



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MECANISMO:**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES CULTURALES EN LOS  
PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD DE CHONE**

**AUTORES:**

**ANGEL FERNANDO ESPINOZA CABALLERO**

**ANABEL MARISOL PEÑA CASTILLO**

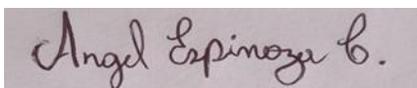
**TUTOR:**

**MG. MANUEL BERMUDÉZ PALOMEQUE**

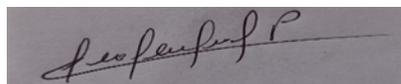
**CALCETA, NOVIEMBRE 2023**

## DECLARACIÓN DE AUTORIA

Nosotros, **ÁNGEL FERNANDO ESPINOZA CABALLERO**, con cédula de ciudadanía 1315572204 y **ANABEL MARISOL PEÑA CASTILLO** con cédula de ciudadanía 1314299205 declara bajo juramento que el trabajo de integración curricular titulado: **ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES CULTURALES EN LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD DE CHONE**, es de mi autoría, que no ha sido presentado para ningún grado o calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. A través de la presente declaración, concedo a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a mi favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



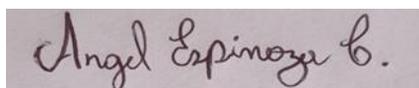
**ÁNGEL FERNANDO ESPINOZA  
CABALLERO  
CC: 1315572204**



**ANABEL MARISOL PEÑA  
CASTILLO  
CC: 1314299205**

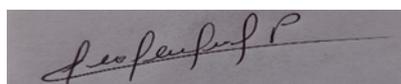
## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

**ÁNGEL FERNANDO ESPINOZA CABALLERO**, con cédula de ciudadanía 1315572204 y **ANABEL MARISOL PEÑA CASTILLO** con cédula de ciudadanía 1314299205, autorizo a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del trabajo de integración curricular titulado: **ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES CULTURALES EN LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD DE CHONE**, cuyo contenido ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.



---

**ÁNGEL FERNANDO ESPINOZA  
CABALLERO  
CC: 1315572204**



---

**ANABEL MARISOL PEÑA  
CASTILLO  
CC: 1314299205**

## CERTIFICACIÓN DE TUTOR

**Mg. BERMÚDEZ PALOMEQUE MANUEL**, certifica haber tutelado el trabajo de integración curricular titulado: **ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES CULTURALES EN LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD DE CHONE**, que ha sido desarrollado por **ÁNGEL FERNANDO ESPINOZA CABALLERO** y **ANABEL MARISOL PEÑA CASTILLO**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**Mg. BERMÚDEZ PALOMEQUE MANUEL**

**CC. 1304366600**

**TUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de integración curricular titulado: **ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES CULTURALES EN LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD DE CHONE**, que ha sido desarrollado por **ÁNGEL FERNANDO ESPINOZA CABALLERO** y **ANABEL MARISOL PEÑA CASTILLO**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

---

**Mg. ALEXANDER PALACIOS ZURITA**  
**CC. 1803296498**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**Mg. MARIA VALAREZO MOLINA**

**CC. 1309252409**

**MIEMBRO DE TRIBUNAL**

---

**Mg. CESAR ANDRADE MOREIRA.**

**CC. 1308649290**

**MIEMBRO DE TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios, por permitirme alcanzar este sueño, además de manera muy especial a mis padres, por el gran apoyo que me han brindado a lo largo de mis estudios, a la carrera de Administración de Empresas y sus docentes, por los conocimientos que nos brindaron.

### **ÁNGEL FERNANDO ESPINOZA CABALLERO**

Mis agradecimientos más grandes a Dios, por haberme brindado salud durante toda mi vida y por haberme dado las fuerzas necesarias para superar cada obstáculo que se ha presentado en mi camino, agradezco también de manera muy especial a mis padres por el apoyo incondicional que me han manifestado.

### **ANABEL MARISOL PEÑA CASTILLO**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a mis padres, quienes día a día me brindan su cariño, sus valores, sus enseñanzas y su amor por el trabajo y a cada persona que de alguna u otra manera me ayudo a lo largo de mis estudios.

### **ÁNGEL FERNANDO ESPINOZA CABALLERO**

Dedico este trabajo a mis padres, quienes siempre han demostrado que confían en mí y me han ayudado a alcanzar siempre mis sueños y a mí, por demostrarme que con esfuerzo, disciplina y perseverancia se pueden alcanzar las metas.

### **ANABEL MARISOL PEÑA CASTILLO**

## CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORIA.....	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN .....	iii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA.....	vii
CONTENIDO GENERAL .....	viii
CONTENIDO DE TABLAS Y FIGURAS .....	xi
RESUMEN .....	xii
PALABRAS CLAVE .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
KEY WORDS.....	xiii
<b>CAPÍTULO I. ANTECEDENTES.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.1. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4. IDEA A DEFENDER .....</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1. DIMENSIONES CULTURALES .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.1. TEORÍA DE LAS CINCO DIMENSIONES CULTURALES DE HOFSTEDE. ....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.2. CULTURA NACIONAL .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.2.1. MANIFESTACIONES DE LA CULTURA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2.2. RELACIÓN ENTRE LA CULTURA Y LA ECONOMÍA.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2. CITRICULTURA .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.1. GENERALIDADES DE LOS CÍTRICOS .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.2. SITUACIÓN DEL CÍTRICO A NIVEL MUNDIAL.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.2.1. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.3. SITUACIÓN DEL CÍTRICO EN ECUADOR .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.4. SITUACIÓN DEL CÍTRICO EN EL CANTÓN CHONE.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3. CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA.....</b>	<b>26</b>

<b>CAPÍTULO III. DISEÑO METODÓLOGICO .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1. UBICACIÓN .....</b>	<b>27</b>
<b>3.2. DURACIÓN .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.2. INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL .....</b>	<b>28</b>
<b>3.3.3. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL .....</b>	<b>28</b>
<b>3.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>28</b>
<b>3.4.1. MÉTODO CUALITATIVO .....</b>	<b>28</b>
<b>3.4.2. MÉTODO CUANTITATIVO .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5. TÉCNICAS .....</b>	<b>29</b>
<b>3.5.1. REVISIÓN DE DOCUMENTOS .....</b>	<b>29</b>
<b>3.5.2. ENCUESTA DE ESTRATIFICACIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO ....</b>	<b>29</b>
<b>3.5.3. ENCUESTA PARA LA MEDICIÓN DE LAS DIMENSIONES CULTURALES DE GERT HOFSTEDE .....</b>	<b>29</b>
<b>3.6. HERRAMIENTAS .....</b>	<b>29</b>
<b>3.6.1. CUESTIONARIO DE ESTRATIFICACIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL INEC.....</b>	<b>29</b>
<b>3.6.2. MODELO DE DIMENSIONES CULTURALES DE GERT HOFSTEDE.....</b>	<b>30</b>
<b>3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	<b>30</b>
<b>3.7.1. POBLACIÓN .....</b>	<b>30</b>
<b>3.7.2. MUESTRA .....</b>	<b>30</b>
<b>3.8. VARIABLES EN ESTUDIO .....</b>	<b>31</b>
<b>3.9. PROCEDIMIENTOS .....</b>	<b>32</b>
<b>3.9.1. FASE I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LAS DIMENSIONES CULTURALES. ....</b>	<b>32</b>
<b>3.9.2. FASE II. CARACTERIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA DE LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD.....</b>	<b>33</b>
<b>3.9.3. FASE III. ANÁLISIS DE LA CORRELACIÓN ESTADÍSTICA ENTRE EL INDICADOR NACIONAL DE LAS DIMENSIONES CULTURALES VERSUS EL OBJETO DE ESTUDIO. ....</b>	<b>34</b>
<b>3.9.4. FASE IV. PROPUESTA DE UN PLAN DE ACCIÓN DIRECCIONADO A MEJORAR EL NIVEL SOCIOECONÓMICO QUE PRESENTAN LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE CHONE. ....</b>	<b>35</b>
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS .....</b>	<b>36</b>

<b>4.1. FASE I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LAS DIMENSIONES CULTURALES.</b> .....	36
<b>4.2. FASE II: CARACTERIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA DE LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD</b> .....	45
<b>4.3. FASE III. ANÁLISIS DE LA CORRELACIÓN ESTADÍSTICA ENTRE EL INDICADOR NACIONAL DE LAS DIMENSIONES CULTURALES VERSUS EL OBJETO DE ESTUDIO.</b> .....	49
<b>4.4. FASE IV. PROPUESTA DE PLAN DE ACCIÓN DIRECCIONADO A MEJORAR EL NIVEL SOCIOECONÓMICO QUE PRESENTAN LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE CHONE.</b> .....	59
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	64
<b>ANEXOS</b> .....	70

## CONTENIDO DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS

<b>Tabla 3.1.</b> Matriz de operacionalización de las variables .....	31
<b>Tabla 3.2.</b> Evaluación y selección de la bibliografía .....	32
<b>Tabla 3.3.</b> Interpretación del coeficiente de correlación.....	35
<b>Tabla 4.1.</b> Base de datos para la revisión bibliográfica.....	36
<b>Tabla 4.2.</b> Resumen de los hallazgos encontrados .....	39
<b>Tabla 4.3.</b> Nivel socioeconómico de los productores de cítricos encuestados .....	46
<b>Tabla 4.4.</b> Descripción de las dimensiones culturales de los productores de cítricos del cantón Chone .....	51
<b>Tabla 4.5.</b> Correlación entre el nivel socioeconómico y la distancia de poder .....	53
<b>Tabla 4.6.</b> Correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de masculinidad .....	55
<b>Tabla 4.7.</b> Correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de evitación de la incertidumbre .....	56
<b>Tabla 4.8.</b> Correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de orientación a largo plazo .....	57
<b>Tabla 4.9.</b> Correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de individualismo.....	58
<b>Tabla 4.10.</b> Estrategias del plan de acción.....	61
<b>Tabla 4.11.</b> Matriz de seguimiento y control .....	63

### FIGURAS

<b>Figura 2.1.</b> Hilo conductor del marco teórico de la investigación .....	7
<b>Figura 2.2.</b> Pirámide de la cultura como programación mental.....	14
<b>Figura 2.3.</b> Manifestaciones de la cultura en diferentes modelos de profundidad .....	15
<b>Figura 3.1.</b> Área de estudio .....	27
<b>Figura 4.1.</b> Tabulación del nivel socioeconómico de los productores de cítricos de Chone .....	48
<b>Figura 4.2.</b> Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y la distancia de poder. 53	
<b>Figura 4.3.</b> Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de masculinidad.....	54
<b>Figura 4.4.</b> Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y la evitación de la incertidumbre .....	55
<b>Figura 4.5.</b> Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y la orientación a largo plazo.....	56
<b>Figura 4.6.</b> Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de individualismo.....	58

## **RESUMEN**

La presente investigación consistió en realizar un análisis de las dimensiones culturales en los productores de cítricos de la ciudad de Chone, en relación al nivel socioeconómico que presenta cada uno de estos productores. La investigación fue tipo explicativa, exploratoria y no experimental, aplicando una metodología cuantitativa y cualitativa, se abordaron cuatro fases: la primera fase consistió en fundamentar teóricamente las dimensiones culturales para validar la aplicabilidad del modelo al sector de producción de cítricos, durante la segunda fase se procedió a la caracterización socio económica de los productores de cítricos mediante la aplicación de encuestas utilizando como herramienta el cuestionario del INEC para la Estratificación del Nivel Socioeconómico, durante la tercera fase se realizó un análisis de la correlación estadística entre las dimensiones culturales versus el nivel socio económico del objeto de estudio, para ello se ejecutó una encuesta a los mismos productores de cítricos pero esta vez utilizando el cuestionario VSM 94 para determinar los indicadores de las dimensiones culturales para luego mediante el diagrama de dispersión y la correlación de Pearson determinar la relación entre estas variables, concluyendo que los índices de distancia de poder, orientación a largo plazo e índice de individualismo tienen una buena relación con el nivel socioeconómico, mientras que los índices de masculinidad e incertidumbre al riesgo tienen una relación baja con el nivel socio económico de los productores de cítricos. Finalmente se propuso un plan de acción direccionado a mejorar el nivel socioeconómico que presentan los productores de cítricos de Chone.

## **PALABRAS CLAVE**

Dimensiones culturales, nivel socio económico, productores de cítricos, sociedad.

## **ABSTRACT**

The present investigation consisted of carrying out an analysis of the cultural dimensions in the citrus producers of the city of Chone, in relation to the socioeconomic level that each one of these producers presents. The research was explanatory, exploratory and non-experimental, applying a quantitative and qualitative methodology, four phases were addressed: the first phase consisted of theoretically substantiating the cultural dimensions to validate the applicability of the model to the citrus production sector, during the second phase The socioeconomic characterization of the critics' producers was carried out through the application of surveys using the INEC questionnaire for the Stratification of the Socioeconomic Level as a tool. During the third phase, an analysis of the statistical correlation between the cultural dimensions versus the level was carried out. economic partner of the object of study, for this a survey was carried out on the same citrus producers but this time using the VSM 94 questionnaire to determine the indicators of the cultural dimensions and then using the scatter diagram and the Pearson correlation to determine the relationship between these variables, concluding that the power distance, long-term orientation, and individualism indexes have a good relationship with the socioeconomic level, while the masculinity and risk uncertainty indices have a low relationship with the socioeconomic level of citrus growers. Finally, an action plan aimed at improving the socioeconomic level of citrus producers from Chone was proposed.

## **KEY WORDS**

Cultural dimensions, socioeconomic level, citrus producers, society.

# **CAPÍTULO I. ANTECEDENTES**

## **1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La sociología ha estudiado con especial atención la relación existente entre la cultura y el desarrollo socioeconómico, su dinámica ha sentado sus bases en la evolución económica, social y política que data del último siglo, así como de las transformaciones industriales, pues se ha demostrado que la cultura contribuye en todo el espectro de las políticas públicas, y el reconocimiento de este aporte la convierte en un poderoso facilitador para dar forma a las diversas vías para lograr el desarrollo sostenible de una sociedad (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021)

Para Facchini (2020) es de interés mundial el análisis de la relación entre la cultura y la economía, debido a que la cultura es un factor causal de enorme protagonismo en el actual entorno económico, pero en la mayoría de los casos, es menospreciado por la dificultad y complejidad en su medición, sobre todo de manera cuantitativa, por ello se sigue en la oscuridad en lo que respecta a elementos cruciales del cambio social, político y económico.

Multitud de actuaciones en el ámbito del empleo y el desarrollo de los recursos humanos, de índole financiera, técnica, de gestión, de información, sucumben o ven mermada su eficacia por causa del entorno sociocultural en el que se desarrollan - cultura o subculturas en las que muestran especial relevancia determinadas ideas y comportamientos de carácter pasivo, irresponsable, irrespetuoso, inmovilista y deshonesto-, estos factores culturales son un auténtico obstáculo para la evolución de la economía, el empleo, las empresas, la innovación, el desarrollo de los recursos humanos, el respeto al medio ambiente y la calidad (Cañadilla, 2000).

Venkateswaran y Ojha (2019) afirman que, la relación que existe entre cultura y desarrollo se sustenta sobre la base de que existen una serie de componentes de índole sociocultural, aprendidos en sociedad y marcados por el entorno, cuya asimilación en los esquemas conductuales de los individuos, grupos y

organizaciones, predisponen los comportamientos y toma de decisiones de cara al desarrollo, tanto personal, como económico y social, es decir, los valores, creencias y actitudes de una persona o grupo se presentan como obstaculizadores o facilitadores de comportamientos individuales y grupales.

La propia cultura de una provincia o región objeto de diagnóstico e intervención, determina también la naturaleza de las relaciones sociales y económicas, por ello, cuando se habla de cultura, no se refiere únicamente al pasado histórico o patrimonial de la zona, sino que también a las costumbres, rituales, valores, creencias y actitudes que priman y que rigen el comportamiento de los individuos, grupos y organizaciones de esa comunidad o región, debido a que son numerosos los factores psicosociales y culturales que determinan el comportamiento de la población activa, dichos factores interactúan conjuntamente con la estructura y coyuntura económica (Campos, 2018).

En Ecuador, prevalece el cultivo de la naranja de distintas variedades, especialmente las de jugo, el cual es extraído en las pocas plantas industriales montadas en el país, para su distribución y comercialización en pulperías, supermercados y hoteles, porque constituye parte vital de la dieta alimenticia diaria de mucha gente en Ecuador, parte de esa producción, en fruta entera en cajas, o en cubetas y cajas, se envía a los países vecinos, vale decir que sería mejor despachar con valor agregado, pues mejorarían los ingresos económicos de las familias dedicadas al cultivo de cítricos (Revista de Manabí, 2016).

El cantón Chone se encuentra en un proceso de crecimiento y expansión económica, sin embargo, la producción agropecuaria es mal pagada y la economía local depende de ella, esta situación se atribuye a la intermediación y a la falta de industrias que demanden cantidades grandes de materia prima y que oferten productos terminados, el desarrollo del sector industrial es determinante para ciudades en vías de progreso, en función de este criterio el cantón Chone apuesta por la industrialización de sus principales productos, siendo estos, el cacao, leche, maíz y frutos cítricos (Rodríguez, 2013).

Sin embargo, existen diversos problemas sociales y económicos, la inmensa producción agropecuaria es muy mal pagada y carece de grandes industrias que le den valor agregado, predominando la comercialización de la materia prima con precios relativamente bajos, como en el caso de la producción de frutas y cítricos, la cual sale en su totalidad como materia prima y a precios tan bajos que provoca que la mayoría de los productos no se cosechen (Rodríguez, 2013).

Este condicionamiento en los precios, provoca baja rentabilidad en el sector rural, generando así, una ola migratoria hacia la ciudad en busca de mejores oportunidades económicas, sin embargo, Chone al ser un cantón agropecuario y de gran extensión territorial depende en gran medida de la comercialización de sus productos (Revista de Manabí, 2016).

En este contexto las migraciones por falta de condiciones económicas dan lugar a otro tipo de problemas sociales como la aparición de franjas de pobreza y delincuencia en el sector urbano, la alternativa ampliamente debatida en todos los niveles sociales, económicos y políticos del cantón es la industrialización de su producción, pero, aquí surge el miedo de los inversionistas (Cañarte y Navarrete, 2019).

