



Las externalidades negativas y su influencia en las microempresas comerciales de electrodomésticos en el cantón Guayaquil

Negative externalities and their influence on commercial microenterprises of household appliances in the Guayaquil canton

Roberto Isaiás Murillo Valverde

<https://orcid.org/0000-0002-4794-4143>
roberto.murillo.valverde@gmail.com

Instituto Superior Tecnológico LEMAS.
Guayaquil, Ecuador

Alejandro Israel Guerrero Funes

<https://orcid.org/0009-0005-4776-9727>
alejandrogf161@gmail.com

Instituto Tecnológico Speedwriting.
Guayaquil, Ecuador

Lesly Viviana Guerra Merchán

<https://orcid.org/0009-0006-4443-5016>
leslyguerra0815@gmail.com

Universidad de Guayaquil.
Guayaquil, Ecuador

Genesis Gabriela Loor Zambrano

<https://orcid.org/0009-0000-9455-0879>
gabitaloor3@gmail.com

Instituto Tecnológico Speedwriting.
Guayaquil, Ecuador

Nancy Mayra Villa Ramírez

<https://orcid.org/0009-0004-6373-9950>
mayivilla985@gmail.com

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.
Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

Este estudio examina el impacto de las externalidades negativas en las microempresas de electrodomésticos en el cantón Guayaquil de Ecuador. Esta investigación busca analizar en detalle cómo las externalidades negativas, afectan directamente a las microempresas en el ámbito comercial de Guayaquil. Se examina cómo estas pueden generar costos inesperados, modificar los patrones de consumo de los clientes y generar desafíos en términos de cumplimiento normativo y gestión de la imagen empresarial. Basado en datos cuantitativos recopilados de vendedores del sector, se revela que el 82% de los encuestados está familiarizado con el concepto de externalidades en el contexto empresarial, indicando un nivel significativo de conocimiento en la comunidad empresarial local. La percepción sobre el impacto de las externalidades negativas destaca la preocupación predominante por los costos operativos (50%) y la reputación con los clientes (40%). Los resultados confirman que el 96% de los vendedores ha observado una disminución en las ventas debido a estas externalidades, subrayando la urgencia de abordar estos problemas para garantizar la viabilidad económica. Además, el 96% considera que las externalidades afectan negativamente las decisiones de compra de los consumidores. En términos de estrategias de mitigación, se destacan la adopción de tecnologías sostenibles (50%), mejora en la comunicación con la comunidad y los clientes (30%), y la implementación de programas de reciclaje (20%). Estos resultados revelan la complejidad de las externalidades negativas en las microempresas de electrodomésticos, subrayando la necesidad de enfoques integrales que aborden aspectos financieros, reputacionales y ambientales para garantizar un crecimiento sostenible y positivo para la comunidad local.

Palabras claves: externalidades negativas, microempresas, contaminación.

Recibido: 19-10-23 - Aceptado: 26-11-23

ABSTRACT

This study examines the impact of negative externalities on household appliance microenterprises in the Guayaquil canton of Ecuador. This research seeks to analyze in detail how negative externalities directly affect microenterprises in the commercial environment of Guayaquil. It examines how these can generate unexpected costs, change customer consumption patterns, and create challenges in terms of regulatory compliance and business image management. Based on quantitative data collected from industry vendors, it is revealed that 82% of respondents are familiar with the concept of externalities in the business context, indicating a significant level of knowledge in the local business community. Perceptions of the impact of negative externalities highlight the predominant concern about operating costs (50%) and reputation with customers (40%). The results confirm that 96% of salespeople have observed a decline in sales due to these externalities, underscoring the urgency of addressing these issues to ensure economic viability. In addition, 96% believe that externalities negatively affect consumers' purchasing decisions. In terms of mitigation strategies, the adoption of sustainable technologies (50%), improved communication with the community and customers (30%), and the implementation of recycling programs (20%) stand out. These results reveal the complexity of negative externalities in appliance microenterprises, underscoring the need for comprehensive approaches that address financial,

reputational, and environmental aspects to ensure sustainable and positive growth for the local community.

