviada a la Asamblea Nacional como parte de su política para enfrentar los desafíos económicos y sociales causados por la pandemia. La Asamblea Nacional aprobó esta ley el 15 de junio de 2020, y publicada en el Registro Oficial Suplemento 229, 22 de junio de 2020 (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2020).

Materiales y Métodos

El estudio planteado es de tipo descriptivo, se realizaron revisiones en las reformas tributarias en los indicadores económicos de la provincia de El Oro durante el período 2018-2022. Según Rojas (2015), la investigación descriptiva, dentro de su enfoque observacional, tiene como objetivo revelar la comprensión de la realidad tal como se presenta en un contexto espacial y temporal específico. La indagación exhaustiva se basó en un enfoque cuantitativo, centrado en el análisis numérico de datos de los indicadores económicos de la provincia para obtener resultados objetivos sobre el impacto de las revisiones tributarias en los indicadores económicos de El Oro, Ecuador, 2018-2022.

En este sentido, se optó por utilizar el método deductivo para la investigación sobre el análisis de las reformas tributarias en los principales indicadores de la provincia de El Oro, durante el lapso de 2018-2022. Este enfoque deductivo permitió partir de datos económicos sobre las reformas tributarias en los indicadores económicos y su influencia en la economía para luego aplicarlos a la situación específica de El Oro, con el fin de examinar cómo las reformas tributarias afectaron los indicadores económicos en este contexto particular.

Según Hernández et al., (2014) la técnica de revisión documental y bibliográfica implica el análisis de una variedad de fuentes confiables para recopilar información relevante sobre el análisis de las reformas tributarias en los principales indicadores económicos de la provincia de El Oro, Ecuador, durante el período 2018-2022. Esta revisión abarcó la consulta de diversas publicaciones, informes, estudios académicos y documentos oficiales provenientes de fuentes como el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el Banco Mundial, el Banco Central del Ecuador, el Ministerio de Economía y Finanzas, entre otros. Estas entidades proporcionaron datos y análisis que fueron fundamentales para el estudio y análisis del tema en cuestión.

Resultados

En Ecuador se implementaron una serie de reformas tributarias significativas a nivel nacional para enfrentar los desafíos económicos, mejorar la eficiencia fiscal y fomentar la inversión, se enfatizará en las reformas que se han implementado desde el año 2018 a 2022, destacando en cada una de ellas las modificaciones más significativas.

Tabla 2. Reformas implementadas en el año 2018

REFORMAS TRIBUTARIAS 2018	
Ley de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal.	
Aprobada el 21 de agosto de 2018 – Registro Oficial Suplemento 309.	
Remisión de intereses, multas y recargos de obligaciones tributarias	La ley incluyó un proceso de remisión que permitió a los contribuyentes regularizar sus obligaciones tributarias pendientes. Esta remisión abarcaba intereses, multas y recargos generados por deudas tributarias hasta el 2 de abril de 2018. Los contribuyentes podían acogerse a esta remisión hasta el 28 de diciembre de 2018, beneficiándose de la condonación completa de intereses, multas y recargos, siempre que pagaran el 100% del capital adeudado (SRI, 2018).

REFORMAS TRIBUTARIAS 2018

Incentivos para la atracción de inversiones privadas

Estos incentivos incluyen la exoneración del Impuesto a la Renta (IR) por un período de 8 a 20 años para nuevas inversiones en sectores estratégicos, la exención del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) para las nuevas inversiones extranjeras, beneficios en el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la importación de bienes de capital y materias primas destinadas a nuevas inversiones, y la simplificación de trámites y procedimientos para la obtención de permisos y licencias necesarias para la implementación de nuevas inversiones (SRI, 2018).

Nota. Elaborado a partir de los datos del Servicio de Rentas Internas (2018).

La Ley de Fomento Productivo, aprobada en 2018, tenía como objetivo principal estimular la economía mediante la atracción de inversiones y la regularización de obligaciones tributarias. En 2018, el Valor Agregado Bruto (VAB) de El Oro fue de 3,570,852.24 miles de dólares y aumentó a 3,664,428.69 miles de dólares en 2019, lo que representa un incremento de 93,576.45 miles de dólares.

Según Núñez y Sotomayor (2022) acentúan la implementación del Régimen Impositivo Simplificado (RISE) ha sido un factor determinante en el crecimiento económico de la provincia de El Oro. Diversos estudios han comprobado que un aumento de un punto porcentual en el RISE se asocia con un incremento de (0,39%) en el Valor Agregado Bruto (VAB) de la región. Esta relación positiva entre el RISE y el VAB sugiere que el régimen ha impulsado la creación de nuevas empresas, la generación de empleo y la dinamización de la actividad económica en la provincia.