Ante este escenario es importante determinar si la situación precarizada del sector productivo agrícola del cantón Chone es resultado de elementos económicos, demográficos o vienen arraigados a temas de naturaleza cultural con incidencia en el comportamiento y la forma en que las decisiones son tomadas en ámbitos personales como los negocios.

Los estudios presentados por Hofstede (1984) contextualizan el indicador nacional aplicando parámetros estándar de medición, sin embargo, no se han considerado las características autóctonas de las regiones ecuatorianas que permitan un acercamiento más real a la relación existente entre el nivel socio económico y el modelo de dimensiones culturales; surgiendo de este modo la interrogante:

¿El nivel socioeconómico que presentan los productores de cítricos de la ciudad de Chone está relacionado con su cultura?

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

De manera particular a cuanto respecta al elemento teórico, basa su justificación en investigaciones precedentes en donde se ha aplicado el Modelo de las dimensiones culturales de Hofstede con el fin de realizar un análisis sobre la cultura por países, el objeto de estudio actual plantea un estudio similar a los productores de cítricos de Chone que valide la información de cómo desarrollan su actividad económica, si existe concordancia entre las afirmaciones del autor del modelo de evaluación y su indicador nacional y el resultado que se obtenga luego de la caracterización y aplicación del modelo.

La justificación legal del presente proyecto toma como referencia el desarrollo económico y sostenible de los agricultores se fundamenta En el Art. 275. de la Constitución de la República del Ecuador donde se señala que el régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir.

De igual manera el Art 276. Señala que El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.

Una vez parametrizado el esquema teórico, también será posible justificar la parte metodológica porque permitirá entender de mejor manera el elemento actitudinal del grupo objeto de estudio como ente económico (además del esquema cultural originalmente planteado), validando de esta forma la aplicación de un modelo ya existente que muestre de manera cuantitativa los cambios que pudieron haber surgido desde su aplicación en la investigación de Hofstede y poder realizar inferencias sobre las debilidades propias del grupo asociadas al comportamiento y la toma de decisiones que presenta el objeto de estudio.

A nivel social se justifica la investigación en el planteamiento de la caracterización socio económica del objeto de estudio para la generación de información base sobre los productores de cítrico en Chone, especialmente si se tiene presente que no existe información precisa sobre el objeto de estudio.

En consecuencia, sobre la justificación social se argumenta de manera económica el desarrollo de la presente investigación debido a que se brindará información importante sobre el desarrollo socio económico en relación a las dimensiones culturales del objeto en estudio, con la finalidad de demostrarle a los involucrados y a los lectores que los factores culturales contribuyen de forma significativa en el proceso del desarrollo de la actividad económica.

La practicidad de este estudio radica en que se constituiría como la oportunidad de crear nuevas fuentes informativas para el posterior análisis de diferentes grupos y etnias de la región ecuatoriana de modo que pueda identificarse y caracterizarse incorporando sus particularidades en la gestión de estrategias de desarrollo sostenible con la propuesta de un plan de mejora que aporte a la solución del problema que da origen a la investigación.

### **1.3. OBJETIVO**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar las dimensiones culturales para la identificación de la correlación con la situación socio económica de los productores de cítricos de la ciudad de Chone.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fundamentar de forma teórica las dimensiones culturales para la validación de la aplicabilidad del modelo al sector productor de cítricos.
- Caracterizar el nivel socioeconómico de los productores de cítricos de la ciudad de Chone para la determinación de la línea base comparativa.
- Analizar la correlación estadística entre el indicador nacional de las dimensiones culturales versus el objeto de estudio de modo que se establezca la comparación de ambos resultados y sus divergencias.
- Proponer un plan de acción direccionado a mejorar el nivel socioeconómico que presentan los productores de cítricos de Chone.

### **1.4. IDEA A DEFENDER**

El nivel socioeconómico de los productores de cítricos de la ciudad de Chone está directamente relacionado con sus dimensiones culturales.

## CAPÍTULO II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

En el presente capítulo se expone el marco teórico donde se incluyen los conceptos principales de la investigación relacionados con el análisis de las dimensiones culturales en los productores de cítricos de la ciudad de Chone y para una mejor comprensión del proyecto, se elaboró un hilo conductor el cual permite una organización lógica y secuencial que ayudarán a tener una mejor comprensión de lo que se investiga. A continuación, se visualiza el hilo conductor (**Figura 2.1.**)

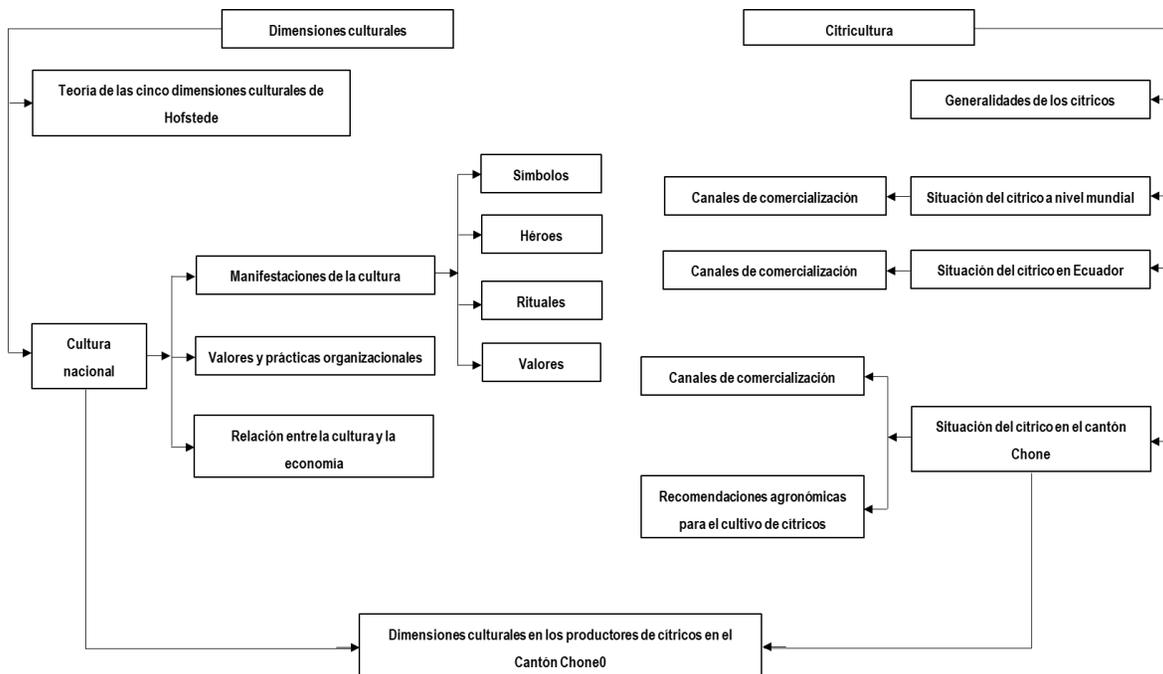


Figura 2.1. Hilo conductor del marco teórico de la investigación

Fuente: Los autores

### 2.1. DIMENSIONES CULTURALES

Trabajar en equipos multiculturales es siempre un reto, para cualquier industria, sin importar su tamaño o actividad económica, aparte de las diferencias obvias de comprensión idiomática, los administradores o el personal de talento humano se encuentra con otras dificultades que no resultan fáciles de resolver e incluso se vuelven más complejas al momento de analizarlas, no obstante, son cada vez más

los estudios que se dedican a tratar de resolver, o al menos reducir el impacto generado en este intercambio cultural (Farías, 2016).

### **2.1.1. TEORÍA DE LAS CINCO DIMENSIONES CULTURALES DE HOFSTEDE.**

Para Hofstede y su análisis cultural de las cinco dimensiones, era un hecho comprender que en el mundo persisten las diferencias de pensamiento entre personas de distintas razas, religiones y regiones, este psicólogo social holandés, miembro del Departamento de Economía y Administración de Negocios, de la Universidad de Limburg, entendía que cualquier sociedad termina compartiendo una normativa común, una simbología y unos valores que se diferencian de otras sociedades, este es el motivo principal por el que llegó a manifestar que una sociedad posee una cultura distinta a otra (International Business School, 2018).

Hofstede fue capaz de demostrar que, cada individuo llega a compartir una cantidad mínima de características comunes a su entorno regional y nacional y que estas peculiaridades condicionan su comportamiento y resultan perdurables al paso de los años, lo que se denomina como patrón cultural y que, para este psicólogo, son las dimensiones culturales (Tarapuez, 2016)

En este punto es importante mencionar, que varios investigadores, seguidores de esta teoría, han llegado a extraer seis diferencias de la cultura de una nación, sin embargo, para Hofstede son cinco: la distancia de poder, el individualismo, la masculinidad, el temor a la incertidumbre y la orientación, además, se debe añadir que cada dimensión es bipolar (Campos, 2018).

Campos (2018) mencionan que, Hofstede ha elaborado el análisis más amplio sobre la diversidad cultural, en contraste con la mayoría de los estudios organizacionales que se han realizado, debido a que esos estudios contienen un número limitado de países o en otros casos analizaban diferentes compañías en distintos países, sin embargo, Hofstede fue más allá y encuestó a más de 116 000 empleados de 40 países, que trabajaban para una sola corporación multinacional, obteniendo una

confiable base de datos que elimina cualquier diferencia que pudiera atribuirse a prácticas y políticas diversas en diferentes compañías.

Tarapuez (2016) afirma que, la enorme base de datos obtenida y desarrollada por Hofstede confirmó que la cultura nacional tiene un considerable impacto sobre los valores y las actitudes en el trabajo de los empleados que varían en cinco dimensiones de la cultura nacional:

- El individualismo en comparación con el colectivismo:

Venkateswaran y Ojha (2019) afirman que, el individualismo se refiere a un marco social bastante holgado, en el que se supone principalmente que las personas deben ver por sus propios intereses y los de su familia inmediata, sin embargo, esto es posible por la gran libertad que una sociedad así otorga a los individuos que la componen, el opuesto de este concepto es el colectivismo.

Debido a que este se caracteriza por un marco social riguroso, en el que las personas esperan que el resto de los miembros de los grupos a los que pertenece vele por ella y lo proteja cuando se encuentra en cualquier tipo de dificultad, a cambio de esta seguridad, el individuo piensa que le debe lealtad absoluta al grupo al que pertenece, Hofstede encontró que el grado de individualismo en un país está relacionado muy de cerca con la riqueza del mismo y que los países ricos como Estados Unidos y Países Bajos son muy individualistas, por otra parte, los países más pobres como Pakistán son muy colectivistas (Venkateswaran y Ojha, 2019).

- Masculinidad en comparación con la feminidad:

El grado de feminidad-masculinidad representa dos conjuntos de habilidades conductuales y competencias interpersonales que los individuos, libremente de su sexo, utilizan para relacionarse con el medio que los rodea, oponiendo los valores cooperativos a los competitivos, debido a ello se ha demostrado que las culturas femeninas enfatizan la cooperación y el apoyo social y, refuerzan en gran magnitud la expresividad, mientras que las culturas masculinas, enfatizan la competencia, las recompensas materiales y laborales (Hofstede, 1984).

A partir de estos conceptos, se puede hablar de dos tipos de culturas: las sociocéntricas, las cuáles sobreponen las necesidades del grupo antes que las individuales y las teocéntricas que priorizan las necesidades personales, por lo tanto, se establece que el nivel de Individualismo/Colectivismo es más marcado en el género femenino que en el masculino, por lo cual se entiende que para ellas es más fácil trabajar en equipo (Beugelsdijk y Welzel, 2018).

- La distancia al poder:

Farías (2016) en su estudio afirma que, es natural que la gente varíe en sus habilidades físicas e intelectuales, lo que, a su vez, crea diferencias en la riqueza y por ende en el poder, en este contexto, Hofstede utiliza el término distancia al poder como una medida del grado en el que una sociedad acepta que el poder en las instituciones y organizaciones está distribuido en forma desigual, para el psicólogo una sociedad con mucha distancia al poder, es una sociedad que acepta grandes diferencias en el poder dentro de las organizaciones y los empleados muestran mucho respeto para aquellas personas que están en posiciones de mayor autoridad.

Al negociar en países con mucha distancia al poder, las empresas se encuentran con el hecho de que es de gran importancia contar con representantes con títulos por lo menos tan elevados como aquellos de los interlocutores con los que están negociando, como ejemplos de países con mucha distancia al poder se pueden citar: Filipinas, Venezuela e India; por otra parte, una sociedad con poca distancia al poder, minimiza en gran medida las desigualdades tanto como sea posible, los superiores conservan su autoridad, pero los empleados no se sienten temerosos ante el jefe, por ejemplo (Hofstede, 1984).

- La evasión de la incertidumbre:

Se vive en un mundo de gran incertidumbre, en el que el futuro es en gran parte desconocido y siempre será así, por ello, las sociedades responden a esta incertidumbre y dependiendo de los individuos que la conforman reaccionan de manera diferente, algunas personas socializan a sus miembros para que la acepten con ecuanimidad y los individuos se sientan más o menos cómodas con los riesgos,

también son relativamente tolerantes con respecto al comportamiento y opiniones que difieren de los suyos, porque no se sienten amenazados por ellos (Leyva et al., 2021).

Hofstede (2005) describe a estas sociedades como sociedades con poca evasión de la incertidumbre; es decir, los individuos se sienten relativamente seguros, una sociedad con una alta evasión de la incertidumbre se caracteriza por un alto nivel de ansiedad entre su gente, lo que se manifiesta claramente en su comportamiento, como nerviosismo y agresividad, puesto que la gente se siente amenazada debido a la ambigüedad en estas sociedades, es posible que las organizaciones tengan reglas más formales; habrá menos tolerancia a las desviaciones de ideas y comportamientos, y los miembros se esforzarán en creer en verdades absolutas.

No es de sorprender que, en las organizaciones de países con una alta evasión de la incertidumbre, los empleados expongan una movilidad de puestos considerablemente baja y el empleo vitalicio sea una política ampliamente practicada, países como: Japón, Portugal y Grecia están incluidos en esta categoría, en resumen, la eliminación de la incertidumbre hace referencia al grado en el que la gente se siente amenazada por las situaciones desconocidas, las cuales intentan evitar por medio de códigos y creencias, así mismo, desconfían de las nuevas ideas o conductas que se expongan (Hofstede, 1984).

- La cantidad en comparación con la calidad de vida.

La cuarta dimensión, representa una dicotomía, debido a que algunas culturas enfatizan la cantidad de vida y valoran la energía y la adquisición de dinero y cosas materiales, mientras que otras culturas le dan mayor importancia a la calidad de vida, la importancia de las relaciones, las muestras de sensibilidad y a la preocupación por el bienestar de otras personas (Jackson, 2020).

Hofstede (2003) en su estudio encontró que, Japón y Austria tienen altas calificaciones en la dimensión de la cantidad de vida, en comparación con Noruega, Suecia y Dinamarca que tienen altas calificaciones en los índices de calidad de vida.

- Orientación a largo plazo:

Las sociedades con orientación a largo plazo son aquellas que incentivan a las personas a invertir sus recursos y a ser ahorrativos, a ser perseverante y cautelosos y que dichas orientaciones tienen grandes recompensas a futuro, los miembros que conforman la sociedad tienen distintos rangos, países de Asia como China, Corea y Japón tienden a tener culturas nacionales orientadas a largo plazo, mientras que las sociedades que tienen Orientación a Corto Plazo respetan las tradiciones pero incentivan a gastar y a obtener ganancias inmediatas, los Estados Unidos, Inglaterra y España son algunos países con culturas nacionales que tienen orientación a corto plazo (Leyva et al., 2021).

### **2.1.2. CULTURA NACIONAL**

En un contexto de creencias y valores, los cuales se reflejan en tendencias profundamente arraigadas, la cultura nacional, se refiere a los valores que posee la mayoría de los miembros de un país o sociedad, en este contexto, la cultura nacional no es necesariamente una extensión de la cultura universal, debido a que la conformación de "modos de vida" son exclusivos de regiones o pueblos, y dependiendo de su singularidad se "clasificarán de conformidad a factores predominantes" (Jackson, 2020).

Cabe mencionar que el comportamiento de los habitantes de una nación es moldeado por los valores, creencias y tradiciones culturales que les son comunes y los cuales difieren de otras naciones o estados, aun así, esta cultura nacional, no incluye a todos los habitantes ni a todas las aspiraciones y formas de vida de un territorio, pero sí a la mayoría (Beugelsdijk y Welzel, 2018).

Campos (2018) menciona que, en el terreno de los hechos, esa anhelada uniformidad cultural resulta imposible en una nación, pues ésta, casi siempre, se encuentra conformada por una pluralidad de pueblos, cada uno de ellos con una gran diversidad de visiones, estilos y experiencias que los presentan como únicos.

Sin embargo, sigue siendo válido el concepto de cultura nacional, debido a que, sobre la diversidad de comportamientos y sobre la disgregación a la que todo ser humano tiende en el ejercicio de su libertad, está siempre presente en un pueblo ese impulso para llegar a la unidad y la coherencia de la totalidad a la que se encamina una sociedad que desea persistir en el tiempo, impulso que toma forma y sentido en un conjunto interrelacionado de significados que explican la manera de ser de una comunidad (Leyva et al., 2021).

Becerill y Vargas (2018) mencionan que la importancia del estudio de la cultura nacional se ha puesto en duda, especialmente en aquellas ocasiones en las que esta ha sido invocada por diversos políticos que han pretendido otorgar trascendencia a sus pretenciosos discursos y sentido históricos a sus luchas coyunturales y aspiraciones de clase, no obstante, los intereses de la nación, los proyectos del estado, las reivindicaciones democráticas del pueblo, las propuestas de constitución política, los estallidos de insurrección.

Todos estos propósitos han recurrido, de una u otra manera, a la idea de la cultura nacional como un medio de cohesión y encuentro de los pueblos que lo conforma, regiones y grupos en el ámbito de la identidad común, destacando que, para aquellos movimientos sociales y culturales surgidos de la entraña popular, la idea de un pasado común y un destino compartido se convierte en un sentimiento que los convoca y relaciona (Candón, 2019).