Keywords: negative externalities, micro-enterprises, pollution.

INTRODUCCIÓN

En el entorno económico actual, las empresas, especialmente las microempresas, desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico y social de una región. El sector comercial de electrodomésticos en el cantón Guayaquil no es una excepción. Estas microempresas contribuyen a la generación de empleo, la creación de valor agregado y el acceso a productos que mejoran la calidad de vida de la población (Sumba Bustamante & Santistevan Villacreses, Scielo, 2018). Para Alvarado, (2005) “el término microempresa da cuenta de empresas muy pequeñas en relación a las demás y su desarrollo está asociado a factores que no necesariamente están condicionados a su tamaño”. Sin embargo, detrás de esta dinámica comercial también se encuentran fenómenos que pueden tener un impacto negativo tanto en las empresas mismas como en la sociedad en general.

Uno de los fenómenos económicos que merece especial atención en este contexto son las externalidades negativas. Estas se refieren a los efectos secundarios perjudiciales que las actividades económicas de una entidad pueden tener sobre otras entidades o la sociedad en su conjunto, sin que estos efectos estén reflejados en los precios de mercado (Tapia, 2019). Las mismas pueden resultar en ineficiencias y distorsiones en el funcionamiento del mercado, generando consecuencias no deseadas (Fortun, 2015).

En el caso específico de las microempresas comerciales de electrodomésticos en el cantón Guayaquil, la cual es considerada una de las ciudades más grandes del Ecuador con sus 2`644.891 habitantes (INEC, 2017). Es esencial explorar cómo las externalidades negativas pueden influir en su operación y en la comunidad en la que se encuentran.

Algunas de las cuestiones relevantes incluyen:

Impacto Ambiental: La comercialización de electrodomésticos puede llevar a un aumento en la demanda de energía eléctrica, lo que a su vez contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero y al agotamiento de recursos naturales (Externalidades Negativas y Positivas, 2023).

Salud Pública: Algunos electrodomésticos, como ciertos tipos de aires acondicionados o refrigeradores, pueden generar ruidos molestos o liberar productos químicos dañinos para la salud humana (Externalidades Negativas y Positivas, 2023).

Congestión y Accesibilidad: El incremento de la actividad comercial puede llevar a problemas de congestión en ciertas zonas del cantón. Además, la expansión de estas microempresas puede afectar la accesibilidad a otros servicios y recursos en la comunidad (Externalidades Negativas y Positivas, 2023).

El objetivo general de este trabajo de investigación es analizar y comprender el impacto de las externalidades negativas en las microempresas comerciales de electrodomésticos en el cantón Guayaquil, identificando sus efectos en el desempeño empresarial, las estrategias de mitigación utilizadas y las posibles recomendaciones para promover un equilibrio entre el desarrollo económico y la reducción de impactos negativos en la comunidad.

La presente investigación se justifica por la necesidad de comprender y abordar de manera integral el impacto de las externalidades negativas en las microempresas comerciales de electrodomésticos en el cantón Guayaquil.

Las externalidades negativas, que incluyen efectos colaterales no deseados de las actividades empresariales en la comunidad y el medio ambiente, han sido un tema relevante en la economía y el desarrollo sostenible (UFM, 2017). En el contexto de las microempresas comerciales de electrodomésticos, estas externalidades pueden manifestarse en forma de contaminación, congestión vehicular y otros impactos que afectan tanto a la salud de la población como al entorno urbano.

La comprensión de cómo estas externalidades negativas influyen en las microempresas es esencial para desarrollar estrategias efectivas de mitigación y promover un crecimiento económico más equilibrado y sostenible. Además, este estudio es especialmente relevante en el caso del cantón Guayaquil, una zona urbana con una alta concentración de microempresas comerciales de electrodomésticos, donde las externalidades negativas podrían tener un impacto significativo en la calidad de vida de la población local y en la imagen del sector empresarial.