A pesar de la implementación de la Ley de Fomento Productivo, la recaudación de impuestos en El Oro disminuyó de \$216,347,329.76 en 2018 a \$206,850,980.51 en 2019, una reducción de aproximadamente \$9,496,349.25. Esto se explica por la condonación de intereses, multas y recargos tributarios que permitió a los contribuyentes regularizar sus obligaciones pendientes sin el pago de estas cargas adicionales, afectando temporalmente la recaudación total.

Las transferencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) de El Oro aumentaron de 122.35 millones en 2018 a 128.98 millones de dólares en 2019, un incremento de 6.63 millones de dólares. Este aumento en las transferencias refleja un mayor apoyo del gobierno central para proyectos de desarrollo regional, alineados con los objetivos de la ley para mejorar la infraestructura y la inversión local, se implementaron sistemas de riego y ampliación de la vía Naranjal-Tenguel.

Se instaló sistemas de riego tecnificado en 45 hectáreas y planificó la implementación en otras 108, beneficiando a 140 agricultores mediante la mejora en la administración y mantenimiento de dichos sistemas (MAG, 2020).

Además, se inició la ampliación de la vía a cuatro carriles en un tramo de 45,5 kilómetros, inversión total de USD 120 millones, USD 100 millones sector privado y USD 20 millones del sector público, con la concesión otorgada a la empresa Herdoíza Crespo, y un plazo de tres años para su finalización (MTOF, 2020).

Tabla 3. Reformas implementadas en el año 2019

REFORMAS TRIBUTARIAS 2019	
Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria	
Aprobada el 9 de diciembre de 2019 – Registro Oficial Suplemento 311.	
Impuesto a la Renta (IR)	Se destacó por introducir tasas reducidas y exoneraciones temporales para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), facilitando su crecimiento y competitividad. Además, se eliminó el anticipo del IR, que previamente obligaba a las empresas a pagar una porción de sus impuestos antes de generar ingresos anuales suficientes, aliviando así la carga financiera y permitiendo un mejor flujo de caja y reinversión de utilidades (SRI, 2019).
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Se implementaron mecanismos que facilitan la declaración y el pago del impuesto, reduciendo la carga administrativa para los contribuyentes y promoviendo un cumplimiento más eficiente. Además, se redujo la tasa del IVA para ciertos productos básicos y servicios esenciales, lo cual no solo busca aliviar el costo de vida de los ciudadanos, sino también estimular el consumo interno (SRI, 2019).
Impuestos a los Consumos Especiales (ICE)	Se dirigieron a regular el consumo de productos perjudiciales y ajustar las tarifas impositivas para mejorar la recaudación. Se incrementaron las tarifas del ICE sobre productos como bebidas azucaradas, tabaco y alcohol, con el doble propósito de desincentivar el consumo de productos nocivos para la salud y aumentar la recaudación fiscal (SRI, 2019).

Nota. Elaborado a partir de los datos del Servicio de Rentas Internas (2019).

La Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria, aprobada en 2019, introdujo varias medidas fiscales que influyeron en la economía de El Oro. En 2019, el VAB de El Oro fue de 3,664,428.69 miles de dólares y disminuyó a 3,362,215.93 miles de dólares en 2020, lo que representa una reducción de 302,212.76 miles de dólares. Esta disminución puede ser atribuida en gran parte a los efectos económicos adversos de la crisis sanitaria COVID-19, que afectó gravemente a la economía global y nacional, incluyendo a la provincia de El Oro.

Además, la recaudación de impuestos en El Oro disminuyó de \$206,850,980.51 en 2019 a \$184,912,623.06 en 2020, una reducción de aproximadamente \$21,938,357.45. La Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria implementó varias reformas, como la eliminación del anticipo del IR y la reducción del IVA para ciertos productos básicos, que pudieron haber contribuido a esta disminución en la recaudación. Sin embargo, es importante considerar también el impacto de la crisis económica causada por la pandemia, que redujo la actividad económica y, por ende, la base imponible.

Asimismo, las transferencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) de El Oro disminuyeron de 128.98 millones de dólares en 2019 a 96.12 millones de dólares en 2020, un decremento de 32.86 millones de dólares. Este decrecimiento puede reflejar las dificultades fiscales enfrentadas por el gobierno central durante la pandemia, que afectaron su capacidad para mantener el nivel de transferencias a los gobiernos locales.