#### **2.1.2.1. MANIFESTACIONES DE LA CULTURA**

La cultura nacional describe las creencias que son compartidas por los miembros de una nación y resultan evidentes para diferenciarse en sus valores y en las actitudes que presentan, por ende, la cultura nacional es también la construcción de los mitos, muchos de los cuales surgen a la vida nacional a partir de su misma mistificación histórica, por lo tanto, los mitos son conceptualizados como aquellos sedimentos ideológicos en los que el poder y el contrapoder se apoya para ejercer, o busca ejercer, la dominación (Sánchez y Pérez, 2019).

De acuerdo con Hofstede (2005), la manera como las personas, sienten, actúan y piensan se entienden como una programación mental, a través de la cual se pueden entender ciertas reacciones de un individuo, no obstante, esto no afirma que el comportamiento de una persona está completamente predeterminado, todo lo contrario, una persona siempre tendrá la opción de responder de forma inesperada, independientemente de sus programas mentales; la fuente de dichos programas se encuentra en el entorno social en el que ha crecido el individuo y por ende ha recogido su experiencia de vida.

Campos (2018) menciona que, el punto de partida para la programación mental es la familia como núcleo esencial de la sociedad, seguido por el vecindario, la escuela y el ambiente laboral, un sinónimo para el software mental es la cultura, debido a que esta representa un fenómeno colectivo porque se comparte con otros individuos que habitan en el mismo entorno donde se aprendió, y debido a que, la cultura distingue entre miembros de distintos grupos, deriva del entorno social y no de los genes, se aprende y no se hereda, la cultura se distingue de la naturaleza humana y de la personalidad del individuo.

La figura a continuación muestra dicho constructo, lo cual se explica en seguida con detalle (**Figura 2.2**):

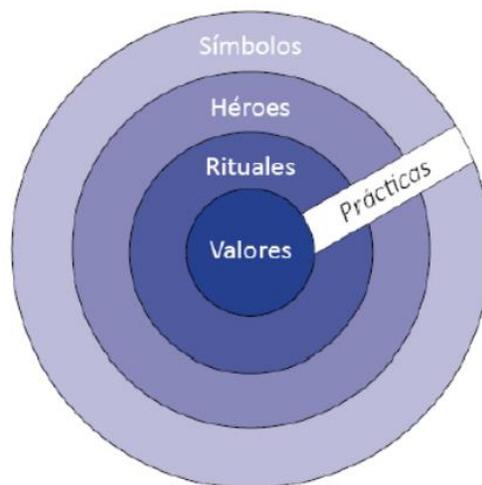


**Figura 2.2.** Pirámide de la cultura como programación mental  
**Fuente:** Elaboración propia con base en Hofstede, 2005

- **Personalidad:** Es catalogada como una representación mental ya que permite ser visualizada ante las demás culturas como un factor determinante, Geert Hofstede destaca que una parte de esta es heredada y otra aprendida, esta última modificada por la misma sociedad.
- **Cultura:** Las emociones determinadas en la naturaleza humana y la forma en cómo interactúan unos con otros puede cambiar y adaptarse dependiendo de cada cultura.
- **Naturaleza Humana:** Representa el nivel universal de la programación causando diferentes sensaciones como tristeza, alegría, amor, remordimientos u otras emociones que permiten de algún modo aprender a interrelacionarse con el medio y con otros individuos.

Hofstede (1984) argumenta que la cultura no es aprendida sino heredada y por lo tanto lo separa de la naturaleza humana y la personalidad individual.

Campos (2018) detalla que, las diferencias entre culturas se muestran a través de valores, rituales, héroes y símbolos, los cuales se pueden observar en la Figura 2.3, donde se logran apreciar los diferentes niveles de profundidad, los símbolos representan la manifestación más superficial y los valores la más profunda.



**Figura 2.3.** Manifestaciones de la cultura en diferentes modelos de profundidad  
**Fuente:** Hofstede, 2005

- **Símbolos:** Como símbolos se entienden palabras, gestos, imágenes u objetos que tienen un cierto significado para los que comparten la cultura. Este tipo de manifestación se desarrolla continuamente, así que nuevos símbolos aparecen, mientras que otros desaparecen o simplemente se imitan de otras culturas cercanas. Por tal razón, los símbolos se encuentran en el nivel más superficial.
- **Héroes:** Los héroes representan personas vivas o muertas que poseen características apreciadas y que funcionan como un modelo a seguir, por ello, esta capa representa a las personas reales o imaginarias con rasgos de personalidad que pueden ser ejemplo a seguir para la sociedad.
- **Rituales:** Por un lado, superfluos para el alcance de objetivos, sin embargo, se consideran socialmente esenciales, son llevados a cabo diariamente por las sociedades, como ejemplo se pueden mencionar las maneras de saludar, las ceremonias religiosas o sociales. Esta capa engloba todas aquellas actividades consideradas esenciales como la forma de agradecer, dar la bienvenida, de mostrar respeto, de relacionarse socialmente, de expresar la fe, y de aceptar y seguir las ceremonias sociales y religiones preestablecidas.
- **Valores:** En el centro se encuentran los valores, los cuales representan tendencias de preferencia de ciertos estados de cosas sobre otras. Los valores están reflejados en sentimientos contradictorios, como lo racional e irracional o lo moral e inmoral, por ello, para poder analizar una cultura es imprescindible tener en cuenta algunos niveles que pueden influir en el modelo mental de las personas, pues, el núcleo de una cultura son los valores que poseen los individuos que la conforman, y estos dependen de:
  - País de nacimiento o países en los que ha estado como residente.
  - Hay que tener en cuenta lo regional, étnico, religioso o lingüístico.
  - El género.
  - Diferencias culturales, sociales entre los diferentes miembros de la familia.

- La clase social asociada a las mejoras de estudio, empleo y relaciones sociales.
- Organizacional: Cómo las personas se adhieren a una cultura.

### **2.1.2.2. RELACIÓN ENTRE LA CULTURA Y LA ECONOMÍA**

La relación existente entre la cultura y la economía, analizada desde el contexto comunitario, sugiere un estudio a partir de los múltiples aspectos presentes en la cultura de cada comunidad, en el sentido que puede generar aportes decisivos para su desarrollo cultural y económico, es, por tanto, una fuente de sabiduría acumulada, establece mecanismos que le permiten tener potencial y conducir su vida de manera productiva y creativa de acuerdo a sus necesidades e intereses (Cepal, 2021).

Facchini (2020) expresa que la cultura es un elemento que estimula el desarrollo de una comunidad en todas sus dimensiones, y la economía no es ajena a ello, pues, la cultura y la economía son procesos dentro de los cuales la comunidad despierta una cierta creencia de sus capacidades, por lo que se proponen retos y deciden unirse para su logro, partiendo de la filosofía de que la confianza se nutre con la participación, destacando la importancia de la conectividad entre los miembros de la comunidad, la tolerancia frente a la diversidad, el sentimiento de apego y el orgullo por los orígenes de los miembros de la comunidad.

Como último aspecto cabe señalar que la participación activa y organizada de los miembros que conforman las comunidades es esencial para lograr asentar las bases de la sostenibilidad y del bienestar social, por ello no hay duda de que los valores pueden incidir fuertemente en el desarrollo económico y cultural de una sociedad, siendo notorio que la cultura y la economía son procesos que potencian la cohesión social, estimulan las aspiraciones colectivas e individuales, por lo que no deben ser entendidos como algo distinto, sino como un espacio en donde materializan todas las aspiraciones, deseos, conocimientos y saberes (Salas, 2020).

## **2.2. CITRICULTURA**

Los economistas clásicos fueron los primeros en considerar los recursos naturales como finitos, de las teorías propuestas por David Ricardo se desprende que el crecimiento económico se encuentra ligado al uso de la tierra; no obstante, puede disminuir o detenerse como consecuencia del incremento de los costos de producción y los rendimientos decrecientes de la tierra, por ello, la agricultura sigue siendo fuente de renta para muchas familias y, en consecuencia, una variable de crecimiento y competitividad para las naciones, mundialmente se estiman 96 millones de toneladas de cítricos, considerándose los frutos de mayor importancia (Valencia y Duana, 2019).

Rodríguez et al., (2020) describen la citricultura como una rama de la fruticultura dedicada especialmente al estudio del cultivo y el comercio de las especies frutales que pertenecen al género cítrico, aunque también abarca algunas otras especies como *fortunella* y *poncirus trifoliata* que gozan de poco interés comercial, se debe destacar que el comercio internacional de cítricos mueve millones de toneladas anualmente, en el año 2016 la FAO registró una producción mundial de 124.246 toneladas, la industria de cítricos se divide en dos mercados principales, el de fruta fresca y el de fruta procesada (principalmente zumo de naranja).

### **2.2.1. GENERALIDADES DE LOS CÍTRICOS**

El género cítrico, engloba a las especies de grandes arbustos o arbolillos perennes de la familia de las rutáceas cuyas frutas poseen altos valores de vitamina C y ácido cítrico, según varias investigaciones este tipo de árboles frutales son originarios del Asia tropical y subtropical, este género contiene tres especies y numerosos híbridos cultivados, inclusive las frutas más ampliamente comercializadas, como el limón, la naranja, la lima, el pomelo (también llamado toronja) y la mandarina, con diversas variedades que dependen de la región en la que se cultive cada una de ellas (Ruiz et al., 2019).

Valencia Y Duana 2019 mencionan que debido a la gran facilidad que poseen los cítricos para lograr un proceso de hibridación, todos los cultivos que son desarrollados para fines comerciales se obtienen a través de injertos entre las especies cultivares deseadas sobre plántones seleccionados por su resistencia a las enfermedades, por ello, la taxonomía y la sistemática del género son complejas y no está claro la cantidad exacta de especies naturales, ya que muchas de estas especies son híbridos clonados que se han generado con semillas (por apomixis).

A demás, evidencias genéticas indican que incluso algunas especies salvajes tienen un origen híbrido, la mayoría de las especies cítricas parecen que son híbridos naturales o artificiales procedentes de un número reducido de especies ancestrales, entre los que se encuentran el limón, el pomelo, el mandarino y la papeda, mientras que los híbridos naturales y cultivados incluyen importantes frutos comerciales como naranjas, pomelos, limones, limas y algunas mandarinas

Los llanos cuentan con todas las características necesarias y con las condiciones atmosféricas y climáticas para llegar a tener mayores áreas de cultivo de frutas cítricas, estando únicamente condicionado por la evolución del mercado interno, del incremento de demanda de fruta por la agroindustria, de las exportaciones (de fruta fresca y transformada), y el comportamiento del área cultivada en cítricos en otras regiones cercanas (Reyes y Orrala, 2021).

### **2.2.2. SITUACIÓN DEL CÍTRICO A NIVEL MUNDIAL**

El consumo de cítricos a escala mundial ha registrado un fuerte crecimiento desde mediados de los años 80, lo que conlleva también a un claro aumento en su producción, frutas como naranjas, tangerinas, limones y limas son las que han aumentado rápidamente su popularidad, y aún más los productos cítricos elaborados, gracias a las mejoras introducidas en el transporte y en el empaquetado que han reducido los costos y mejorado la calidad

Ahora bien, la expansión acelerada de la producción y el crecimiento más lento de la demanda de naranjas y pomelos han determinado una disminución de los precios de las naranjas y pomelos tanto frescos como elaborados, debido a esto el ritmo de

las nuevas plantaciones ha disminuido, y se supone que en los próximos 10 años las tasas de crecimiento tanto de la producción como del consumo serán más bajas que la de los últimos diez años (Zayas, 2019).

El factor determinante dentro del estudio y el análisis de la factibilidad de la inversión en sembríos de cítricos en el todo el planeta es el clima que predomina el área del sembrío, por ello, la siembra de los cítricos debe darse acorde a la estación del año que propicie su vegetación, siendo el hemisferio norte el principal productor de estos frutos (Albaladejo et al., 2021).

Debido a que la citricultura es una actividad mundial que se desarrolla en climas tropicales y subtropicales su producción y comercialización se rige esencialmente por la estacionalidad, los países del hemisferio norte son los mayores productores de cítricos con una participación del 70 al 80%; el resto proviene de los países del hemisferio sur (Lomas y Rivas, 2021)

Según datos de Cítricos, recetas y citricultura (2019) los diez principales países productores de cítricos del mundo son:

- **Brasil**

Con una producción total de 20.682.309 toneladas de cítricos, es la nación productora de cítricos más grande del mundo, cultiva pomelos, naranjas, limones, limas y mandarinas, casi el 35% de todas las naranjas en el planeta provienen de Brasil.

- **China**

Este país produce 547.000 toneladas de toronja, 745.100 toneladas de limas y limones, 2.865.000 toneladas de naranjas, 14.152.000 toneladas de mandarinas y 1.308.000 toneladas de cítricos no especificados.

- **Estados Unidos**

La nación tiene la mayor producción de toronja en el mundo, con 1.580.000 toneladas, la producción de limones y limas es de 722.000 toneladas, las naranjas suman 7.357.000 toneladas y las mandarinas 14.152.000 toneladas.

- **México**

El país produce 6.851.000 toneladas de cítricos, de hecho, México es el único proveedor extranjero importante de cítricos para el mercado de USA, aunque la mayor parte de la producción de cítricos en México se destina al mercado local.

- **India**

India es el mayor productor mundial de limones y limas en el mundo, en esta nación se producen 178.000 toneladas de toronja, 3.900.000 toneladas de naranjas y mandarinas y 148,000 de frutos cítricos no especificados.

- **España**

La nación produce 35.000 toneladas de fruta de uva, 880.000 toneladas de limas y limones, 2.691.400 toneladas de naranjas, 2.080.700 toneladas de tangerinas y 16.500 toneladas de especies no especificadas, todo esto suma hasta 5.703.600 toneladas de cítricos.

- **Irán**

Irán a pesar de ser un país con territorio seco es uno de los productores de frutos cítricos más grandes del mundo, esta nación produce 54.000 toneladas de toronjas, 615.000 toneladas de limas y limones, 2.300 toneladas de naranjas, 702.000 toneladas de mandarinas y 78.000 toneladas de frutos cítricos no especificados.

- **Italia**

Tiene una producción de 7.000 toneladas de uvas, 546.584 toneladas de limas y limones, 2.293.466 toneladas de naranjas, 702.732 toneladas de mandarinas y 30.000 toneladas de frutas cítricas no especificadas.

- **Nigeria**

Nigeria es un país único que no produce pomelos, limones y limas, naranjas y mandarinas, sin embargo, producen 3.325.000 toneladas de frutos cítricos no especificados.

- **Turquía**

Este país tiene una capacidad de producción de 18.923 toneladas de uvas, 706.652 toneladas de limas y limones, 1.472.454 toneladas de naranjas y 738.786 toneladas de mandarinas, además de una producción de cítricos no especificados de 2.599 toneladas.

### **2.2.2.1. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

El canal de comercialización es el conjunto de agentes por los que pasa el producto desde que sale de la explotación agrícola, hasta que llega al consumidor final, el objetivo del estudio de los canales de comercialización, aparte de conocer las rutas por donde circulan los productos, es buscar la disminución de la incertidumbre y los riesgos que originan una deficiente coordinación de la comercialización, los principales agentes de la cadena de comercialización son: acopiadores, mayoristas, minoristas y detallista (Zayas, 2019).

Arana y Figueroa (2019) mencionan que, los citricultores suelen comercializar sus productos a través de las grandes cadenas de distribución, por lo que a menudo resulta más complicado vender sus productos a los comercios locales y, en general, al por menor, sin intermediarios, es por ello que las empresas dedicadas a la producción y comercialización de cítricos han de idear nuevos canales de distribución para la venta de sus productos a una escala menor, que hasta ahora quedaba desierta, entre los que se destacan los siguientes canales:

- **Sitio web comercial**

Este canal es uno de los más utilizado actualmente por comerciantes, pues, cuando la mayoría de la gente quiere saber sobre un negocio o sus productos, lo primero que hacen es ir a un motor de búsqueda, lo que encuentran en su búsqueda da forma a su imagen del negocio e influye en su decisión de comprar su producto o

servicio, según Google, el 89% de los compradores entre empresas y el 81% de los compradores en línea utilizan motores de búsqueda para obtener más información sobre nuevos productos y servicios.

- **Blogs**

Los blogs se han convertido en un poderoso canal de marketing en el mundo de la citricultura y de la agricultura en general, un blog de negocios es una página web independiente o parte de un sitio web de negocios existente, se asigna específicamente a escribir sobre materiales relacionados con la industria de la empresa o sus subcampos.

- **Redes sociales**

Con más de 2.700 millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo, se puede decir que el marketing en redes sociales es el canal de marketing más grande y poderoso en la actualidad, el marketing en redes sociales implica el proceso de crear, gestionar y compartir una gran variedad de contenido en las redes sociales para lograr los objetivos específicos de marketing de cualquier tipo de empresa, la presencia en las redes sociales hace que el negocio de los cítricos sea más accesible y los clientes estén al tanto del negocio, aparte tiene la ventaja que permite al comerciante responder en tiempo real a problemas y conversaciones.

- **Marketing por correo electrónico**

El marketing por correo electrónico es la forma más directa, económica y efectiva de conectarse con clientes potenciales, nutriéndolos y convirtiéndolos en clientes, por ello los citricultores usan el marketing por correo electrónico ayuda a crecer y mantener una relación con los clientes al compartir regularmente información valiosa, lo más importante es que el marketing por correo electrónico le permite al comerciante tener un control completo sobre el contenido que obtienen los clientes, lo que permite la mensajería personalizada.

- **Comercialización local**

El marketing local es simplemente un canal de marketing que implica comercializar su negocio a una audiencia cercana o la comunidad en la que opera, este tipo de comercialización generalmente es utilizado por pequeños productores, o cuando la producción nacional es destinada al consumo interno.