La investigación proporcionará a los empresarios, responsables de políticas y a la comunidad en general, una comprensión más profunda de las complejidades involucradas. Asimismo,

permitirá identificar prácticas exitosas de mitigación y formulación de políticas que puedan aplicarse para minimizar los efectos negativos mientras se fomenta el crecimiento económico. En última instancia, esta investigación contribuirá al desarrollo de estrategias que promuevan la coexistencia armoniosa entre las microempresas comerciales de electrodomésticos y su entorno, beneficiando tanto a la economía local como al bienestar de la comunidad.

METODOLOGÍA

La metodología de investigación que se empleará tendrá un enfoque cuantitativo, centrado en la recopilación y análisis de datos que puedan ser expresados en términos numéricos. En esta etapa, se seguirá un enfoque metodológico que implica la distribución de cuestionarios estructurados a los residentes de la ciudad de Guayaquil. A través de este enfoque, se pretende examinar y entender cómo las externalidades negativas afectan a las microempresas de electrodomésticos. Optar por este enfoque cuantitativo permitirá obtener resultados con valores medibles y la capacidad de generalizar conclusiones sobre el problema de investigación en un contexto más amplio.

En relación a la elaboración del presente artículo, se llevará a cabo un muestreo no probabilístico que se centrará específicamente en individuos ubicados en la zona norte de Guayaquil, en el área de Parque California en el cual se encuentran los locales comerciales: “Mi Comisariato, Gloria Saltos, Panadería California, Dipaso, New York Discount, Bancos: Bolivariano, Pacífico, Solidario, cajeros banco Guayaquil, Servipagos e importantes almacenes: Artefacta, La Ganga, Créditos Económicos, Pycca” (PECA, 2018). Estos individuos serán seleccionados mediante un método de muestreo no aleatorio. Para la obtención de información, se emplearán cuestionarios estructurados como instrumentos de investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las externalidades son efectos que las acciones de un individuo o entidad tienen sobre terceros que no están involucrados directamente en la acción. Estas externalidades pueden

ser positivas o negativas, dependiendo de si tienen un impacto beneficioso o perjudicial en terceros. (Cabello, 2020).

Clasificación de las externalidades:

Externalidades Positivas: Las externalidades positivas ocurren cuando las acciones de un individuo o entidad generan beneficios indirectos para otros que no están directamente involucrados en la acción. En este caso, los terceros se benefician de manera no intencional debido a la actividad de otra entidad (Higo, 2023)

Algunos ejemplos de externalidades positivas son:

Educación: Cuando una persona se educa, no solo se beneficia ella misma, sino que también contribuye al desarrollo de la sociedad al aumentar su capacidad productiva y su conocimiento general (Higo, 2023).

Investigación y Desarrollo: Las empresas que invierten en investigación y desarrollo pueden generar innovaciones que beneficien a toda la industria o incluso a la sociedad en general (Higo, 2023).

Externalidades Negativas: Las externalidades negativas ocurren cuando las acciones de un individuo o entidad generan costos o impactos perjudiciales en terceros que no están directamente involucrados en la acción. (Burgos, 2023).

Las externalidades negativas se refieren a los efectos secundarios no deseados o perjudiciales que resultan de la producción o el consumo de bienes y servicios. Estos efectos se extienden más allá de las partes directamente involucradas en la transacción económica y pueden afectar a terceros de manera adversa. En otras palabras, son los impactos negativos que una actividad económica tiene sobre individuos o comunidades que no están directamente relacionados con dicha actividad (Burgos, 2023).

Las externalidades negativas pueden tener un impacto significativo en el desempeño y la competitividad de las microempresas. Estas empresas, debido a su tamaño y recursos limitados, a menudo son más susceptibles a los efectos adversos de las externalidades negativas (UTEM, 2020).

Análisis de cómo estas externalidades pueden afectarlas:

1. Costos Adicionales No Previstos: Las microempresas suelen operar con márgenes de ganancia más ajustados, lo que significa que incluso costos adicionales relativamente

pequeños pueden afectar su rentabilidad. Las externalidades negativas, como regulaciones ambientales más estrictas debido a la contaminación generada por la empresa, pueden resultar en la necesidad de invertir en tecnologías más limpias o en procesos de mitigación, lo que agrega costos operativos que pueden afectar su competitividad (Enríquez, 2020).