Estos cambios sugieren que, aunque la ley buscaba mejorar la competitividad y aliviar la carga financiera de las empresas, el impacto de la pandemia dominó el panorama económico, resultando en una disminución generalizada de los indicadores económicos. Las reformas tributarias ayudaron a mitigar parcialmente estos efectos, pero no pudieron evitar las consecuencias económicas adversas de la crisis global.

Tabla 4. Reformas implementadas en el año 2020

REFORMAS TRIBUTARIAS 2020
Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria
Aprobada el 9 de diciembre de 2019 – Registro Oficial Suplemento 311.
Durante el debate en la Asamblea Nacional del Ecuador, llevado a cabo el 30 de diciembre de 2020, se da aprobación y publicación de la ley al final de 2019 fueron cruciales para que sus disposiciones entraran en vigor a partir de enero de 2020, lo cual era necesario para que el Estado pudiera recaudar los ingresos previstos para ese año, estimados en USD 600 millones según el analista tributario Carlos Licto. Según Licto (2019), si la ley no se hubiera publicado antes de finalizar el 2019, los cambios en impuestos de pago anual, como el Impuesto a la Renta (IR), no habrían podido aplicarse hasta el 2021.
Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19
Aprobada el 15 de junio de 2020 – Registro Oficial Suplemento 229.

REFORMAS TRIBUTARIAS 2020

Medidas de Apoyo Financiero y Tributario	<p>Para aliviar la carga financiera de las empresas y personas afectadas por la pandemia, se permite el diferimiento del pago de impuestos y contribuciones patronales.</p> <p>Además, se establecen incentivos tributarios para las donaciones destinadas a combatir la crisis sanitaria, fomentando la solidaridad y el apoyo comunitario. También se incluye una moratoria para el pago de créditos bancarios y comerciales durante el periodo de emergencia (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2020, pág. 2).</p>
Medidas de Apoyo al Sector Productivo	<p>Implementa programas de apoyo para pequeños agricultores y la agricultura familiar, facilitando su acceso a recursos y mercados e incentivos para fomentar la producción nacional y la reactivación económica, priorizando sectores estratégicos.</p>

Nota. Elaborado a partir de los datos de la Asamblea Nacional de la República del Ecuador (2020).

La Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria y la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario influyeron significativamente en la economía de El Oro durante el período 2020-2021. En 2020, el VAB de El Oro fue de 3,362,215.93 miles de dólares, aumentando a 3,440,179.22 miles de dólares en 2021, lo que representa un incremento de 77,963.29 miles de dólares. Este crecimiento se atribuye a las medidas de alivio financiero y estimulación económica implementadas para contrarrestar los efectos de la pandemia de COVID-19, ayudando a estabilizar y reactivar la economía provincial.

La recaudación de impuestos en El Oro aumentó significativamente de \$184,912,623.06 en 2020 a \$240,920,548.08 en 2021, lo que representa un incremento de \$56,007,925.02. Este aumento puede ser atribuido a la implementación de la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria, que facilitó el cumplimiento tributario y mejoró la recaudación, y a las medidas de estímulo económico de la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario, que ayudaron a reactivar la economía y aumentar la base imponible.

Las transferencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) de El Oro aumentaron de 96.12 millones en 2020 a 118.42 millones de dólares en 2021, un incremento de 22.30 millones de dólares. Este aumento refleja el compromiso del gobierno central para apoyar el desarrollo regional y la recuperación económica, a pesar de las restricciones fiscales impuestas por la pandemia. Las leyes implementadas proporcionaron el marco necesario para garantizar el flujo de recursos a los gobiernos locales, facilitando su capacidad para llevar a cabo proyectos esenciales de infraestructura y servicios públicos.

Tabla 5. Reformas implementadas en el año 2021

REFORMAS TRIBUTARIAS 2021	
Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal	
Aprobada el 29 de noviembre de 2021 – Registro Oficial Suplemento 587.	
Contribuciones temporales para el impulso económico post covid-19	Para las personas naturales, la ley introduce una contribución basada en su patrimonio total a partir del 1 de enero de 2021. Aquellas personas cuyo patrimonio exceda el millón de dólares, o dos millones si se trata de una sociedad conyugal, deberán pagar una tasa progresiva que oscila entre el 1% y el 1,5%, dependiendo del valor exacto del patrimonio. Las sociedades, aquellas con un patrimonio neto igual o superior a 5 millones de dólares al 31 de diciembre de 2020 están sujetas a una contribución temporal del 0,8% sobre el monto que exceda esos 5 millones.
Régimen impositivo voluntario, único y temporal para la regularización de activos en el exterior	El régimen ofrece tarifas impositivas progresivas que dependen de la fecha vigente y que se pague la declaración. Si el contribuyente opta por regularizar sus activos hasta el 31 de marzo de 2022, la tarifa será del 3,5%; si lo hace entre el 1 de abril y el 30 de junio de 2022, la tarifa será del 4,5%; y si se regularizan hasta el 31 de diciembre de 2022, la tarifa asciende al 5,5%.