### **2.2.3. SITUACIÓN DEL CÍTRICO EN ECUADOR**

Realmente es poco lo que se habla acerca de la cantidad de producción de cítricos en el Ecuador, a pesar de ser un tipo de cultivo al que se dedican miles de familias en la provincia de Manabí, además de que existen algunas empresas agrícolas nacionales en provincias tales como Bolívar, El Oro, Guayas, Esmeraldas, entre otras, con plantaciones de regular extensión, aunque es menester aclarar que cítricos existen a nivel de huerto familiar en casi todo Ecuador, hasta en la sierra ecuatoriana, en Ambato, por ejemplo, la muy conocida mandarina pequeña, muy dulce y sabrosa que se cultiva particularmente en Patate para la producción industrial de licores (Rodríguez, 2013).

Por otra parte, Cañarte y Navarrete (2019) mencionan que, Ecuador posee un gran potencial para la producción de cítricos, principalmente en la región costa, cultivándose alrededor de 10.219 hectáreas en monocultivo (naranjas, limón, mandarinas) y 14.219 hectáreas en asocio, las provincias más productoras son Manabí, Los Ríos, Guayas, Pichincha y Tungurahua, no obstante su rendimiento está permanentemente amenazado por problemas fitosanitarios, entre ellos los artrópodos plagas, por otro lado las tecnologías sostenibles para su manejo son escasas así como la eficacia de sus enemigos naturales.

### **2.2.4. SITUACIÓN DEL CÍTRICO EN EL CANTÓN CHONE**

La cultura popular en el Ecuador ha determinado por tradición que uno de los productos estrella de la agricultura de la sociedad chonense es la naranja y la mandarina dulce, y es que en esta zona de la provincia de Manabí se produce generosamente casi toda la gama conocida de cítricos, incluido el limón, la tierra de

este cantón es particularmente apta para estos cultivos, que en muchos casos se dan casi por generación espontánea (Revista de Manabí, 2016).

Por eso aquí es fácil encontrar árboles de naranjo en las variedades dulce, toronja (blanca y roja), lima limón, mandarina y limón puro, de modo que no es extraño conocer, recientemente, a 11 organizaciones de productores de cítricos del cantón Chone que gestionan la creación de una planta industrial para cítricos y buscan que esa idea se haga realidad a corto plazo, el sustento de fondo es la abundante y variada producción cítrica cantonal, que en ciertas cosechas se pierde una gran parte por falta de demanda local o porque los caminos vecinales en mal estado impiden sacarla al mercado (Rodríguez, 2013)

Según la Revista de Manabí (2018) la producción de los frutos cítricos estaba destinada originalmente a cubrir las necesidades de los empleados y los trabajadores de los campos, en sus principales centros de producción a lo largo y ancho de sitios tales, como: Mosquito, Río Grande y Garrapata, con excelentes variedades para comer en la mesa o servida como bebida refrescante, por extensión, esos frutos llegaron a manos de muchos vecinos en otros cantones; y, trabajadores emprendedores, que sembraron mucho después sus propias fincas o naranjales en tierras fértiles entre Chone y El Carmen, y en otros municipios.

Rodríguez (2013) también menciona que, en el cantón Chone predomina en gran medida la siembra de la naranja en casi todas sus variedades, en comparación a otras frutas cítricas, principalmente son cosechadas las naranjas de jugo, el comercial mayorista mejor posicionado en la compra y venta de frutas tropicales, particularmente naranjas, es el centro comercial "Cítricos Molina", situado en el sitio San Andrés de la Parroquia Santa Rita de Chone, esta empresa comercial funciona en el mismo lugar desde hace más de 23 años.

Los negocios más importantes de Cítricos del sr. Molina son provenientes de las mandarinas, las cuáles alcanzan una producción de 360.000 por día y las naranjas (100.000 por semana), el volumen de negocios por año rebasa los 200 mil dólares norteamericanos y las transacciones de venta allí se hacen por ciento: 100 mandarinas, 5.50 dólares; 100 naranjas, 6 dólares; y, 100 toronjas, 8 dólares, estos

precios pueden variar en función de la oferta y la demanda, reduciéndose significativamente cuando los volúmenes de compra son altos (Revista de Manabí, 2016).

### **2.3. CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA**

Severino y Perezgrovas (2022) mencionan que la condición socioeconómica es un indicador de la situación social de los integrantes de un área en específico que incluye típicamente una caracterización de los ingresos de los miembros que conforman dicha sociedad, del nivel educativo y de la ocupación, y que generalmente está ligada a una amplia gama de repercusiones de la vida; diferenciándose dos enfoques para realizar una caracterización socioeconómica:

Enfoque cualitativo:

- Relación intra – extrafamiliar.
- Proyecto de vida en la familia.
- Comportamiento alimentario de la familia.

Enfoque cuantitativo:

- Situación económica.
- Composición familiar.
- Educación.
- Entorno físico ambiental.

El INEC clasifica a los hogares en cinco grupos, aunque no asigna etiquetas para describir a estos grupos se podría decir que son:

- A (alto) de 845,1 a 1000 puntos.
- B (Medio alto) de 696,1 a 845 punto.
- C+ (Medio típico) de 535,1 a 696 puntos.
- C- (Medio bajo) de 316,1 a 535 puntos.
- D (bajo) de 0 a 316 puntos.

## CAPÍTULO III. DISEÑO METODÓLOGICO

### 3.1. UBICACIÓN

La investigación detallada en el presente documento se realizó en Chone, también conocida como San Cayetano de Chone; cabecera cantonal del Cantón Chone, así como la tercera urbe más grande y poblada de la Provincia de Manabí correspondiente a las coordenadas: 0°41'53.5" S 80°5.617' O a una altura promedio de 22 m.

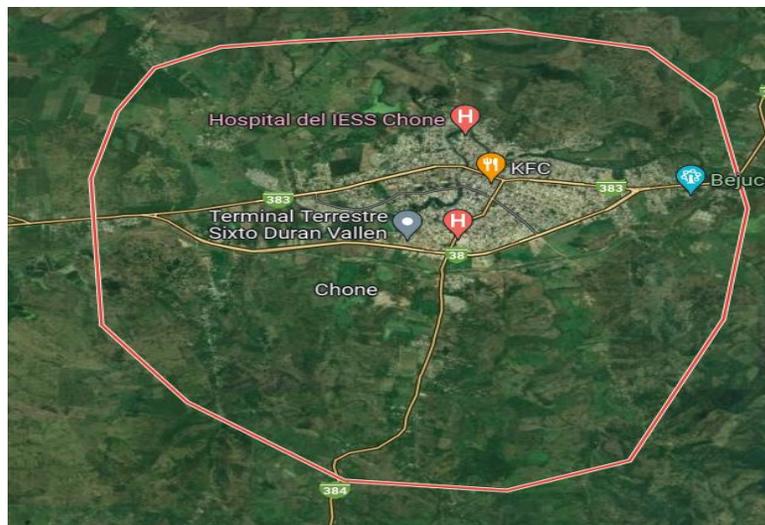


Figura 3.1. Área de estudio  
Fuente: Google Maps 2023

### 3.2. DURACIÓN

La ejecución de la investigación se la realizó en una duración total de 6 meses a partir de su aprobación.

### 3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

#### 3.3.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), por ello se realizó una

investigación de este tipo, pues, era necesario que la información se recolectara directamente de los sujetos investigados.

### **3.3.2. INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL**

Se realizó una investigación no experimental basada en categorías, conceptos y sucesos en comunidades, para ello no fue necesaria la intervención directa del investigador, sino que se observaron los fenómenos o los acontecimientos, de tal manera que se pudo realizar un análisis cuantificable de los datos obtenidos.

### **3.3.3. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

Se necesitó aplicar una investigación documental, pues solo a partir de la investigación documental se lograron conocer los antecedentes del problema o el estado de la cuestión (Barros y Castillo, 2022). Para ello se seleccionó, organizó y analizó la información sobre el objeto de estudio a partir de fuentes documentales.

## **3.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACION**

### **3.4.1. MÉTODO CUALITATIVO**

Se aplicó el método cualitativo, dicho método se aplicó debido a que fue necesario que en la presente investigación se recopilaran datos no numéricos, como son las dimensiones culturales y las características socio económicas del objeto en estudio, para ello fue necesario la aplicación de encuestas con la finalidad de recolectar la información necesaria para proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado que se producen en determinada cultura o ideología y el nivel socio económico que presentan.

### **3.4.2. MÉTODO CUANTITATIVO**

Se aplicó el método cuantitativo, dicho método se empleó durante la recolección de datos del objeto en estudio, debido a que fue necesario caracterizar de manera numérica las dimensiones culturales y el nivel socioeconómico de los productores de cítricos en Chone, con la finalidad de poder realizar un análisis estadístico, con el cual se demostró la correlación existente entre las variables, resaltando que este

método implicó la recopilación y presentación sistemática de los datos para así dar una idea clara de una situación a partir de la idea a defender de una investigación (García y Sánchez, 2020).

### **3.5. TÉCNICAS**

#### **3.5.1. REVISIÓN DE DOCUMENTOS**

Esta técnica se utilizó para recopilar datos después de revisar los documentos existentes, debido que fue una forma eficiente y eficaz de recopilar información, ya que los documentos son manejables y son el recurso más práctico para obtener datos calificados del pasado, además de fortalecer y apoyar la investigación mediante el suministro de datos suplementarios.

#### **3.5.2. ENCUESTA DE ESTRATIFICACIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO**

Se aplicó encuestas a la población involucrada en la investigación con el objetivo de medir el nivel socio económico del objeto en estudio, para legitimar el comportamiento y la confianza de los participantes, las preguntas fueron de opción múltiple ya que ayudaron a simplificar y cuantificar el comportamiento de los participantes.

#### **3.5.3. ENCUESTA PARA LA MEDICIÓN DE LAS DIMENSIONES CULTURALES DE GERT HOFSTEDE**

Se encuestó a la población involucrada en la investigación con el objetivo de medir las dimensiones culturales de Gert Hofstede del objeto en estudio, para legitimar el comportamiento y la confianza de los participantes, las preguntas fueron de opción múltiple.

### **3.6. HERRAMIENTAS**

#### **3.6.1. CUESTIONARIO DE ESTRATIFICACIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL INEC**

Se utilizó el cuestionario elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos para la estratificación del nivel socioeconómico, para esta clasificación se utilizó un

sistema de puntuación a las variables, las características de la vivienda tienen un puntaje de 236 puntos, educación 171 puntos, características económicas 170 puntos, bienes 163 puntos, TIC's 161 puntos y hábitos de consumo 99 puntos (INEC, 2022).

### **3.6.2. MODELO DE DIMENSIONES CULTURALES DE GERT HOFSTEDE**

Se tomó como herramienta de medición el Modelo de Dimensiones Culturales de Gert Hofstede que consta de un total de cinco elementos, con distintos indicadores y cuantificados de 1 a 120 puntos. Cada uno de estos indicadores tiene una construcción distinta y su interpretación puede ser invertida, de acuerdo con el enfoque y connotación que se dé al estudio a desarrollar, o será necesario establecer los extremos del indicador para aplicar la operación que su fórmula determine.

Se utilizó también la herramienta digital InfoStat, la cual es un software para análisis estadístico de aplicación general desarrollado bajo la plataforma Windows.

## **3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.7.1. POBLACIÓN**

La población de estudio se centró directamente en los productores de cítricos localizados en la ciudad de Chone, no obstante, no existe un censo o información estadística previamente levantada sobre la población en estudio, por ello, durante la investigación se realizó la identificación de la cantidad de productores de cítricos en Chone.

### **3.7.2. MUESTRA**

Luego de determinar la población objeto de estudio se procedió con el cálculo del tamaño de la muestra, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} \quad [3.1]$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza.

p= Probabilidad de que ocurra el evento

q= (1 \* p) Probabilidad de que no ocurra el evento

e= Error de estimación máximo aceptado

### 3.8. VARIABLES EN ESTUDIO

Tabla 3.1. Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Tipo de Variable	Conceptualización	Definiciones operacionales	Instrumento	Indicador
Dimensiones culturales	Cualitativa	Varios investigadores han desarrollado esquemas para agrupar las diferencias de comportamiento con la idea de clasificar a los países en grupos que reflejen culturas semejantes, uno de los modelos ampliamente conocido es el de las cinco dimensiones culturales, propuesto por Geert Hofstede. Doctor en sociología, ha sido uno de los primeros investigadores en analizar la influencia del contexto cultural en la gestión de negocios (Cepal, 2021).	Con el objetivo de describir cualitativamente las dimensiones culturales que predominan en los productores de cítricos de Chone se desarrollará una encuesta a la población involucrada en la presente investigación.	Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● El individualismo en comparación con el colectivismo.</li> <li>● La distancia al poder.</li> <li>● La evasión de la incertidumbre.</li> <li>● La cantidad en comparación con la calidad de vida.</li> <li>● Orientación a largo plazo.</li> <li>● En una cultura indulgente, es bueno ser libre.</li> </ul>

Nivel socioeconómico	Cuantitativa	El nivel socioeconómico es una medida total económica y sociológica que combina la preparación laboral de una persona, de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación y empleo (Facchini, 2020).	Se realizará una descripción de las condiciones socioeconómicas de los productores de cítricos del área en estudio, para ello se aplicará una encuesta a los productores seleccionados. Las respuestas de las encuestas serán categorizadas, colocando valores según la importancia del indicador que se está analizando, clasificando de esta manera los niveles socioeconómicos.	Encuestas Gráficos estadísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nivel educativo de los jefes del hogar</li> <li>● Tenencia de equipamiento informático en el hogar</li> <li>● Tipo de vivienda</li> <li>● Posesión de bienes</li> <li>● Tipo de vivienda</li> <li>● Posesión de bienes</li> </ul>
----------------------	--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

### 3.9. PROCEDIMIENTOS

A continuación, se procederá a presentar detalladamente cada una de las actividades que se desarrollaron en la presente investigación:

#### 3.9.1. FASE I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LAS DIMENSIONES CULTURALES.

**Actividad 1:** Evaluación y selección de la bibliografía.

Debido a que existen centenares de fuentes bibliográficas y una gran cantidad de documentos electrónicos sobre las dimensiones culturales y se dispone de un tiempo limitado, fue necesario enfocarse en la información de las fuentes más relevantes para el estudio, para ello se clasificará la documentación según su relevancia con el tema de estudio, la calidad científica y por último el año de publicación.

**Tabla 3.2.** Evaluación y selección de la bibliografía

Parámetros calificados	Criterios
Relevancia	Se, empezó con la introducción y la conclusión de la investigación, al considerar que estos apartados ofrecen información suficiente para juzgar si la

	publicación es relevante para la revisión bibliográfica o no.
Calidad científica	Se usaron únicamente artículos que fueron publicados en revistas importantes y documentos que se encontraron en páginas web de instituciones científicas, gubernamentales e intergubernamentales.
Año de publicación	Se utilizó información publicada en los últimos diez años.

### **Actividad 2:** Procesamiento de la información.

Luego de identificar la documentación y las fuentes en las que se enfocó la revisión bibliográfica, se extrajeron los conceptos claves, las teorías y modelos que se encontraron, a partir de aquí, se desarrollaron los resultados, es importante mencionar que dichos resultados no fueron un mero resumen de la información encontrada, sino que se realizó una matriz comparativa de los diversos estudios entre sí, seleccionando aquellos con mayor aporte científico y relacionando los planteamientos de los autores e interpretando los datos más relevantes.

### **3.9.2. FASE II. CARACTERIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA DE LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD**

**Actividad 3:** Muestreo de los productores de cítricos encuestados para realizar la caracterización socio económica.

Para seleccionar oportuna y objetivamente la muestra de la población total, se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, según lo propuesto por Barros y Castillo (2016) quienes indican que cada unidad que compone la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionada, para ello, se aplicaron los siguientes pasos:

- Se identificó y definió la población.
- Se realizó una lista de cada una de las unidades de la población.
- Se calculó la muestra.
- Se asignó un número a cada productor de cítrico para que de manera ordenada puedan ser encuestadas.

**Actividad 4:** Descripción de las condiciones socio económicas de los productores de cítricos de Chone.

Se realizó una descripción de las condiciones socio económicas de los productores de cítricos del área en estudio, para ello se aplicó una encuesta a los productores seleccionados en la actividad 3, las respuestas de las encuestas fueron categorizadas, colocando valores según la importancia del indicador que se está analizando, clasificando de esta manera los niveles socioeconómicos de las personas involucradas en el estudio.

### **3.9.3. FASE III. ANÁLISIS DE LA CORRELACIÓN ESTADÍSTICA ENTRE EL INDICADOR NACIONAL DE LAS DIMENSIONES CULTURALES VERSUS EL OBJETO DE ESTUDIO.**

**Actividad 5:** Descripción de los indicadores de las dimensiones culturales de los productores de cítricos de Chone.

Se realizó una descripción de los indicadores de las dimensiones culturales de los productores de cítricos del área en estudio, para ello se aplicó una encuesta a los productores seleccionados en la actividad 3, las respuestas de las encuestas fueron categorizadas, colocando valores según la importancia del indicador que se está analizando.

**Actividad 6:** Evaluar la correlación estadística entre el indicador de las dimensiones culturales versus el nivel socioeconómico de los productores de cítricos.

Con base en los valores obtenidos en la actividad cuatro y en la actividad cinco, se obtuvo el nivel de correlación estadística entre las dimensiones culturales y el objeto de estudio mediante una correlación de Pearson en InfoStat. Para evidenciar el nivel de correlación se interpretó el coeficiente de Pearson con base a la tabla propuesta por Roy et al. (2019) en la que se establecen valores cuantitativos y cualitativos.

**Tabla 3.3.** Interpretación del coeficiente de correlación

Valor cuantitativo	Valor cualitativo
0	Sin correlación
$\pm 0,20$	Correlación débil
$\pm 0,50$	Correlación moderada
$\pm 0,80$	Correlación buena
$\pm 1,00$	Correlación perfecta

Fuente: Roy et al. (2019)

### 3.9.4. FASE IV. PROPUESTA DE UN PLAN DE ACCIÓN DIRECCIONADO A MEJORAR EL NIVEL SOCIOECONÓMICO QUE PRESENTAN LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE CHONE.

**Actividad 7:** Determinar los objetivos y las estrategias para el plan de acción.

Se realizó un análisis de los puntos débiles detectados en los indicadores de las dimensiones culturales y en la encuesta socioeconómica efectuada a los productores de cítricos de Chone para determinar los objetivos específicos del plan de acción y trazar las estrategias que se deberán seguir para el cumplimiento de cada uno de ellos.