2. Desvío de Recursos: Cuando una microempresa debe enfrentar los efectos negativos de una externalidad, puede verse obligada a desviar recursos financieros y humanos que originalmente se destinaban al crecimiento y desarrollo de la empresa. Esto podría limitar sus capacidades de innovación, expansión y mejora de la calidad de sus productos y servicios (Enríquez, 2020).

3. Imagen y Reputación: Las externalidades negativas pueden erosionar la imagen y la reputación de una microempresa. Por ejemplo, si una microempresa de alimentos es percibida como responsable de la contaminación del agua debido a prácticas de manejo inadecuadas, esto puede ahuyentar a los clientes y reducir su base de consumidores leales (Enríquez, 2020)

4. Competitividad en el Mercado: Las microempresas compiten con otras empresas, y cualquier desventaja competitiva puede afectar su posición en el mercado. Si una microempresa no puede adaptarse a regulaciones ambientales más estrictas o no puede abordar los problemas de contaminación que genera, podría perder clientes ante competidores más responsables desde el punto de vista ambiental (Enríquez, 2020).

5. Acceso a Financiamiento: Las externalidades negativas pueden aumentar el riesgo percibido por los inversores y prestamistas. Esto podría dificultar el acceso de las microempresas a préstamos y financiamiento, lo que a su vez limita su capacidad para invertir en crecimiento y mejoras operativas (Enríquez, 2020).

6. Relaciones con la Comunidad: Las microempresas dependen en gran medida de las relaciones con su comunidad local. Si generan externalidades negativas que afectan negativamente a los residentes locales, podrían enfrentar resistencia y críticas por parte de la comunidad, lo que podría influir en su reputación y su capacidad para operar sin restricciones (Enríquez, 2020). El sector de microempresas comerciales de electrodomésticos se enmarca dentro de la industria minorista y se refiere a aquellas pequeñas empresas que se dedican a la venta de una variedad de electrodomésticos y dispositivos electrónicos destinados a uso doméstico. Estas microempresas suelen operar a nivel local o regional y se centran en

satisfacer las necesidades de los consumidores en cuanto a equipos y aparatos que facilitan las tareas cotidianas en el hogar. (Industria de electrodomesticos, 2021).

Según Sumba & Santistevan, (2018), las microempresas son fundamentales para la sociedad al ser motoras de empleo y productividad, con lo cual contribuyen a acrecentar el redito nacional, por tal motivo son de trascendental importancia para cualquier nación. Dicho esto deben ser apoyadas mediante la realización de políticas públicas que apalanquen su crecimiento.

Características del Sector de Microempresas Comerciales de Electrodomésticos:

Variación de Productos: Las microempresas comerciales de electrodomésticos ofrecen una amplia gama de productos que van desde refrigeradores, lavadoras y cocinas hasta dispositivos más pequeños como tostadoras, licuadoras y aspiradoras. Su objetivo es proporcionar soluciones para diversas necesidades del hogar (Industria de electrodomesticos, 2021).

Tamaño Reducido: A diferencia de las grandes cadenas minoristas, estas microempresas suelen ser negocios más pequeños con una presencia local. Pueden ser tiendas independientes o formar parte de asociaciones comerciales locales (Industria de electrodomesticos, 2021).

Enfoque en la Comunidad: Dado que operan a nivel local, estas microempresas a menudo establecen conexiones sólidas con la comunidad a la que sirven. Esto puede traducirse en una atención más personalizada al cliente y un mejor conocimiento de las necesidades locales.

Asesoramiento y Servicio al Cliente: Muchas microempresas de electrodomésticos priorizan el servicio al cliente. Pueden ofrecer asesoramiento técnico sobre los productos que venden, ayudando a los clientes a encontrar las soluciones que mejor se adapten a sus necesidades específicas (Industria de electrodomesticos, 2021).

Competencia y Diferenciación: Aunque estas microempresas pueden enfrentar la competencia de cadenas más grandes y del comercio electrónico, a menudo buscan diferenciarse mediante la calidad del servicio, la experiencia de compra y la atención personalizada (Industria de electrodomesticos, 2021).