Nota. Elaborado con datos de la Asamblea de la República del Ecuador (2021).

La Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal, aprobada en 2021, introdujo varias medidas fiscales que influyeron en la economía de El Oro. En 2021, el VAB de El Oro fue de 3,440,179.22 miles de dólares y aumentó a 3,706,088.71 miles de dólares en 2022, lo que representa un incremento de 265,909.49 miles de dólares. Este aumento puede ser atribuido a la recuperación económica post-pandemia y a las medidas fiscales de la ley que fomentaron la inversión y el crecimiento económico.

En 2021, la tasa de empleo bruto en El Oro fue del 61.10%, y aumentó a 62.70% en 2022. Comparada con provincias vecinas como Azuay (69.70%), Guayas (59.80%) y Loja (70.40%) en 2022, la tasa de empleo de El Oro muestra una recuperación significativa. Las contribuciones temporales y el sistema impositivo voluntario para la regularización de activos introducidos por la ley pudieron haber incentivado la generación de empleo al proporcionar mayores recursos para la inversión pública y privada.

La recaudación de impuestos en El Oro aumentó de \$240,920,548.08 en 2021 a \$305,601,956.40 en 2022, una significativa subida de aproximadamente \$64,681,408.32. Las contribuciones temporales para promover el crecimiento económico y el programa voluntario único y temporal para la regularización de activos en el exterior fueron factores clave en este incremento, al proporcionar

nuevos ingresos fiscales provenientes de patrimonios altos y activos en el extranjero.

Las transferencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) de El Oro aumentaron de 118.42 millones de dólares en 2021 a 135.56 millones de dólares en 2022, un incremento de 17.14 millones de dólares. Este aumento refleja una mayor capacidad fiscal del gobierno central para apoyar a los gobiernos locales, facilitada por el incremento en la recaudación tributaria y las políticas económicas de recuperación post-pandemia implementadas por la ley.

Tabla 6. Reformas implementadas en el año 2022

REFORMAS TRIBUTARIAS 2022	
Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal	
Aprobada el 29 de noviembre de 2021 – Registro Oficial Suplemento 587.	
Recaudación fiscal proyectada	El gobierno estima que las medidas introducidas permitirán recaudar aproximadamente USD 1.900 millones durante los años 2022 y 2023. Este incremento en la recaudación es crucial para financiar la recuperación económica del país tras la pandemia y para sostener las finanzas públicas.
Enfoque en la equidad tributaria	Se establece un sistema voluntario para la declaración y regularización de activos mantenidos en el extranjero. Los contribuyentes pueden declarar estos activos pagando una tarifa reducida, lo que no solo facilita la transparencia financiera, sino que también incrementa la base de activos sujetos a imposición en Ecuador.
Simplificación y modernización del sistema tributario	Se elimina el Régimen Impositivo Simplificado (RISE) y el Régimen Impositivo para Microempresas, reemplazándolos con el Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE). Este nuevo régimen está diseñado para facilitar el cumplimiento fiscal de los pequeños empresarios y reducir su carga administrativa.
Aplicación y alcance	Las reformas y nuevas regulaciones de la ley comenzaron a aplicarse a partir del 1 de enero de 2022. Esto implica que tanto los individuos como las empresas deben ajustar sus prácticas de cumplimiento fiscal a las nuevas normativas, lo cual puede requerir asesoramiento y adaptación por parte de los contribuyentes.

Nota. Elaborado con datos de la Asamblea Nacional de la República del Ecuador (2021).

En términos del Valor Agregado Bruto (VAB) provincial, se observó un notable incremento de 3,440.179,22 miles de dólares en 2021 a 3,706.088,71 miles de dólares en 2022. Este aumento en el VAB puede estar vinculado a la recuperación económica post-pandemia y al estímulo económico proporcionado por la nueva ley tributaria. Las medidas de la ley, que mejoraron la recaudación fiscal y promovieron la regularización de activos, probablemente crearon un ambiente más favorable para la inversión y la actividad económica en la provincia.