**Actividad 8:** Diseñar el plan de acción para mejorar el nivel socio económico de los productores de cítricos de Chone.

Con base en los objetivos delimitados en la actividad anterior se procedió al desarrollo del plan de acción que fue elaborado con la finalidad de mejorar el nivel socioeconómico de los productores de cítricos del área en estudio.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS

### 4.1. FASE I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LAS DIMENSIONES CULTURALES.

Las bases de datos seleccionadas para la búsqueda fueron:

**Tabla 4.1.** Base de datos para la revisión bibliográfica

Base de datos	Filtros	Total de artículos	Total de artículos seleccionados
Redalyc		46	4
Elsevier	Artículos desde el año 2017 – 2022	32	2
Dialnet	Artículos científicos Inglés – español	39	4
		<b>Total, de artículos seleccionados</b>	10

Fuente: Elaboración propia

Ante los resultados obtenidos de las cadenas de búsqueda se plantearon criterios de inclusión y exclusión para seleccionar aquellos artículos más relevantes para la investigación.

#### Criterios de inclusión

- Artículos que hagan referencia a las dimensiones culturales de Geert Hofstede.
- Artículos con máximo cinco años de antigüedad.

#### Criterios de exclusión

- Artículos con más de 5 años de antigüedad.

A continuación, usando como sustento la revisión bibliográfica realizada se detallan los fundamentos teóricos encontrados en diferentes artículos científicos:

**Distancia al poder:**

Este índice se define como la medida en que los miembros menos poderosos de las organizaciones y las instituciones (como la familia) aceptan y esperan que el poder sea distribuido de manera desigual. En esta dimensión cultural, la desigualdad del poder es percibida por los seguidores o miembros del nivel inferior de la organización. Un nivel más alto de este índice indica que la jerarquía está claramente establecida y ejecutada en la sociedad, sin duda ni justificación. Un nivel más bajo de este índice significa que las personas cuestionan la autoridad y buscan que se distribuya el poder de forma equitativa.

**Individualismo:**

Este índice explora en qué medida las personas en la sociedad están integradas en grupos. Las sociedades individualistas tienen vínculos grupales relativamente débiles, frecuentemente un individuo sólo se siente cercano a su familia más inmediata. Las sociedades individualistas hacen énfasis en el “yo” en lugar del “nosotros”.

Su contraparte, las sociedades colectivistas, se describen como sociedades en las cuales las relaciones estrechamente integradas vinculan a las familias extendidas y a otras formas de grupos. Estos grupos están unidos por la lealtad y el apoyo mutuo de manera indiscutible, especialmente cuando surgen conflictos con otros grupos. Un valor alto de este índice indica un mayor grado de individualismo, mientras que uno bajo de colectivismo.

**Masculinidad:**

En esta dimensión la masculinidad se define como una preferencia en la sociedad por el logro, la competitividad, el heroísmo, el asertividad, y las recompensas materiales por el éxito. Su contraparte, la feminidad, representa una preferencia por la cooperación, la modestia, el cuidado de los más débiles, y la calidad de vida. Las mujeres en las respectivas sociedades tienden a mostrar diferentes valores. En las sociedades más femeninas, las mujeres comparten puntos de vista modestos y empáticos de igual manera que los hombres.

Por el contrario, en las sociedades más masculinas las mujeres son más asertivas y competitivas, pero notablemente menos que los hombres. En otras palabras, ellas todavía reconocen una brecha entre los valores masculinos y femeninos. Un valor alto de este índice indica un mayor grado de masculinidad, mientras que uno bajo de feminidad.

### **Aversión a la incertidumbre:**

Este índice se define como la medida de tolerancia por la ambigüedad en una sociedad, en la cual las personas pueden aceptar o rechazar determinados eventos inesperados, desconocidos, o alejados del status quo. Las sociedades con valores altos en este índice optan por seguir códigos rígidos de conducta, que incluyen todo tipo de normas y leyes, y generalmente confían en verdades absolutas o en la creencia de que una sola verdad dicta todo y las personas saben cuál es dicha verdad.

Las sociedades con niveles bajos de este índice muestran una mayor tolerancia hacia los pensamientos y las ideas diferentes. Así mismo, en estas sociedades se tiende a imponer menos regulaciones, se acostumbra un mayor grado de ambigüedad, y el ambiente es más fluido.

### **Orientación al largo plazo:**

Esta dimensión se relaciona con la conexión entre el pasado, por un lado, y los retos y las acciones presentes y futuros, por el otro. Un nivel más bajo de este índice (orientación al corto plazo) indica que las tradiciones se honran y guardan, mientras que la perseverancia es valorada. Por el contrario, las sociedades con niveles altos en este índice (orientación al largo plazo) ven la adaptación y la resolución circunstancial y pragmática de los problemas como una necesidad.

Un país pobre que es orientado al corto plazo usualmente tiene un desarrollo económico lento o estancado, mientras que los países orientados al largo plazo tienden a continuar desarrollándose de manera continua.

## Indulgencia:

Esta dimensión es fundamentalmente una medida de felicidad. Trata de mostrar en qué medida las alegrías son satisfechas o no. Las sociedades indulgentes son definidas como aquellas donde se permite de manera relativamente libre la gratificación de los deseos humanos básicos y naturales relacionados con el disfrute de la vida y la obtención de diversión. Su contraparte, las sociedades restringidas, se definen como aquellas donde se controla y regula la gratificación de las necesidades por medio de normas sociales estrictas.

En las sociedades indulgentes, las personas tienen la creencia de estar en control de sus propias vidas y emociones; por otro lado, en las sociedades restringidas las personas creen que factores externos condicionan sus vidas y emociones. Un nivel alto en esta índice señala un grado más alto de indulgencia.

En la siguiente tabla se presenta un resumen de los hallazgos en la literatura:

**Tabla 4.2.** Resumen de los hallazgos encontrados

Fuente	Artículo	Autores	Año de publicación	Objetivo	Conclusiones
Redalyc	Impacto de las Variables Culturales de Hofstede en el Crecimiento Económico de los Países	Paola Fernanda Giraldo Zuluaga	2019	Estudiar el impacto de la cultura sobre el crecimiento económico largo plazo de los países.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los rasgos culturales resultaron ser determinantes en la calidad institucional, en la formación de capital humano, productividad, competitividad, administración de recursos y por ende en el crecimiento económico si se analiza desde la perspectiva empírica y teórica.</li> <li>• Se encontró que la ubicación en el espacio, el individualismo, la orientación a largo plazo y la aversión a la incertidumbre si poseen capacidad explicativa en el crecimiento económico de los países.</li> </ul>
Scielo	Intención empresarial y dimensiones	Edwin Tarapuz Chamorro,	2021	Establecer la dependencia entre la intención empresarial y	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De acuerdo con los resultados de la investigación, en su</li> </ul>

	<p>culturales en estudiantes de maestría en administración en Colombia</p>	<p>Juan Aristizáb al Tamayo y Adriana Patricia Uribe Urán</p>		<p>las dimensiones culturales de los estudiantes de Maestría en Administración (MBA) en Colombia.</p>	<p>conjunto, las dimensiones de Hofstede no explican la IE de los estudiantes de MBA en Colombia; al respecto, el análisis para las seis dimensiones estudiadas (Distancia de poder, Masculinidad, Aversión a la incertidumbre, Orientación al largo plazo e Indulgencia) no muestran relación positiva en referencia con la IE para los dos grupos de ciudades (altos ingresos y bajos ingresos). Desde otro punto de vista, a partir del test estadístico del chi-cuadrado de Pearson (<math>\chi^2</math>) la IE en ciudades de PIB bajo es dependiente de la variable Individualismo de Hofstede con una significancia estadística del 5%. En vista de lo anterior, se concluye que las personas que habitan ciudades de PIB bajo asumen que la actividad empresarial se realiza en forma asociativa.</p>
Redalyc	<p>Dimensiones culturales y sustentabilidad como factores de convivencia ciudadana. Un estudio comparativo entre países</p>	<p>Héctor Fernando Rueda Rodríguez</p>	2021	<p>Determinar la relación entre la convivencia ciudadana, el cuidado ambiental y las dimensiones culturales, a partir de un estudio documental de fuentes secundarias, entre ellas, el Environmental Performance Index (EPI) de 2020 y las dimensiones de la cultura de Hofstede de 2020.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen indicios de una relación directamente proporcional entre algunas de las dimensiones institucionales planteadas por Hofstede y el EPI; entre ellas se encuentran el individualismo y la orientación a largo plazo, dado que, al revisar el indicador de desarrollo sostenible, las diferencias son evidentes entre países con dimensiones institucionales con una calificación alta.</li> <li>• Para otras dimensiones institucionales como la distancia de poder y la reducción de la incertidumbre, la relación es inversamente</li> </ul>

					<p>proporcional con el EPI. Aunque las variables estén correlacionadas, existe un espacio para profundizaciones posteriores, sobre todo teniendo en cuenta la dinámica cambiante de los aspectos institucionales; además, en medio de los cambios ambientales que vive el planeta, es imperativo explorar factores institucionales que favorezcan el cuidado de los recursos naturales y la preservación de los ecosistemas.</p>
Redalyc	<p>Bancos y Cultura Nacional: Hofstede no Brasil</p>	<p>y</p>	<p>Mariana Araújo do Nascimento, Siegrid Guillaumon y Caroline Cordova Bicudo da Costa</p>	<p>2019</p>	<p>Comprender las características de la cultura organizacional de las agencias bancarias de una institución financiera a partir de la Teoría de las Dimensiones Culturales de Hofstede</p> <p>• Las características culturales predominantes en la institución en estudio son las dimensiones distancia de poder, individualismo, igualdad de género y aversión a la incertidumbre, es decir, se identificó una cultura de alta distancia de poder, colectivista, con un alto grado de igualdad de género y alta evitación de la incertidumbre. Comparando las características con el resultado nacional de la investigación de Hofstede (2001) y la investigación de Ferreira (2008), se observó que las dimensiones de distancia al poder e individualismo casi no divergieron, mientras que la de aversión a la incertidumbre, fue mayor que la de Brasil (Hofstede, 2017) y cercana a los resultados de Ferreira (2008).</p>
Redalyc	<p>El conocimiento de las apreciaciones culturales,</p>		<p>Gil Toledo John Jairo</p>	<p>2018</p>	<p>Analizar la influencia de la cultura en los procesos de innovación y de negociación internacional, desde las</p> <p>• La cultura perjudica la evolución de la negociación; en ocasiones en grado sumo, pudiendo negociar</p>

<p>como estrategia innovadora en los procesos de internacionalización de las empresas colombianas</p>	<p>diferencias culturales, a partir del enfoque de Hofstede(1980).</p>	<p>correctamente y teniendo en cuenta que las empresas no consideran relevante la falta de conocimiento en materia de cultura, puede acarrear un revés en sus negocios, por lo tanto, las cuestiones parecen conectarse con las demás preguntas incluidas, por ello cuando una empresa intenta llegar al exterior, la cultura debe ser tomada en cuenta como una dificultad relevante que afecta los procesos de negociación con el par en el exterior.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La cultura puede influenciar negativa o positivamente los procesos de acercamiento y desarrollo de negocios internacionales, afectando directamente de manera sensible la estrategia de Marketing Internacional, que puede conducir a conflictos y malentendidos.</li> </ul>	
<p>Scielo</p> <p>Diversidad y cultura organizacional en una empresa periodística durante la pandemia covid-19</p>	<p>Verónica Ramírez Sánchez, María del Carmen Sandoval Caraveo y Edith Georgina Surdez Pérez</p>	<p>2021</p>	<p>Realizar un diagnóstico de la cultura organizacional y del proceso social denominado "atención a clientes en la cobranza diaria" en una empresa dedicada al periodismo en el estado de Tabasco, México.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La cultura de las organizaciones se puede transmitir a través de sus procesos sociales y de los empleados que la conforman, cuando una organización no se preocupa por su cultura interna, ofrecerá una calidad baja en la atención a los clientes, sus servicios y sus empleados, por ello es importante que se diseñen estrategias para ayudar a gestionar la cultura organizacional en cada organización.</li> <li>• En la empresa de periodismo analizada existe un bajo compromiso organizacional, los directivos no buscan</li> </ul>

---

				<p>estrategias para gestionar la cultura organizacional, existen barreras culturales que impiden a los empleados adoptar los valores que persigue la empresa, lo cual puede repercutir en el cumplimiento de los objetivos a largo plazo.</p>
Dialnet	<p>Influencia de la cultura y de la identidad en el aprendizaje de una lengua extranjera: aplicación del modelo de las seis dimensiones de Hofstede (2010) para analizar el proceso de aprendizaje de ELE por parte de estudiantes surcoreanos</p>	Richard Clouet	2020	<p>Analizar los aspectos culturales diferenciadores entre España y Corea del Sur según el Modelo de las seis dimensiones elaborado por Geert Hofstede (2010) para entender mejor las necesidades de estos estudiantes en el aula de ELE.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El trabajo sobre dimensiones culturales realizado y desarrollado por Hofstede resulta de gran ayuda para conocer los distintos valores propios de la cultura coreana, contrastarlos con los de la cultura española y aplicar el análisis de las dimensiones culturales al proceso de enseñanza/aprendizaje, este enfoque permite entender mejor las razones que inducen a los estudiantes coreanos a adoptar actitudes que impiden su participación e interacción en el aula, que acentúan su falta de espontaneidad, y las que conducen a los profesores a dudar de si, realmente, han logrado los objetivos que se habían fijado.</li> <li>• La comparación entre el contexto cultural español y el coreano, y el análisis de los datos obtenidos mediante los cuestionarios a los alumnos, permite afirmar que se pueden utilizar las dimensiones de Hofstede para analizar las características culturales de los aprendices coreanos con el fin de intentar entender cómo estos perciben el proceso de enseñanza/aprendizaje de ELE en España.</li> </ul>

---

Dialnet	Dimensiones culturales de Hofstede en la sociedad ecuatoriana	Aguilar Rodríguez Iliana, Ortega Pereira Jaime, Borja, Fernando, Vera Zamora María y Montalván Burbano Robert.	2018	<p>Evaluar las dimensiones culturales de Geert Hofstede (2010) en la sociedad ecuatoriana en una escala del 1 al 120 y confrontan entre ellas: la igualdad versus la desigualdad de poder económico y social, el individualismo versus colectivismo, la masculinidad versus femineidad, evitar la incertidumbre versus la tolerancia, la indulgencia versus la restricción y la orientación de corto plazo versus largo plazo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la cultura de los individuos ayuda a establecer estrategias diferenciadoras que además de satisfacer sus necesidades y deseos, conducen a la generación de valor en una oferta de mercado que individualiza al cliente permitiendo conocer, deleitar y superar sus expectativas.</li> <li>• Solo comprendiendo la cultura se podrá aportar en la mejora del clima laboral e incluso a la internacionalización de los mercados y el desarrollo tan necesario de los países.</li> <li>• La ejecución de estrategias orientadas a sacar provecho de una cultura, tendrá un efecto positivo para las empresas, debido a que no se estará forzando a que la sociedad otorgue resultados de procesos rígidos, sino al contrario, se estará impulsando un sistema de resultados encauzados a la mejora continua.</li> </ul>
Dialnet	El discurso y las dimensiones culturales en el contexto de las páginas web de residencias de mayores españolas y estadounidenses	Rosa María Pacheco Baldó	2020	<p>Analizar de manera comparativa las páginas web de residencias para mayores en España y en Estados Unidos, teniendo como punto de partida las diferencias culturales que existen entre estos dos países, concretamente, el individualismo/colectivismo, la tolerancia/evitación de la incertidumbre y la masculinidad/feminidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los rasgos culturales que se asignan a un grupo cultural siempre deben considerarse como rasgos a nivel nacional y no individual, con las variaciones que ello implica.</li> <li>• Los valores culturales exigidos por un contexto determinado prevalecerán sobre los comúnmente asignados a un determinado grupo cultural.</li> <li>• Los valores culturales opuestos pueden convivir en un mismo grupo cultural si el contexto así lo permite.</li> </ul>

---

Dialnet	Haciendo negocios en el Mundo Islámico una aproximación cultural desde el Modelo de Hofstede	Pérez Huertas José Luis y Barquín Rotchford Georgina	2020	Analizar las dimensiones culturales de Hofstede en los países que conforman el mundo islámico al objeto de determinar si estos constituyen una cultura homogénea o si, por el contrario, no existe esta homogeneidad entre los países de la muestra.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A la luz de los datos, no se puede hablar de una la cultura islámica como un grupo único y uniforme que permitiría una categorización de la sociedad islámica, no obstante, es posible encontrar elementos comunes entre estos países, aunque también es posible encontrar diversas culturas en ciertas dimensiones.</li> <li>• Basándose en las valoraciones del profesor Hofstede, se afirma que el mundo islámico consiste en países donde la distancia del poder es elevada, dando gran importancia a las jerarquías, también es posible identificar estas culturas como colectivistas en la medida en que los miembros de la sociedad establecen fuertes relaciones entre ellos que luego genera responsabilidades y sacrificios versus los intereses del individuo.</li> </ul>
---------	----------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

Fuente: Elaboración propia

## 4.2. FASE II: CARACTERIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA DE LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE LA CIUDAD

Luego de determinar que la población objeto de estudio consta de 70 personas se procedió con el cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{70 * (1.96)^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{0.05^2 * (70 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

$$n = 59.34$$

Se obtuvo una muestra de 59.34, por ello se realizaron las encuestas a 60 productores de cítricos.