Tendencias Tecnológicas: El sector de electrodomésticos está en constante evolución debido a las innovaciones tecnológicas. Las microempresas deben mantenerse actualizadas

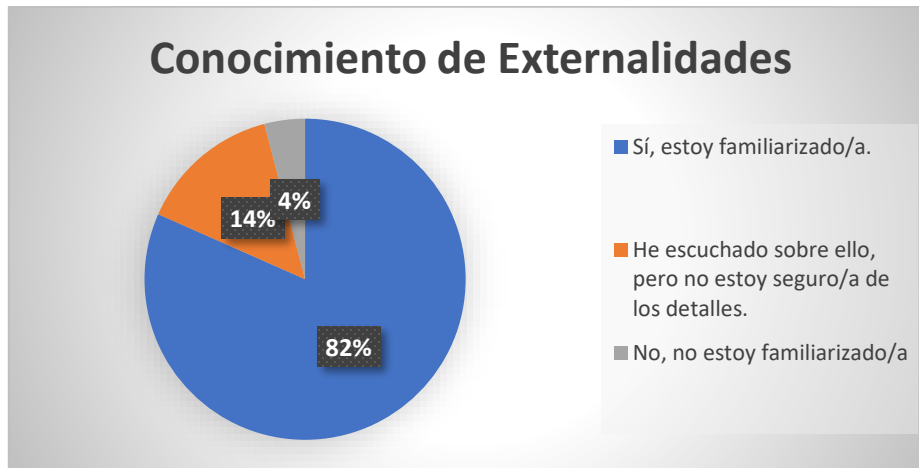
sobre las últimas tendencias y productos para seguir siendo relevantes en el mercado (Industria de electrodomesticos, 2021).

A continuación, se presentará un análisis detallado de los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a 50 usuarios que laboran en el ámbito comercial de electrodomésticos del sector Norte de la ciudad de Guayaquil – Parque California. Se pretende examinar y entender cómo las externalidades negativas afectan a las microempresas de electrodomésticos.

Tabla 1

¿Estás familiarizado/a con el concepto de externalidades en el contexto Empresarial?	
Sí, estoy familiarizado/a.	40
He escuchado sobre ello, pero no estoy seguro/a de los detalles.	7
No, no estoy familiarizado/a	3
Total	50

Nota: Elaborado por los autores.



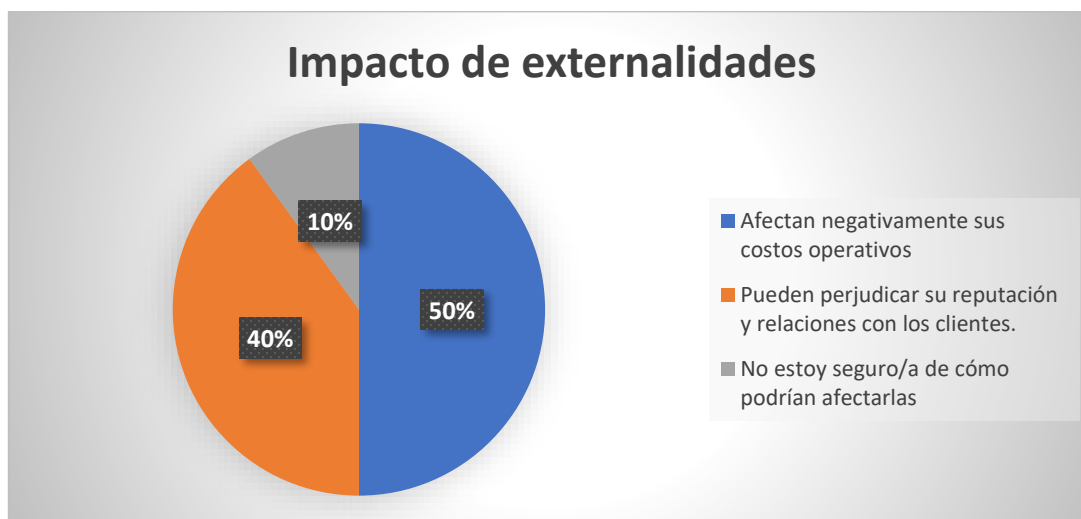
Se logra observar que, de las 50 personas encuestadas, el 82% indicó que, si está familiarizado con el concepto de externalidades en el contexto empresarial, esta cantidad abrumadora de la mayoría de los encuestados indicaron estar familiarizados con el concepto de externalidades en el contexto empresarial. Este alto porcentaje sugiere un nivel sustancial de conocimiento o experiencia previa entre la mayoría de los participantes. El 14% manifestó no estar seguro del tema, este grupo más reducido admitió haber escuchado sobre el concepto, aunque no se sienten completamente seguros acerca de los detalles. Este segmento podría beneficiarse de información adicional para comprender completamente el concepto y