En cuanto a la tasa de empleo bruto provincial anual, también se observó un aumento en El Oro, pasando de 61.10% en 2021 a 62.70% en 2022. Este incremento en la tasa de empleo podría estar parcialmente atribuido a la implementación de la ley, que simplificó y modernizó el sistema tributario, facilitando el cumplimiento fiscal para pequeños empresarios a través del Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE). Esta simplificación pudo haber incentivado la formalización y creación de empleo.

La recaudación tributaria provincial anual en El Oro experimentó un crecimiento significativo, de 240,920,548.08 dólares en 2021 a 305,601,956.40 dólares en 2022. Este notable incremento en la recaudación es consistente con los objetivos de la ley, que buscaba aumentar la recaudación fiscal mediante la implementación de nuevas regulaciones y la eliminación de regímenes simplificados anteriores. La regularización de activos en el extranjero y la mayor transparencia financiera también contribuyeron a este aumento.

Además, las transferencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) en El Oro aumentaron de 118.42 millones de dólares en 2021 a 135.56 millones de dólares en 2022. Este incremento en las transferencias refleja una mejora en las finanzas públicas debido a la mayor recaudación tributaria, lo que permitió al gobierno aumentar las transferencias a las entidades locales.

Discusión

La recaudación de impuestos en El Oro continuó disminuyendo de \$206,850,980.51 en 2019 a \$184,912,623.06 en 2020, una reducción de aproximadamente \$21,938,357.45. Esta tendencia negativa es consistente con los hallazgos de Cano y Vera (2022), que vinculan la disminución de la recaudación tributaria con el deterioro de las condiciones económicas y sociales. La Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria implementó varias reformas, como la eliminación del anticipo del Impuesto a la Renta (IR) y la reducción del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para ciertos productos básicos, lo que también pudo haber contribuido a esta disminución en la recaudación. Sin embargo, es crucial considerar el impacto de la crisis económica causada por la pandemia de COVID-19, que redujo la actividad económica y, por ende, la base imponible.

A diferencia del análisis de Cano y Vera (2022), que se limita al periodo de 2018 a 2020, los datos de El Oro muestran una notable recuperación en los ingresos fiscales a partir de 2021. La recaudación de impuestos en El Oro aumentó significativamente de \$184,912,623.06 en 2020 a \$240,920,548.08 en 2021, lo que representa un incremento de \$56,007,925.02. Este aumento puede atribuirse a la implementación de la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria, que facilitó el cumplimiento tributario y mejoró la recaudación, y a las medidas de estímulo económico de la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario, que ayudaron a reactivar la economía y aumentar la base imponible.

Según Quispe et al., (2019) en un estudio que abarca desde 1492 hasta 2015 revela que estas transformaciones fueron significativamente influenciadas por factores políticos y escenarios internacionales, con el objetivo de reducir los altos niveles de disparidad en la distribución del ingreso y la concentración significativa de la riqueza en unos pocos hogares.

No obstante, el estudio destaca que, a pesar de estos esfuerzos, persistieron problemas como la alta concentración de impuestos al consumo, la evasión y elusión tributaria, y una débil participación de los impuestos directos en la recaudación total. Estas dinámicas impulsaron la necesidad de implementar nuevas políticas tributarias a lo largo del tiempo. La creación e incremento de impuestos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto a la Renta (IR), el Impuesto a la Circulación de Capitales (ICC) y el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) permitieron aumentar los ingresos del Estado, mejorando así la distribución e inversión pública, aunque sin eliminar completamente las desigualdades existentes (Quispe et al., 2019).

En El Oro, las reformas introducidas por la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria se centraron en aliviar la carga financiera de las empresas y facilitar el cumplimiento tributario. Aunque inicialmente resultaron en una disminución de la recaudación tributaria, principalmente debido a la pandemia, las medidas implementadas lograron mejorar la recaudación significativamente en 2021 y 2022. Durante el periodo 1492 a 2015 revelan una tendencia general hacia la desigualdad y problemas estructurales en la recaudación tributaria en Ecuador, el estudio específico sobre El Oro demuestra cómo las reformas más recientes y las medidas de estímulo económico lograron revertir las tendencias negativas, especialmente en el contexto de la pandemia de COVID-19.

La implementación de reformas tributarias en El Oro tuvo un impacto significativo en el Producto Interno Bruto (PIB) provincial y en la recaudación tributaria. La aplicación de leyes como la Ley de Fomento Productivo y otras reformas antes de 2020 mostraron mejoras en la economía provincial, se respalda con los hallazgos de Guerrero et al., (2024) destaca que las leyes como la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, la Ley Orgánica de Apoyo

Humanitario, y la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal también tuvieron un impacto positivo en la recaudación tributaria a nivel nacional.