Con el objetivo de realizar la caracterización socioeconómica del objeto en estudio se aplicó el cuestionario utilizado por el INEC para realizar la encuesta de estratificación del nivel socioeconómico (ANEXO1), para ello se codificaron a los productores de cítricos para facilitar la tabulación de los datos recolectados, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 4.3.** Nivel socioeconómico de los productores de cítricos encuestados

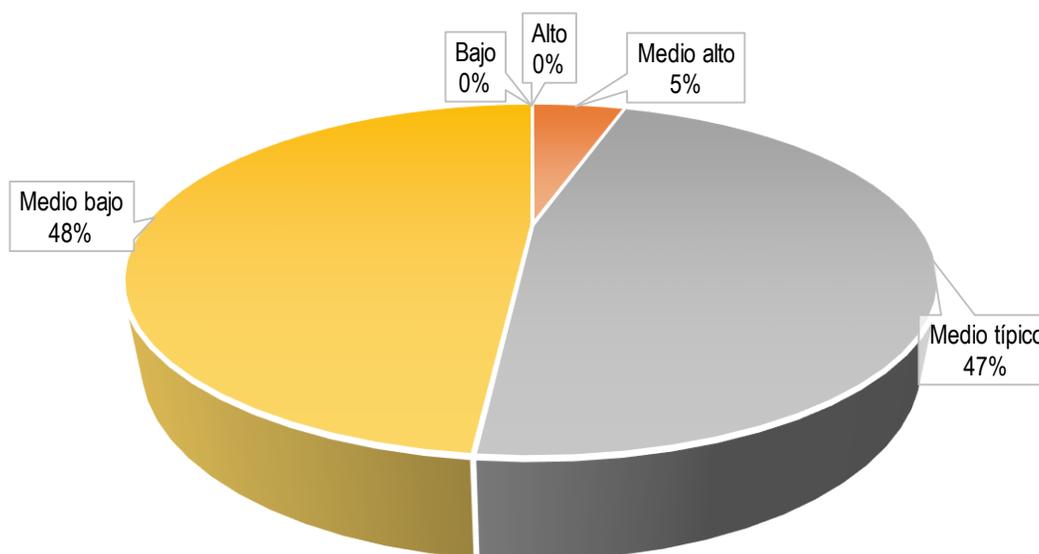
<b>Codificación</b>	<b>Puntuación</b>	<b>Nivel socioeconómico detectado</b>
PC1	534	Medio típico
PC2	552	Medio típico
PC3	340	Medio bajo
PC4	554	Medio típico
PC5	702	Medio Alto
PC6	352	Medio bajo
PC7	476	Medio bajo
PC8	618	Medio típico
PC9	518	Medio bajo
PC10	554	Medio típico
PC11	367	Medio bajo
PC12	497	Medio bajo
PC13	564	Medio típico
PC14	379	Medio bajo
PC15	683	Medio típico
PC16	345	Medio bajo
PC17	420	Medio bajo
PC18	553	Medio típico
PC19	693	Medio típico
PC20	550	Medio típico
PC21	481	Medio bajo
PC22	695	Medio típico
PC23	487	Medio bajo
PC24	721	Medio Alto
PC25	543	Medio típico
PC26	466	Medio bajo
PC27	543	Medio típico
PC28	683	Medio típico
PC29	547	Medio típico
PC30	461	Medio bajo
PC31	540	Medio típico
PC32	483	Medio bajo
PC33	390	Medio bajo
PC34	568	Medio típico
PC35	396	Medio bajo

PC36	709	Medio alto
PC37	604	Medio típico
PC38	566	Medio típico
PC39	504	Medio bajo
PC40	647	Medio típico
PC41	454	Medio bajo
PC42	394	Medio bajo
PC43	564	Medio típico
PC44	604	Medio típico
PC45	436	Medio bajo
PC46	483	Medio bajo
PC47	393	Medio bajo
PC48	698	Medio típico
PC49	593	Medio típico
PC50	535	Medio bajo
PC51	482	Medio bajo
PC52	379	Medio bajo
PC53	482	Medio bajo
PC54	687	Medio típico
PC55	609	Medio típico
PC56	657	Medio típico
PC57	385	Medio bajo
PC58	481	Medio bajo
PC59	474	Medio bajo
PC60	611	Medio típico

**Fuente:** Elaboración propia

Con base en la información mostrada en la tabla anterior se establece que:

### Nivel socio económico de los productores de cítricos



**Figura 4.1.** Tabulación del nivel socioeconómico de los productores de cítricos de Chone

**Fuente:** Elaboración propia

- El nivel socioeconómico predominante en los productores de cítricos del cantón Chone es Medio bajo con un 48% del total de la muestra encuestada, en este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente por debajo del nivel medio, es decir es el nivel bajo que se encuentra en mejores condiciones, las personas encuestadas que se encuentran en este nivel cuentan en promedio con un nivel educativo de secundaria o primaria completa.
- El 47% de la población encuestada, pertenece al nivel socioeconómico Medio típico, en este segmento se considera a las personas con ingresos o nivel de vida medio, se destaca que los encuestados asignados a este nivel normalmente tienen un nivel educativo de preparatoria y algunas veces secundaria y con respecto a sus hogares estos en la mayoría de las veces cuentan con ciertas comodidades.
- El 5% restante de la población en estudio lo conforman los productores de cítricos que tienen un nivel socioeconómico Medio alto, en este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio y la mayoría de las personas pertenecientes a este grupo tienen un

nivel educativo de licenciatura y en algunas ocasiones cuentan solamente con educación preparatoria, con respecto al perfil del hogar, estos cuentan con varias comodidades y ciertos lujos.

- En el presente estudio no se detectaron productores de cítricos que tengan un nivel socioeconómico alto, el cual es el segmento con el más alto nivel de vida, estos grupos están formados básicamente por individuos con un nivel educativo de Licenciatura o mayor y viven en casas o departamentos de lujo con todas las comodidades.
- No se detectaron productores con un nivel socioeconómico bajo, el cual es el segmento más bajo de la población en Ecuador.

#### **4.3. FASE III. ANÁLISIS DE LA CORRELACIÓN ESTADÍSTICA ENTRE EL INDICADOR NACIONAL DE LAS DIMENSIONES CULTURALES VERSUS EL OBJETO DE ESTUDIO.**

Para el cálculo de las dimensiones culturales se aplicó también una encuesta a los productores de cítricos, utilizando la misma codificación que en el apartado anterior y aplicando el cuestionario VSM 94 (ANEXO 2). Para la tabulación de los datos se siguieron las indicaciones citadas en el VSM 94 para la aplicación de las fórmulas de las respectivas dimensiones culturales:

- Índice de distancia de poder: Los índices normalmente tienen un valor entre 0 (Distancia de poder pequeña que tienen un poder más equitativo entre las personas y tienden a avanzar más en campos como la educación y la economía) y 100 (Distancias de poder grande, quienes cuestionan menos a aquellos que están en los niveles más altos), pero los valores por debajo de 0 y por encima de 100 son técnicamente posibles.

$$IDP = -35m(03)+35m(06)+25m(14)-20m(17)-20$$

- Índice de masculinidad: Los índices normalmente tienen un valor entre 0 (Menor masculinidad, estas personas se centran en buscar una alta calidad

de vida para la sociedad) y 100 (Mayor masculinidad y tienen a ser más competitivos, además de centrarse más en los resultados), pero los valores por debajo de 0 y por encima de 100 son técnicamente posibles.

$$\text{VAM} = +60m(05) - 20m(07) + 20m(15) - 70m(20) + 100$$

- Índice de evitación de la incertidumbre: Los índices normalmente tienen un valor entre 0 (Menor evitación de la incertidumbre, quienes aceptan la incertidumbre como parte de la vida) y 100 (Mayor evitación de la incertidumbre, quienes tratan de evitar que las situaciones se salgan de lo habitual), pero los valores por debajo de 0 y por encima de 100 son técnicamente posibles.

$$\text{IAU} = +25m(13) + 20m(16) - 50m(18) - 15m(19) + 120$$

- Índice de orientación a largo plazo: Los índices normalmente tienen un valor entre 0 (Menor índice de orientación a largo plazo, quienes respetan las tradiciones, pero incentivan a gastar y a obtener ganancias inmediatas) y 100 (Mayor índice de orientación a largo plazo, quienes apuntan al ahorro y a la perseverancia), pero los valores por debajo de 0 y por encima de 100 son técnicamente posibles.

$$\text{LTO} = -20m(10) + 20m(12) + 40$$

- Índice de individualismo: Los índices normalmente tienen un valor entre 0 (Menor índice de individualismo, quienes tienen lazos más grupales y la unidad familiar se extiende a tíos, primos, etc) y 100 (Mayor índice de individualismo, quienes se preocupan más por sí mismos y por su familia más cercana), pero los valores por debajo de 0 y por encima de 100 son técnicamente posibles.

$$\text{IDV} = -50m(01) + 30m(02) + 20m(04) - 25m(08) + 130$$

De esta manera se obtuvieron los siguientes datos:

**Tabla 4.4.** Descripción de las dimensiones culturales de los productores de cítricos del cantón Chone

<b>Codificación</b>	<b>Distancia de poder</b>	<b>Masculinidad</b>	<b>Evitación de la incertidumbre</b>	<b>Orientación a largo plazo</b>	<b>Individualismo</b>
PC1	60	70	20	60	25
PC2	45	50	40	60	30
PC3	90	40	25	40	10
PC4	55	70	75	40	30
PC5	10	30	95	80	80
PC6	80	70	40	40	10
PC7	80	40	90	40	25
PC8	10	50	40	80	80
PC9	60	70	75	40	30
PC10	55	20	90	60	30
PC11	80	60	90	40	10
PC12	60	70	75	40	30
PC13	55	50	90	60	80
PC14	80	90	20	40	10
PC15	15	90	90	80	80
PC16	90	70	90	40	10
PC17	80	40	75	40	25
PC18	60	70	90	60	30
PC19	20	30	75	80	80
PC20	10	60	50	60	25
PC21	80	20	75	40	25
PC22	20	70	45	60	80
PC23	80	40	5	40	30
PC24	5	80	65	80	80
PC25	55	20	90	60	30
PC26	80	70	10	40	25
PC27	55	40	90	60	80
PC28	20	50	75	60	30
PC29	55	50	90	60	80
PC30	80	40	75	40	25
PC31	55	50	90	60	30
PC32	80	50	50	40	25
PC33	90	40	75	40	10
PC34	60	70	90	60	25
PC35	80	20	5	40	10
PC36	10	80	50	80	80
PC37	20	20	75	60	80
PC38	55	70	40	60	30
PC39	60	40	90	40	30
PC40	20	50	75	60	80
PC41	60	20	15	40	30
PC42	80	70	40	40	10

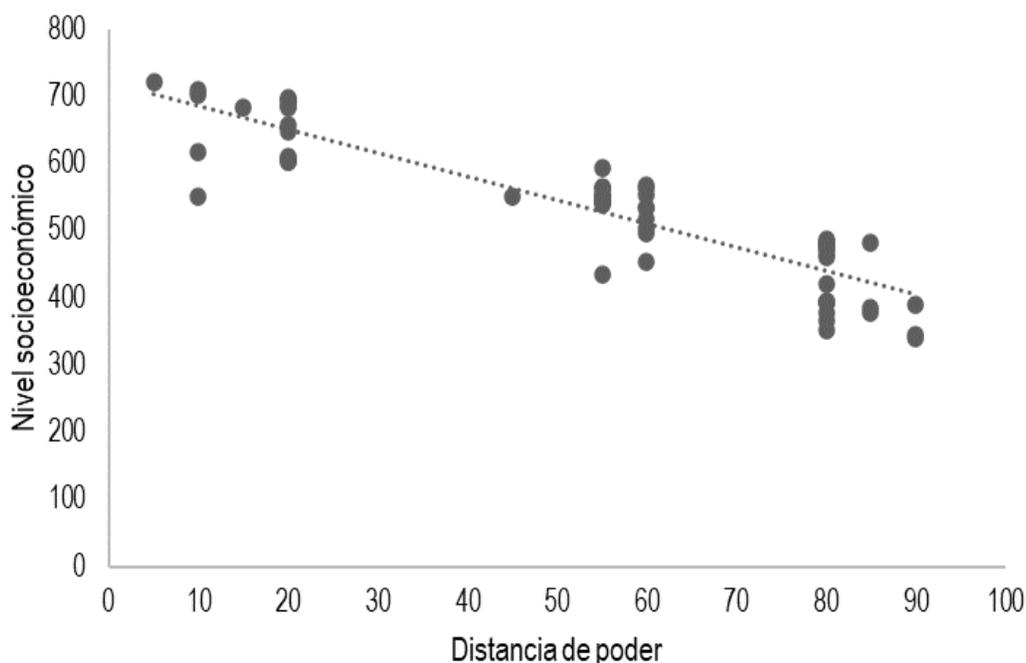
PC43	60	50	75	60	30
PC44	20	70	90	60	30
PC45	55	40	50	40	25
PC46	80	70	15	40	30
PC47	80	50	15	40	10
PC48	20	70	15	60	80
PC49	55	70	40	60	30
PC50	60	40	75	40	30
PC51	80	50	15	40	30
PC52	85	80	75	40	10
PC53	85	50	15	40	25
PC54	20	70	75	80	80
PC55	20	40	40	60	80
PC56	20	70	90	80	80
PC57	85	50	75	40	10
PC58	80	50	40	40	30
PC59	80	40	75	40	25
PC60	20	70	40	60	80

Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos se procesaron en Infostat, con el objetivo de crear un diagrama de dispersión y aplicar como análisis estadístico, el coeficiente de correlación de Pearson, el cual es una medida de dependencia lineal entre dos variables cuantitativas, obteniendo los resultados que se muestran a continuación:

Correlación entre el nivel socioeconómico de los productores de cítricos y su índice de distancia de poder:

- Diagrama de dispersión:



**Figura 4.2.** Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y la distancia de poder  
**Fuente:** Elaboración propia

Se utilizó este diagrama matemático debido a que utiliza las coordenadas cartesianas para mostrar los valores de dos variables numéricas y de esta forma determinar el grado de correlación (no causalidad) entre las dos variables. Con base en lo mencionado anteriormente y en la figura 4.2 se establece que existe una relación negativa fuerte entre las variables en estudio, pues se observa poca dispersión en los valores y la línea de tendencia va en descenso.

- Correlación de Pearson:

**Tabla 4.5.** Correlación entre el nivel socioeconómico y la distancia de poder

	<b>Distancia de poder</b>	<b>Nivel socioeconómico</b>
<b>Distancia de poder</b>	1.00	0.00
<b>Nivel socioeconómico</b>	<b>-0.90</b>	1.00

**Fuente:** Elaboración propia

La tabla 4.5., muestra que la correlación numérica es de 0,90 oscilando entre buena a perfecta según lo expuesto por Roy et al. (2019), por otra parte, el signo negativo

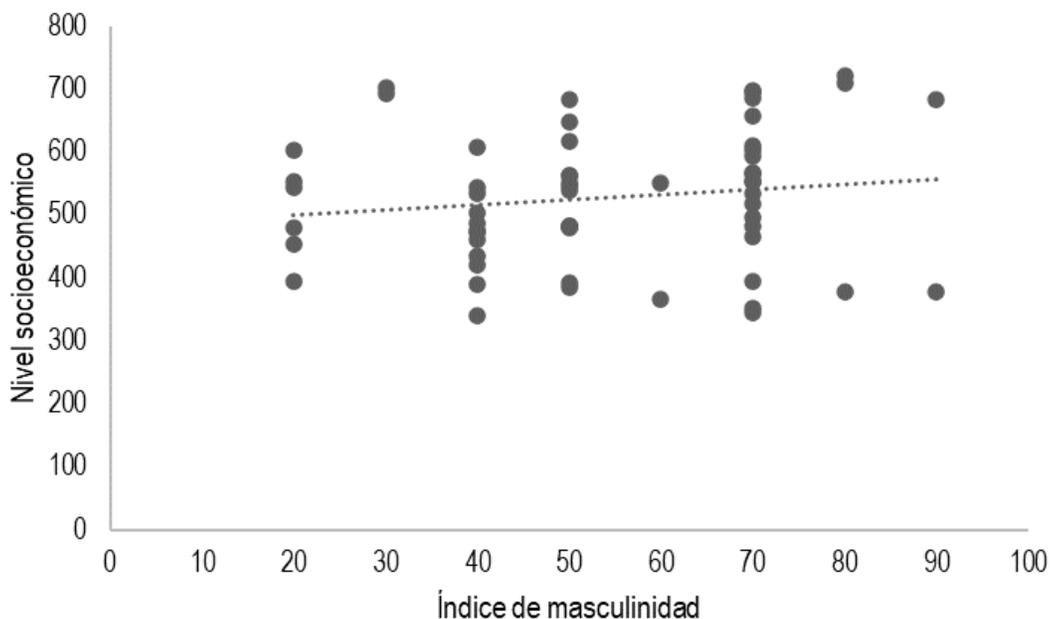
indica que el nivel socioeconómico de los productores de cítricos y su índice de distancia de poder están relacionadas en sentido inverso.

Con respecto a este resultado, Hofstede (2005) menciona que debido a que la cultura es parte de la identidad social de los grupos, pueblos y naciones, logra explicar ciertas conductas y además demostrar que los sentimientos son de radical importancia no sólo al analizar económicamente a una persona, sino, también para considerar la realidad social de un grupo en particular.

Por ello muchas veces las personas con un bajo nivel socioeconómico con tienden a tener un índice de distancia de poder más alto y esperan que el poder sea distribuido de manera desigual, caso contrario las personas con mejor nivel socioeconómico, quienes suelen tener un índice de distancia de poder más bajo, aceptan que las relaciones de poder sean de carácter democrático y que, a la vez, la sociedad asuma que sus integrantes son iguales.

Correlación entre el nivel socioeconómico de los productores de cítricos y su índice de masculinidad:

- Diagrama de dispersión:



**Figura 4.3.** Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de masculinidad  
**Fuente:** Elaboración propia

Se establece que existe una relación muy débil entre el nivel socioeconómico y el índice de masculinidad, pues se observa una dispersión alta en los valores representados en el plano.