El análisis de la recaudación tributaria en la provincia de El Oro durante 2018-2022 muestra tendencias significativas en respuesta a las reformas fiscales. En 2019, la recaudación disminuyó de \$206,850,980.51 a \$184,912,623.06 en 2020, una reducción de aproximadamente \$21,938,357.45, debido a la eliminación del anticipo del IR, la reducción del IVA para ciertos productos y el impacto de la pandemia de COVID-19.

El análisis del Valor Agregado Bruto (VAB) provincial en El Oro durante 2018-2022 muestra patrones significativos en respuesta a las reformas fiscales. En 2019, el VAB disminuyó ligeramente debido a la reducción en la actividad económica y la eliminación del anticipo del IR, así como la reducción del IVA para ciertos productos básicos. La pandemia de COVID-19 en 2020 agravó esta tendencia. A partir de 2021, el VAB provincial comenzó a recuperarse notablemente gracias a la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria y las medidas de estímulo económico de la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario. Estas reformas impulsaron la actividad económica y mejoraron la recaudación fiscal.

Las reformas tributarias en Ecuador desde 2018 a 2022, aunque inicialmente enfrentaron desafíos como la pandemia de COVID-19, lograron estabilizar y reactivar la economía de El Oro. La implementación de estas leyes facilitó la atracción de inversiones, mejoró la recaudación de impuestos y apoyó el desarrollo regional, demostrando una capacidad de adaptación y resiliencia en tiempos de crisis económica.

Referencias

- Alvarado, M. (2022). *El Oro, la provincia que mira nuevos horizontes económicos*. Vistazo. <https://www.vistazo.com/portafolio/provincia-el-oro-nuevos-sectores-economicos-desarrollo-EB2012530>
- Antunes, F. (2020). Of economic whips and political necessities: a contribution to the international political economy of uneven and combined development. *Cambridge Review of International Affairs*, 1-29. <https://doi.org/10.1080/09557571.2020.1818690>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2018). Ley de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal. *Primer Suplemento del Registro Oficial 309*. Quito. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley-Org%C3%A1nica-Fomento-Productivo-Atracci%C3%B3n-Inversiones.pdf

- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2019). *Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria*. Quito: Registro Oficial Suplemento 111. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/7e5d24f2-cf8d-4645-80d0-2da8f6e27aa3/Ley%20de%20Simplificaci%3%b3n%20y%20Progresividad%20Tributaria.pdf>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2020). *Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19*. *Registro Oficial Suplemento 229*, (1-35). <https://www.registroficial.gob.ec/>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2020). *Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19*. *Registro Oficial Suplemento 229*, (1-35). <http://www.derechoecuador.com/>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2021). *Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal*. *Registro Oficial Suplemento 587* (págs. 1-64). Quito: Asamblea Nacional. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/Ley-Organica-para-el-Desarrollo-Economico-y-Sostenibilidad-Fiscal-tras-la-Pandemia-Covid-19.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Cuentas Nacionales Anuales*. https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/cuentasnacionales/ix_cuentasnacionalesanuales.html#
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Informe de evaluación de la economía ecuatoriana*. Quito: BCE. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2022pers2023.pdf
- Camino, S., & Brito, L. (2021). Ciclicidad de la Política Fiscal en Ecuador. *Revista de Análisis Económico*, 36(1), 49-84. <https://doi.org/10.4067/S0718-88702021000100049>
- Campos, G., Guanaquiza, P., Uriguen , P., & Vega, F. (2021). Estructura tributaria, impacto en el crecimiento económico del Ecuador: análisis econométrico del periodo 2010- 2019. *Revista Científica Y Tecnológica UPSE*, 8(2), 40-47. doi:10.26423/rctu.v8i2.561
- Cano, E., & Vera, A. (2022). *incidencia de las reformas tributarias en el ámbito social y económico del ecuador frente al covid-19 en el periodo 2018-2020*. (Y. Zamora, Ed.) Calceta. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1916>
- D' Ancona, Á. (2001). Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social. 146. https://trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/metodologia_cuantitativa__estrategias_y_tecnicas_de_investigacion_social__cea_d_ancona.pdf
- ENEMDU. (2023). *Ecuador en Cifras*. (INEC, Editor) <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/enemdu-anual/>
- FARO. (2021). *Principales reformas tributarias en el Gobierno de Lenín Moreno*. FARO. Obtenido de <https://grupofaro.org/analisis/principales-reformas-tributarias-gobierno-lenin-moreno/>

- Fondo Monetario Internacional. (2022). *El FMI y Ecuador Alcanzan un Acuerdo a Nivel de Personal Técnico Sobre un Nuevo Servicio Ampliado del Fondo (SAF) de 48 Meses*. Relaciones con los medios. <https://www.imf.org/es/News/Articles/2024/04/25/pr-24127-ecuador-new-48-month-eff-arrangement>
- Fondo Monetario Internacional. (2022). El FMI y las autoridades ecuatorianas. En M. Candía (Ed.). Fondo Monetario Internacional. <https://www.imf.org/es/News/Articles/2022/05/11/pr22148-ecuador-imf-staff-and-the-ecuadorian-authorities-reach-staff-level-agreement>
- García, T. (2021). *Reforma tributaria: análisis y alternativas*. Coordinación de Comunicaciones. <https://www.ucentral.edu.co/noticentral/reforma-tributaria-analisis>
- Grupo Faro. (2021). *Finanzas fiscales y políticas tributarias en Ecuador*. Grupo Faro, Ecuador Decide. Grupo Faro. Obtenido de https://grupofaro.org/wp-content/uploads/2023/03/Diagnostico-Finanzas-fiscales-y-politicas-tributarias-en-Ecuador_compressed.pdf
- Guerrero, K., Falconí, W., & Vizueta, M. (2024). Evolución de las reformas tributarias en el Ecuador en los años 2020 al 2023. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 6(4), 15-23. doi:10.59169/pentaciencias.v6i4.1115
- Helbing, R., & García, L. (2021). Las finanzas públicas del Ecuador. 1-24. Obtenido de https://www.cordes.org/publicacion/las_finanzas_publicas_del_Ecuador.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. VI). McGraw Hill. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>
- INEC. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Mayo-2022/202205_Boletin_empleo.pdf
- Levy, N. (2020). Government intervention in crisis: For whom and how it will be financed? *Economía Informa*, 15-18. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/assets/pdfs/econinfo/422/Levy.pdf>
- Licto, C. (2019). Ley al Registro Oficial. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/reforma-tributaria-asamblea-impuestos-ley.html>
- MAG. (2020). *Más de 2.600 hectáreas intervenidas*. Ministerio de Agricultura y Ganadería. <https://www.agricultura.gob.ec/mas-de-2-600-hectareas-intervenidas-por-el-mag/>
- MEF. (2020). *Ministerio de Economía y Finanzas | MET*. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas: <https://www.finanzas.gob.ec/modelo-de-equidad-territorial-2/>

- Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). *Ejecución Presupuestaria*. <https://www.finanzas.gob.ec/ejecucion-presupuestaria/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *El Oro. Polos de Desarrollo*, 1-2. <https://polosdesarrollo.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/11/El-Oro.pdf>
- Moreno, J., Pérez, N., Villareal, H., & Salat, I. (2020). Retos de política fiscal para el desarrollo. *Economía UNAM*, 16(46), 61-72.
- MTOP. (2020). *Ministro firma convenio de concesión para ampliar tramo Naranjal-Ten-guel*. El Ministerio de Transporte y Obras Públicas.
- Navas, G., Peña, D., Deidamia, N., & Mayorga, M. (2022). Recaudación tributaria para la educación en el Ecuador por la emergencia del Covid-19 en 2020. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(4), 619-627.
- Novelo, F. (2021). Keynes, el actual. *Denarius. Revista de Economía y Administración*, 2(41), 97-100. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/denarius/v2021n41/Novelo>
- Núñez, E., & Sotomayor, J. (2022). Incidencia de la recaudación tributaria sobre el valor agregado bruto de la provincia de El Oro, periodo 2009 – 2019. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(3), 74-85. doi:10.33386/593dp.2022.3.1051
- Prieto, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46), 11. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc18-46.umdi>
- Quispe, G., Arellano, O., Rodríguez, E., Negrete, O., & Vélez, K. (2019). Las reformas tributarias en el Ecuador. Análisis del periodo 1492 a 2015. *Revista Espacios*, 40(13), 1-21.
- Rodríguez, K. (2012). investigación cuantitativa: diseño, técnicas, muestreo y análisis cuantitativo. En K. Rodríguez, Universidad Autónoma de Nuevo León, & Universidad Rey Juan Carlos (Edits.), *Metodología para investigaciones de alto impacto en las ciencias sociales* (pág. 154). DYKINSON, SL. Obtenido de http://eprints.uanl.mx/8565/1/r11_3.pdf
- Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14.
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de Ecuador. (2022). *Ecuador culmina con éxito acuerdo con FMI*. <https://www.comunicacion.gob.ec/ecuador-culmina-con-exito-acuerdo-con-fmi/>
- SENPLADES. (2012). *Guía Metodológica para el Cálculo de la Distribución de los Recursos Fiscales para los Gobiernos Autónomos Descentralizados*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Editogran. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/SENPLADES-FINAL-AP.pdf>