- Correlación de Pearson:

**Tabla 4.6.** Correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de masculinidad

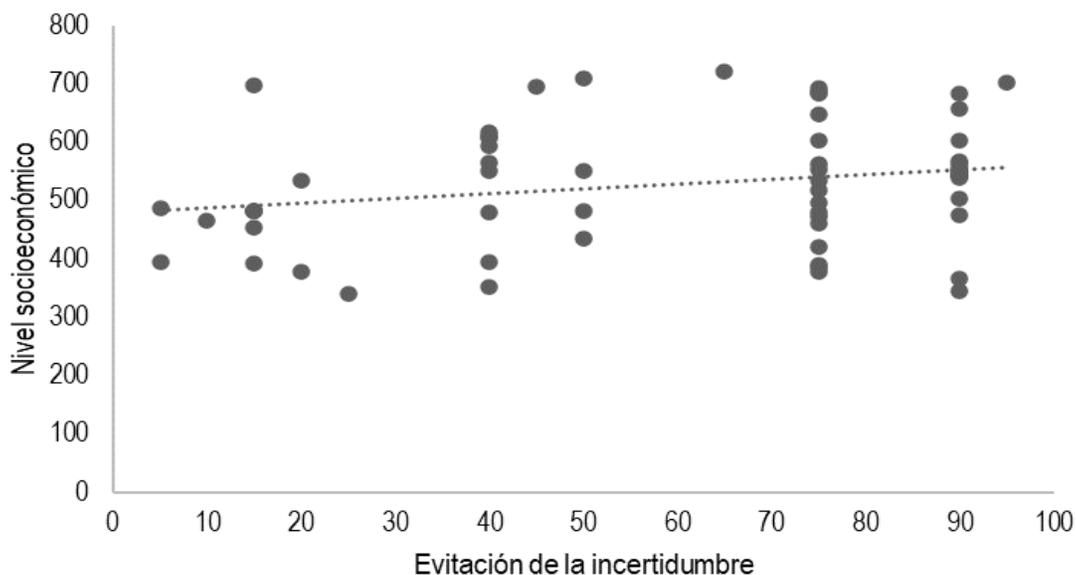
	Masculinidad	Nivel socioeconómico
Masculinidad	1.00	0.28
Nivel socioeconómico	0.14	1.00

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4.6., muestra que la correlación numérica es de 0,14 indicando que existe una correlación muy débil según lo expuesto por Roy et al. (2019), por otra parte, el signo positivo indica que las variables en estudio están relacionadas en sentido directo.

Correlación entre el nivel socioeconómico de los productores de cítricos y su índice de evitación de la incertidumbre:

- Diagrama de dispersión:



**Figura 4.4.** Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y la evitación de la incertidumbre

Fuente: Elaboración propia

Se establece que existe una relación débil entre el nivel socioeconómico y el índice de masculinidad, pues se observa una dispersión alta en los valores representados en el plano.

- Correlación de Pearson:

**Tabla 4.7.** Correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de evitación de la incertidumbre

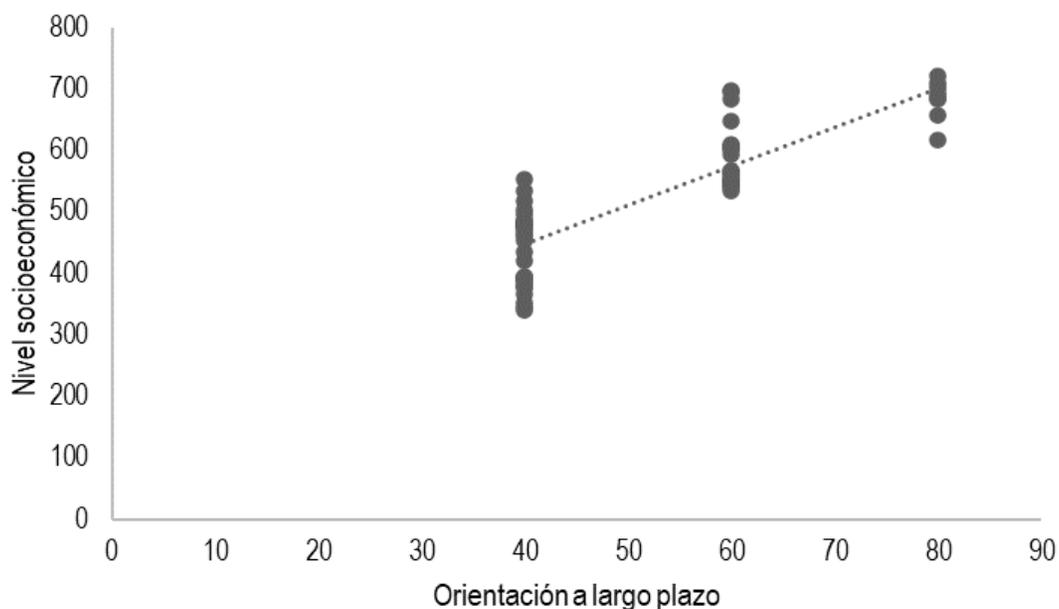
	Evitación de la incertidumbre	Nivel socioeconómico
Evitación de la incertidumbre	1.00	0.08
Nivel socioeconómico	0.23	1.00

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4.7., muestra que la correlación numérica entre el nivel socioeconómico y la evitación de la incertidumbre es de 0,23 indicando que existe una correlación débil según lo expuesto por Roy et al. (2019), por otra parte, el signo positivo indica que las variables en estudio están relacionadas en sentido directo.

Correlación entre el nivel socioeconómico de los productores de cítricos y su índice de orientación a largo plazo:

- Diagrama de dispersión:



**Figura 4.5.** Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y la orientación a largo plazo

Fuente: Elaboración propia

Se establece que existe una relación positiva fuerte entre las variables en estudio, pues se observa poca dispersión en los valores y la línea de tendencia va en aumento.

- Correlación de Pearson:

**Tabla 4.8.** Correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de orientación a largo plazo

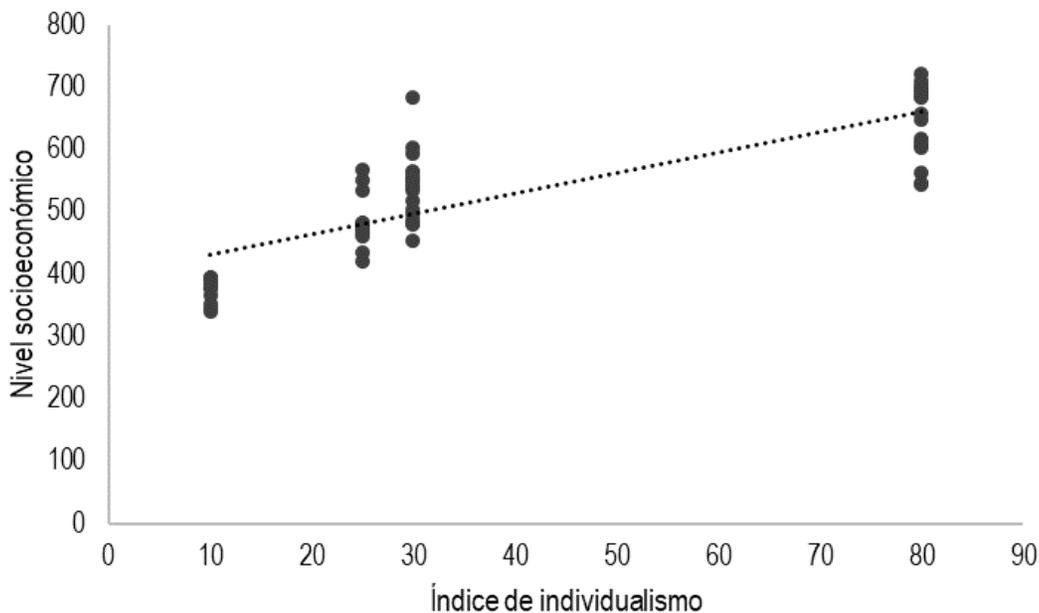
	Orientación a largo plazo	Nivel socioeconómico
Orientación a largo plazo	1.00	0.00
Nivel socioeconómico	0.86	1.00

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4.8., muestra que la correlación numérica es de 0,86 indicando que existe una correlación buena según lo expuesto por Roy et al. (2019), por otra parte, el signo positivo indica que el nivel socioeconómico y la orientación a largo plazo están relacionadas en sentido directo. Este resultado concuerda con lo presentado por Hofstede (2005) quien menciona que la orientación al largo plazo apunta a sociedades con propensión al ahorro y a la perseverancia, mientras que, en el caso de las sociedades con orientación a corto plazo, son más tradicionalistas, preocupadas por las obligaciones sociales, estas sociedades respetan las tradiciones, pero incentivan a gastar y a obtener ganancias inmediatas.

Correlación entre el nivel socioeconómico de los productores de cítricos y su índice de individualismo:

- Diagrama de dispersión:



**Figura 4.6.** Diagrama de dispersión de la correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de individualismo  
**Fuente:** Elaboración propia

Se establece que existe una relación positiva fuerte entre el nivel socioeconómico y el índice de individualismo, pues se observa una dispersión baja en los valores representados en el plano y la línea de tendencia es creciente.

- Correlación de Pearson

**Tabla 4.9.** Correlación entre el nivel socioeconómico y el índice de individualismo

	Individualismo	Nivel socioeconómico
Individualismo	1.00	0.00
Nivel socioeconómico	0.83	1.00

**Fuente:** Elaboración propia

La tabla 4.9., muestra que la correlación numérica es de 0,83 indicando que existe una correlación buena según lo expuesto por Roy et al. (2019), por otra parte, el signo positivo indica que las variables en estudio están relacionadas en sentido directo.

Este dato concuerda con lo mencionado por Hofstede (2005) quien en su estudio determinó que los países con mayor adelanto económico tienden a ser más individualistas que los países pobres, pues, en países con alto nivel de individualismo cabe esperar que las personas sean más autosuficientes, con

iniciativa y orientados al logro de metas, teniendo en cuenta que la autonomía y seguridad financiera individual son valores importantes y la gente tiende a tomar decisiones personales sin demasiado apoyo del grupo, por el contrario, en países con una orientación hacia el colectivismo, se da más importancia a las decisiones de grupo.

Tarapuez (2016) en este sentido, menciona que a pesar de las críticas recibidas, las dimensiones culturales de Hofstede constituyen una forma útil de análisis para evaluar una cultura específica y, de este modo, orientar mejor las decisiones de política pública y privada, sin embargo, a pesar de lo anterior, tal marco no tiene en cuenta aspectos psicológicos, como la personalidad, ni variables socioeconómicas, como edad, nivel de estudios y estrato, entre otras, así como tampoco permite prever los comportamientos de los miembros pertenecientes a una cultura determinada.

La relación entre las variables en estudio demostrada en la presente investigación, coincide también con el resultado expuesto por Beugelsdijk y Welzel (2018) quien indica que para analizar la correlación que se establece entre la economía y la cultura en el entramado de relaciones sociales, es necesario partir de la comprensión del presupuesto teórico de Marx, quien de forma muy acertada explicó, que los hombres en el proceso de producción social de su vida, establecen relaciones de producción que van a determinar la estructura económica de la sociedad, base real sobre la que se levanta la superestructura y a la que corresponden todas las formas de la conciencia social.

#### **4.4. FASE IV. PROPUESTA DE PLAN DE ACCIÓN DIRECCIONADO A MEJORAR EL NIVEL SOCIOECONÓMICO QUE PRESENTAN LOS PRODUCTORES DE CÍTRICOS DE CHONE.**

El sector agrícola es parte fundamental en el desarrollo de una localidad y los productores de cítricos no son la excepción, por tal motivo el fortalecimiento de este sector garantiza el funcionamiento y la duración de esta actividad y esto a su vez permite conseguir beneficios satisfactorios para la sociedad.

Determinación del marco estratégico:

- Misión: Generar acciones estratégicas que mejoren el nivel socioeconómico de los productores de cítricos del Cantón Chone, permitiendo así un desarrollo a largo plazo, generando beneficios socio-económico para la comunidad entera.
- Visión: Lograr que los productores de cítricos del cantón Chone alcancen un mayor nivel socioeconómico.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, en esta etapa se establecieron las líneas de actuación estratégicas para lo cual se basan en aspectos políticos, sostenibilidad, marketing, socialización e inclusión como se describe en la siguiente tabla:

**Tabla 4.10.** Estrategias del plan de acción

<b>Eje de acción</b>	<b>Línea estratégica</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Actividades o acciones</b>	<b>Prioridad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Responsables</b>
<b>Estrategias políticas</b>	Política de seguridad	Promover la actuación consciente de los gestores del sector agrícola para mantener la seguridad de los actores involucrados.	1. Definición de estrategias de control 2. Delimitación acciones de control 3. Estructuración de proyectos de control	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura y Ministerio de Agricultura y Ganadería
	Política de Planificación rural y urbana.	Promover acciones de planificación física del espacio rural y urbano orientada al nuevo ordenamiento que requieren las zonas de uso agrícola e industrial.	1. Valorización del suelo 2. Socialización del plan	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura y Ministerio de Agricultura y Ganadería
	Política ambiental	Diseñar acciones de manejo para el control y monitoreo de los impactos ambientales generados por la actividad agrícola.	1. Evaluación ambiental periódica 2. Fomentación y reforzamiento de medidas de conservación	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio del Ambiente y Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Estrategias de sostenibilidad</b>	Educación ambiental	Generar acciones que contribuyan a crear consciencia en la mente de los productores a fin de garantizar un desarrollo sostenible.	1. Elaboración de cronograma de capacitaciones 2. Evaluación de capacitaciones	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio del Ambiente y Ministerio de Agricultura y Ganadería
	Planificación y gestión de los recursos agrícolas	Impulsar los procesos de planificación y gestión de los recursos agrícolas a fin de generar un buen manejo de los mismos	1. Identificación herramientas de competitividad 2. Elaboración de productos cítricos	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura, Productores de cítricos y Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Estrategia de marketing</b>	Sistema de información agrícola	Informar paulatinamente acerca de los productos cítricos y las actividades que se realizan.	1. Clasificación de los recursos agrícolas 2. Elaboración de acciones de promoción de productos cítricos	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura, Productores de cítricos y Ministerio de

			3. Actualización constante de información de los diversos productos cítricos			Agricultura y Ganadería
	Comercialización del cantón	Impulsar al cantón Chone en el entorno agrícola y productivo a través de la comercialización de las actividades, recursos y productos cítricos	1. Implementación de materiales de información agrícola 2. Participaciones en ferias de cítricos 3. Realización de campañas publicitarias	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura, Productores de cítricos y Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Estrategia de inclusión</b>	Integración de los pobladores a las actividades agrícolas y productivas	Involucrar a los pobladores en las actividades agrícolas y productivas desarrolladas dentro del cantón	1. Creación de alianzas con entidades de educación superior 2. Capacitación a los involucrados	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura, Productores de cítricos y Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Estrategia de socialización</b>	Socializar el plan de acción	Socializar y retroalimentar la propuesta.	1. Presentación de la propuesta a autoridades 2. Socialización de la propuesta con los involucrados 3. Retroalimentación de las estrategias del plan de acción	Alto	1 año	GAD Cantonal, Prefectura, Productores de cítricos y Ministerio de Agricultura y Ganadería

Fuente: Elaboración propia

Un elemento clave en el seguimiento y evaluación de la planificación agrícola es la creación de un cuadro de indicadores como forma de simplificar una realidad compleja y centrarse en ciertos aspectos relevantes, de manera que queda reducida a un número manejable de parámetros, por ello, para garantizar la adecuada ejecución del Plan de Acción para el fortalecimiento del sector de producción de cítricos en el cantón Chone es necesario definir previamente un programa de seguimiento y control, sistemático y efectivo, que permita mantener el correcto seguimiento sobre las acciones que se deben implementar y establecer medidas correctivas si fuera necesario. Como el que se muestra a continuación:

Tabla 4.11. Matriz de seguimiento y control

Líneas estratégicas	Metas	Indicadores	Responsables
<b>Política de seguridad</b>	Implementar normas y reglamentos para realización de la actividad agrícola para el año 2024	1. Número de normas aplicadas	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Política de planificación rural y urbana</b>	Implementar un plan de ordenamiento rural y urbano para el 2024	1. Cantidad de señalética turística 2. Cantidad de productores de cítricos	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Política ambiental</b>	Realizar un plan de control y monitoreo de los recursos agrícolas y culturales para el año 2024	1. Numero existentes de establecimientos direccionados a la producción de cítricos	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio del Ambiente y Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Educación ambiental</b>	Capacitar a los pobladores y productores de cítricos para el año 2024	1. Número de asistentes a las capacitaciones	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio del Ambiente y Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Planificación y gestión de los recursos agrícolas</b>	Implementar un plan estratégico de producción de cítricos para el año 2024	1. Número de herramientas de sustentabilidad. 2. Cantidad de proyectos demostrativos subidos a la red. 3. Cantidad de productos cítricos generados	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Sistema de información agrícola</b>	Crear un sistema de información de productos cítricos para el año 2024	1. Porcentaje de empresas productoras de cítricos cuyo sitio web incluye información sobre la accesibilidad de sus productos o servicios	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Comercialización del cantón</b>	Implementar un plan de marketing para el año 2024	1. Listado de actividades 2. Número de ingresos del portal virtual	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Integración de los pobladores a las actividades agrícolas</b>	Que para el segundo semestre del año 2024 el 75% de los productores de cítricos se involucren en las actividades agrícolas	1. Número de asistencias	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>Socializar el plan de acción</b>	Que para el primer trimestre del año 2024 se socialice la propuesta con las autoridades e interesados principales.	1. Número de interesados	GAD Cantonal, Prefectura, Ministerio de Agricultura y Ganadería