- Servicio de Rentas Internas. (2023). *Histórico anual. Estadísticas generales de recaudación*. <https://www.sri.gob.ec/historico-estadisticas-generales-de-recaudacion>
- SRI. (2018). *Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal*. Servicio de Rentas Internas, Quito. <https://www.sri.gob.ec/ley-organica-fomento-productivo>
- SRI. (2018). *Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal*. SRI. Servicio de Rentas Internas.
- SRI. (2019). *Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria*. Servicio de Rentas Internas. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/ley-organica-de-simplificacion-y-progresividad-tributaria>
- Supe, W. (2018). *La política fiscal y sus implicaciones en el crecimiento económico del Ecuador en el período de 2010-2016* [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato] <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28045/1/T4276M.pdf>
- Vera, J., Vera, A., & Parrales, M. (2020). Crisis Económica Del Ecuador: Una Mirada Al Sector Microempresarial Post COVID-19. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(3), 1-14. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v4.n3.2020.317>
- Vivero, L., & Sánchez, B. (2018). La Investigación Documental: Características y Algunas Herramientas. *CUAED/Facultad de Arquitectura-UNAM*. Obtenido de https://repositorio-uapa.cuaieed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1516/mod_resource/content/8/contenido/index.html#contenido

Tax reforms and their impact on economic indicators in the province of El Oro, Ecuador

Reformas tributárias e seu impacto sobre os indicadores econômicos na província de El Oro, Equador

Nayeli Pauleth Aguilar Jiménez

Universidad Técnica de Machala | Machala | Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-2181-0243>

naguillar6@utmachala.edu.ec

Economista

Laura Luzmila Vega González

Universidad Técnica de Machala | Machala | Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-0015-3026>

llvega@utmachala.edu.ec

Economista agropecuario. Magister en Proyectos.

John Campuzano-Vásquez

Universidad Técnica de Machala | Machala | Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-3901-3197>

jcampuzano@utmachala.edu.ec

Economista. MBA. Doctor en ciencias económicas.

Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz

Universidad Técnica de Machala | Machala | Ecuador

<https://orcid.org/0009-0000-0574-3063>

vsalcedo@utmachala.edu.ec

Economista agropecuario. Magister en Tributación.

Abstract

This study examined the impact of tax reforms implemented in the province of El Oro, Ecuador, between 2018 and 2022, on key economic indicators such as GDP, employment rate, tax collection, and transfers to local governments. We found that the reforms, including the elimination of the income tax prepayment, had a significant impact on the local economy. Tax revenue fluctuated, with a drop in 2020 due to the COVID-19 pandemic and a recovery thereafter. The reforms implemented during the pandemic affected tax collection and transfers to the Autonomous Decentralized Governments. The study used a descriptive and deductive approach, with quantitative analysis of official economic data. The tax reforms implemented in Ecuador between 2018 and 2022 have had a significant impact on the economy of El Oro province. The Productive Development Law and the Organic Law for Economic Development and Fiscal Sustainability, throughout this period present, both positive results and persistent challenges in the local and national economy.

Keywords:

Tax reforms; taxes; pandemic; provincial economy .

Resumo

Este estudo examinou o impacto das reformas tributárias implementadas na província de El Oro, Equador, entre 2018 e 2022, sobre os principais indicadores econômicos,

como PIB, taxa de emprego, arrecadação de impostos e transferências para os governos locais. Constatou-se que as reformas, incluindo a eliminação do pagamento antecipado do imposto de renda, tiveram um impacto significativo na economia local. A receita tributária flutuou, com uma queda em 2020 devido à pandemia da COVID-19 e uma recuperação depois disso. As reformas implementadas durante a pandemia afetaram a arrecadação de impostos e as transferências para os governos descentralizados autônomos. O estudo utilizou uma abordagem descritiva e dedutiva, com análise quantitativa de dados econômicos oficiais. As reformas tributárias implementadas no Equador entre 2018 e 2022 tiveram um impacto significativo na economia da província de El Oro. A Ley de Fomento Productivo e a Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal, ao longo desse período, apresentam tanto resultados positivos quanto desafios persistentes na economia local e nacional.

Palavras-chave:

Reformas fiscais; impostos; pandemia; economia provincial .



Religación
Press
Ideas desde el Sur Global



Religación
Press

ISBN: 978-9942-561-41-1



9 789942 561411