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Luego de analizar los conceptos de las dimensiones culturales y la economía, como procesos que permiten el enriquecimiento de las relaciones humanas, es posible decir que el ser humano (sin importar la actividad a la que se dedique) no puede vivir sin cultura ni economía, pues la cultura y la economía son procesos que potencian la cohesión social y estimulan las aspiraciones colectivas e individuales.
- Con base en los resultados obtenidos a través de la aplicación de la encuesta se determinó que el nivel socioeconómico predominante en los productores de cítricos del cantón Chone es Medio bajo con un 48% del total de la muestra encuestada, seguidos de la población perteneciente al nivel socioeconómico Medio típico con el 47% y el 5% restante de la población en estudio lo conforman los productores de cítricos que tienen un nivel socioeconómico Medio alto.
- Durante el análisis de la correlación entre las dimensiones culturales y el nivel socioeconómico de los productores de cítricos del cantón Chone se determinó que los índices de distancia de poder, orientación a largo plazo e índice de individualismo tienen una buena relación con el nivel socioeconómico, mientras que los índices de masculinidad e incertidumbre al riesgo tienen una relación baja con el nivel socioeconómico de los productores de cítricos.
- Se propuso un plan de acción direccionado a mejorar el nivel socioeconómico que presentan los productores de cítricos de Chone, determinando acciones estratégicas que fortalezcan al sector en estudio para lograr un desarrollo a largo plazo, además de que se estableció el respectivo programa de seguimiento y control para garantizar la correcta implementación del plan de acción.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, I., Ortega, J., Borja, F., Vera, M. y Montalván, R. (2018). Dimensiones culturales de Hofstede en la sociedad ecuatoriana. *Amauta*, 16(31), 71-86. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7763732>
- Albaladejo, J., Alcon, F. y Martínez, J. (2021). El regadío y su influencia en la regulación local de temperaturas en superficie en la citricultura mediterránea. *Revista de geografía Norte Grande*, 79(83), 123-137. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022021000200123>
- Álvarez, R. y Vargas, J. (2022). Abundancia estacional de *Diaphorina citri* asociada a la fenología del cultivo de cítricos. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 13(1), 89-101. <https://doi.org/10.29312/remexca.v13i1.2494>
- Arana, M. y Figueroa, B. (2019). Estudio económico comparado de los costos de producción y comercialización de naranja orgánica y tradicional en el recinto las piedras del cantón Balzar, provincia del Guayas. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 14(5), 53-62. <http://dx.doi.org/10.15517/rac.v44i2.43091>
- Araujo, M., Guillaumon, S. y Córdova, C. (2020). Bancos y Cultura Nacional: Hofstede no Brasil. *Revistas UCOL*, 45(50), 11-32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7183706>
- Barros, C. y Castillo, S. (2022). Metodología de investigación en emprendimiento: Una estrategia para la producción científica de docentes universitarios. *Revista de Ciencias Sociales*, 18(2), 380-390. <https://www.redalyc.org/journal/280/28070565025/html/>
- Becerill, M. y Vargas, L. (2018). La importancia del aprendizaje social y su papel en la evolución de la cultura. *Revista argentina de antropología biológica*, 20(2), 1-13. <http://dx.doi.org/10.17139/raab.2018.0020.02.07>
- Beugelsdijk, S. y Welzel, C. (2018). Dimensions and Dynamics of National Culture: Synthesizing Hofstede With Inglehart. *Revista de psicología intercultural*, 49(10), 469–1505. <https://doi.org/10.1177/0022022118798505>
- Campos, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Cinta de Moebio*, 62(14), 199-212. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2018000200199>
- Candón, J. (2019). Identidad colectiva y cultura digital en México: Del EZLN al movimiento #yosoy132. *Virtualis*, 10(18), 52-62. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i18.268>

- Cañarte Bermúdez, E., y Navarrete Cedeño, B. (2019). *Situación fitosanitaria de los cítricos en Ecuador*. Quito: Conferencia: II Simposio Internacional Producción Integrada de Frutas
- Cítricos, recetas y citricultura. (2019). *Los principales países productores de cítricos del mundo*. Cítricos. <https://citricas.com/los-principales-paises-productores-de-citricos-del-mundo/>
- Clouet, R. (2020). Influencia de la cultura y de la identidad en el aprendizaje de una lengua extranjera: aplicación del modelo de las seis dimensiones de Hofstede (2010) para analizar el proceso de aprendizaje de ELE por parte de estudiantes surcoreanos. *Onomázein: Revista de lingüística, filología y traducción de la Pontificia Universidad Católica de Chile*, 47(46), 46-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7345248>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2021). La contribución de la cultura al desarrollo económico en Iberoamérica. Obtenido de Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47444/1/S2100762\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47444/1/S2100762_es.pdf)
- Facchini, F. (2020). Cultura, diversidad cultural y desarrollo económico. Una perspectiva crítica de los trabajos recientes. *Revista De Economía Institucional*, 22(43), 79–117. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/6543>
- Farías, P. (2016). Medición y representación gráfica de las distancias culturales entre países latinoamericanos. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 23(70), 115-141. <https://doi.org/10.29101/crcs.v23i70.3809>
- García, J. y Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información Tecnológica*, 31(6), 159-170. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- Gil Toledo, J. (2018). El conocimiento de las apreciaciones culturales, como estrategia innovadora en los procesos de internacionalización de las empresas colombianas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 14(26), 20-50. <http://dx.doi.org/10.18270/cuaderlam.v14i26.2611>
- Giraldo, P. (2019). Impacto de las Variables Culturales de Hofstede en el Crecimiento Económico de los Países. *Revista de Economía y Finanzas*, 15(2), 59-81. <http://dx.doi.org/10.33801/fe.v15i2.3421>
- Hofstede, G. (1984). The cultural relativity of the quality of life concept. *Academy of Management Review*, 9(3), 389–398. <https://www.jstor.org/stable/258280>
- Hofstede, G. (2005). *Cultures and organizations*. McGraw Hill.

- Hofstede, G., y Hofstede, G. (2005). *Culture and Organizations—Software of the Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*. McGraw Hill.
- International Business School. (2018). *5 Dimensiones de la cultura que te interesan*. CEREM. <https://www.cerem.ec/blog/5-dimensiones-de-la-cultura-que-te-interesan>
- Jackson, T. (2020). The legacy of Geert Hofstede. *International Journal of Cross Cultural Management*, 20(1), 3-6. <https://doi.org/10.1177/1470595820915088>
- Lara, L. y Godínez, S. (2022). Coccinélidos (Coleoptera: Coccinellidae) asociados a cítricos del centro-sur de Tamaulipas, México. *Acta zoológica mexicana*, 38(4), 42-54. <https://doi.org/10.21829/azm.2022.3812454>
- Leyva, O., Baltodano, G. y Hernández, A. (2021). La Cultura Organizacional como mecanismo para mejorar la gobernabilidad de Instituciones de Educación Superior de México y Nicaragua. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(4), 24-32. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2764>
- Lomas, C. y Rivas, P. (2021). Susceptibilidad de áfidos de importancia citrícola a condiciones térmicas restrictivas. *Revista memoria*, 14(17), 815-817. [https://www.researchgate.net/profile/Claudia-Lomas-Barrie/publication/356388575\\_susceptibilidad\\_de\\_afidos\\_de\\_importancia\\_citricola\\_a\\_condiciones\\_termicas\\_restrictivas/links/6197c5693068c54fa502153d/susceptibilidad-de-afidos-de-importancia-citricola-a-cond](https://www.researchgate.net/profile/Claudia-Lomas-Barrie/publication/356388575_susceptibilidad_de_afidos_de_importancia_citricola_a_condiciones_termicas_restrictivas/links/6197c5693068c54fa502153d/susceptibilidad-de-afidos-de-importancia-citricola-a-cond)
- Pacheco, R. (2020). El discurso y las dimensiones culturales en el contexto de las páginas web de residencias de mayores españolas y estadounidenses. *Discurso y Sociedad*, 14(2), 393-420. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7533304>
- Pérez, J. y Barquín, G. (2020). Haciendo negocios en el Mundo Islámico una aproximación cultural desde el Modelo de Hofstede. *Journal of the sociology and theory of religion*, 9(1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.24197/jstr.0.2020.1-15>
- Pérez Macías, M., y León Pacheco, R. (2022). Injertos de naranja (*Citrus sinensis*) y mandarina (*Citrus reticulata*) en fase de producción. *Agronomía Mesoamericana*, 33(1), 1-17. <https://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=BR2022S00027>
- Polanco, L. y Alvarado, O. (2020). Hongos asociados con la muerte regresiva de los cítricos en Nuevo León y Tamaulipas, México. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 10(4), 70-82. <https://doi.org/10.29312/remexca.v10i4.1417>
- Ramírez, V., Sandoval, M. y Surdez, E. (2021). Diversidad y cultura organizacional en una empresa periodística durante la pandemia covid-19. *Revista San Gregorio*, 1(48), 97-112. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i48.1938>

- Reyes, A. y Orrala, N. (2021). Mano de obra y productividad en la citricultura del valle del río Valdivia, Santa Elena. *Revista Ciencias Pedagógicas E Innovación*, 9(2), 120-125. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v9i2.442>
- Rodríguez, L., Migliaro, A. y Carámbula, M. (2020). Flexibilización y feminización de la mano de obra en la fase agraria de la citricultura de Uruguay. *Mundo agrario*, 21(48), 152-170. [https://www.researchgate.net/publication/354371642\\_Flexibilizacion\\_y\\_feminizacion\\_de\\_la\\_mano\\_de\\_obra\\_en\\_la\\_fase\\_agraria\\_de\\_la\\_citricultura\\_de\\_Uruguay](https://www.researchgate.net/publication/354371642_Flexibilizacion_y_feminizacion_de_la_mano_de_obra_en_la_fase_agraria_de_la_citricultura_de_Uruguay)
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. <https://cienciamerica.edu.ec/index.php/uti/article/view/336>
- Revista de Manabí. (2016, Julio 7). *El mayor centro comercial de frutas cítricas se halla en Chone*. Revista de Manabí. <https://revistademanabi.com/2016/07/07/el-mayor-centro-comercial-de-frutas-citricas-se-halla-en-chone/>
- Revista de Manabí. (2018). *Gestionan una planta industrial de cítricos para Chone*. Revista de Manabí. <https://revistademanabi.com/2018/06/13/gestionan-una-planta-industrial-de-citricos-para-chone/>
- Rodríguez Molina, A. (2013). *El auge de la citricultura en Chone*. La gente de Manabí. <https://lagentedemanabi.jimdofree.com/2013/08/17/el-auge-de-la-citricultura-en-chone/>
- Rueda, H. (2022). Dimensiones culturales y sustentabilidad como factores de convivencia ciudadana. Un estudio comparativo entre países. *Revista Logos Ciencia y Tecnología*, 14(1), 8-17. <https://doi.org/10.22335/rlct.v14i1.1453>
- Ruiz Díaz, J., Ortiz Alegre, M., Fuentes García, M., Michellod Muth, M., y Yfran Elvira, M. (2019). Análisis de plaguicidas y calidad de frutos cítricos en el mercado interno de Corrientes- Argentina. *Cultivos Tropicales*, 40(3), 185-193. <https://1library.co/document/zw57pxlz-analisis-plaguicidas-calidad-citricos-mercado-interno-corrientes-argentina.html>
- Sáenz, C. y Hernández, E. (2020). Principales enfermedades en cítricos. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 10(7), 1653-1665. <https://doi.org/10.29312/remexca.v10i7.1827>
- Salas, H. (2020). Agro exportaciones no tradicionales y su contribución al desarrollo económico Peruano. *Dominio de las Ciencias*, 6(1), 4-27. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i1.1343>
- Sánchez, S. y Pérez, V. (2019). La cultura de paz y conflictos: implicaciones socioeducativas. *Revista de ciencias collectivus*, 24(32), 50-63. <https://doi.org/10.15648/Coll.1.2019.13>

- Sandoval, K. y Ávila, D. (2020). Los cítricos en México: análisis de eficiencia técnica. *Análisis económico*, 34(87), 269-283. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-66552019000300269](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-66552019000300269)
- Severino, V. y Perezgrovas, R. (2022). Caracterización socioeconómica y tecnológica de los sistemas productivos con bovinos criollos en Campeche, México. *Acta universitaria*, 31(17), 1-14. <http://dx.doi.org/10.15174/au.2021.3102>
- Tarapuez, E., Aristizábal, T. y Uribe, A. (2021). Intención empresarial y dimensiones culturales en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. *Tendencia*, 22(1), 120-144. <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.202102.157>
- Tarapuez, E. (2016). Las dimensiones culturales de Geert Hofstede y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia). *Pensamiento y Gestión*, 41(35), 60-90. <https://biblat.unam.mx/es/revista/pensamiento-gestion/articulo/las-dimensiones-culturales-de-geert-hofstede-y-la-intencion-emprendedora-en-estudiantes-universitarios-del-departamento-del-quindio-colombia>
- Valencia Sandoval, K., y Duana Ávila, D. (2019). Los cítricos en México: análisis de eficiencia técnica. *Análisis económico*, 34(87), 269-283. <http://www.analiseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/483>
- Venkateswaran, R. y Ojha, A. (2019). ¿Abandonar la investigación basada en Hofstede? ¡Aún no! Una perspectiva desde la filosofía de las ciencias sociales. *Revisión de negocios de Asia Pacífico*, 25(3), 413-434. <https://doi.org/10.1080/13602381.2019.1584487>
- Zayas Barreras, I. (2019). Administración y distribución de productos cítricos en la Región del Évora, Sinaloa. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*, 6(12), 56-72. <https://www.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/191>

## ANEXOS

### ANEXO 1. ENCUESTA PARA MEDIR EL NIVEL SOCIOECONÓMICO

Características de la vivienda	Puntajes finales
1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?	
Suite de lujo	59
Cuarto(s) en casa de inquilinato	59
Departamento en casa o edificio	59
Casa / villa	59
Mediagua	40
Rancho	4
Choza / Covacha / Otro	0
2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:	
Hormigón	59
Ladrillo o bloque	55
Adobe / Tapia	47
Caña revestida o bahareque / madera	17
Caña no revestida / otros materiales	0
3 El material predominante del piso de la vivienda es de:	
Duela, parquet, tablón o piso flotante	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	46
Ladrillo o cemento	34
Tabla sin tratar	32
Tierra / caña / otros materiales	0
4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?	
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	32
5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:	
No tiene	0
Letrina	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	18
Conectado a pozo ciego	18
Conectado a pozo séptico	22
Conectado a res pública de alcantarillado	38
Acceso a tecnología	Puntajes finales
1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?	
No	0
Sí	45
2 ¿Tiene computadora de escritorio?	
No	0
Sí	35
¿Tiene computadora portátil?	
No	0
Sí	39
4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?	
No tiene celular nadie en el hogar	0
Tiene 1 celular	8

Tiene 2 celulares	22
Tiene 3 celulares	32
Tiene 4 o más celulares	42
Posesión de bienes	Puntajes finales
1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?	
No	0
Sí	19
2 ¿Tiene cocina con horno?	
No	0
Sí	29
3 ¿Tiene refrigeradora?	
No	0
Sí	30
4 ¿Tiene lavadora?	
No	0
Sí	18
5 Tiene equipo de sonido	
No	0
Sí	18
6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?	
No tiene tv a color en el hogar	0
Tiene 1 tv a color	9
Tiene 2 tv a color	23
Tiene 3 o más tv a color	34
7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?	
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	0
Tiene 1 vehículo exclusivo	6
Tiene 2 vehículos exclusivos	11
Tiene 3 o más vehículos exclusivos	15
Hábitos de consumo	Puntajes finales
1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?	
No	0
Sí	6
2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?	
No	0
Sí	26
3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?	
No	0
Sí	27
4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?	
No	0
Sí	28
5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?	
No	0
Sí	12
Nivel de educación	Puntajes finales
1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del jefe del hogar?	
Sin estudios	0
Primaria incompleta	21
Primaria completa	39

Secundaria incompleta	41
Secundaria completa	65
Hasta 3 años de educación superior	91
4 o más años de educación superior (sin post grado)	127
Postgrado	171
Actividad económica del hogar	Puntajes finales
1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?	
No	0
Sí	39
2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?	
No	0
Sí	55
3 ¿Cuál es la ocupación del jefe del hogar?	
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	76
Profesionales científicos e intelectuales	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	46
Empleados de oficina	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	17
Oficiales operarios y artesanos	17
Operadores de instalaciones y máquinas	17
Trabajadores no calificados	0
Fuerzas Armadas	54
Desocupados	14
Inactivos	17

Grupos socioeconómicos	Umbrales	Grupo socioeconómico detectado
A (Alto)	De 845,1 a 1000 puntos	
B (Medio alto)	De 696,1 a 845 puntos	
C+ (Medio típico)	De 535,1 a 696 puntos	
C- (Medio bajo)	De 316,1 a 535 puntos	
D (Bajo)	De 0 a 316 puntos	

## ANEXO 2. ENCUESTA PARA MEDIR LAS DIMENSIONES CULTURALES DE GEERT HOFSTEDE VSM 94

VSM 94	1 = de muchísima importancia	2 = muy importante	3 = de moderada importancia	4 = de poca importancia	5 = de muy poca o nada de importancia
<b>Piense por favor en un trabajo ideal - sin tener en cuenta su trabajo actual, si lo tiene. Al escoger un trabajo ideal, qué grado de importancia tendría para usted...</b>					
1	Tener suficiente tiempo para su vida personal o familiar				
2	Tener buenas condiciones físicas de trabajo (por ej.): buena ventilación, buena luz, espacio de trabajo adecuado, etc.)				
3	Tener una buena relación con su superior directo				
4	Tener seguridad de trabajo				
5	Trabajar con personas que colaboran bien con las otras				
6	Ser consultado por su superior directo en sus decisiones				
7	Tener la oportunidad para con- seguir trabajos de más alto nivel				
8	Tener un elemento de variedad y aventura en el trabajo				
<b>En su vida privada, ¿qué grado de importancia tiene para usted lo siguiente? (marque, por favor, una casilla por línea)</b>					
9	Estabilidad personal				
10	Economizar				
11	Persistencia (perseverancia)				
12	Respeto a la tradición				
	1. nunca	2. raras veces	3. algunas veces	4. a menudo	5. siempre
13	¿Con qué frecuencia se siente nervioso o tenso en el trabajo?				
	1. casi nunca	2. raras veces	3. algunas veces	frecuentemente	5. muy frecuentemente
14	¿Con qué frecuencia, según su experiencia, sienten los subordinados temor a expresar su disconformidad con sus superiores?				
	1 = totalmente de acuerdo	2 = de acuerdo	3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 = en desacuerdo	5 = totalmente en desacuerdo

15	Se puede confiar en la mayoría de las personas
16	Se puede ser un buen director sin tener respuestas exactas a la mayoría de las preguntas que los subordinados puedan hacer acerca de su trabajo (de los subordinados)
17	Se debe evitar a todo coste una estructura de organización en la cual ciertos subordinados tienen dos jefes
18	La competencia entre empleados normalmente causa más daño que bien
19	Las reglas de una organización o compañía no se deberían infringir, incluso cuando el empleado piensa que es por el bien de la compañía
20	Cuando la gente fracasa en la vida, es a menudo por su propia culpa