finalmente un 4% indico no saber del tema, este hallazgo sugiere que existe una oportunidad para la educación o concientización en este grupo específico.

Tabla 2

¿Qué tipo de impacto crees que las externalidades negativas pueden tener en las microempresas de electrodomésticos en Guayaquil?	
Afectan negativamente sus costos operativos	25
Pueden perjudicar su reputación y relaciones con los clientes.	20
No estoy seguro/a de cómo podrían afectarlas	5
Total	50

Nota: Elaborado por los autores.

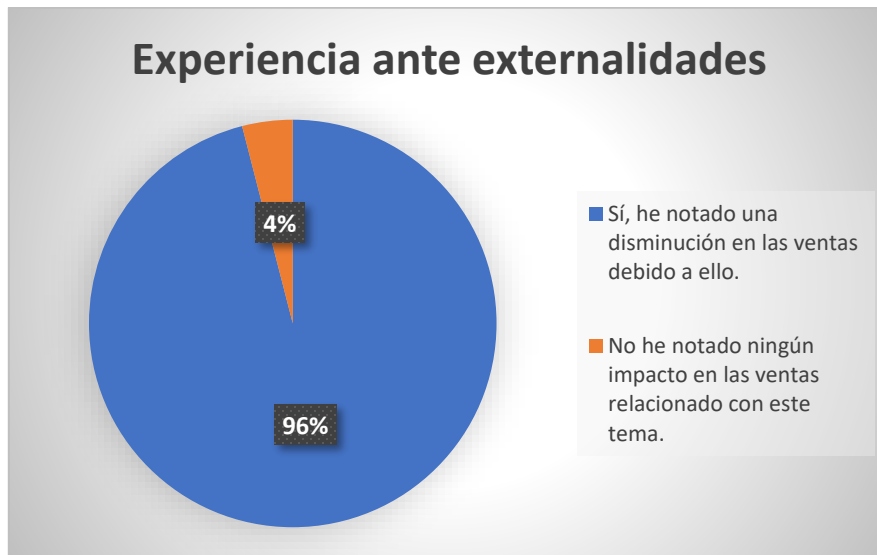


La mayoría de los encuestados (el 50%) cree que las externalidades negativas podrían afectar los costos operativos de las microempresas de electrodomésticos en Guayaquil. Esto sugiere una preocupación importante sobre el impacto financiero directo en la operación de estas empresas. Un número significativo de encuestados (el 40%) identifica el riesgo de que las externalidades negativas perjudiquen la reputación y las relaciones con los clientes de estas microempresas. Esto destaca la importancia percibida de la imagen y la relación con los clientes en el éxito de estos negocios. Un pequeño grupo (el 10%) admitió no estar seguro/a de cómo las externalidades negativas podrían afectar a estas microempresas. Esto podría indicar una falta de claridad o información sobre los posibles impactos.

Tabla 3

En tu experiencia como vendedor de microempresas de electrodomésticos, ¿has observado algún impacto en las ventas o en la demanda debido a externalidades negativas?	
Sí, he notado una disminución en las ventas debido a ello.	48
No he notado ningún impacto en las ventas relacionado con este tema.	2
Total	50

Nota: Elaborado por los autores.

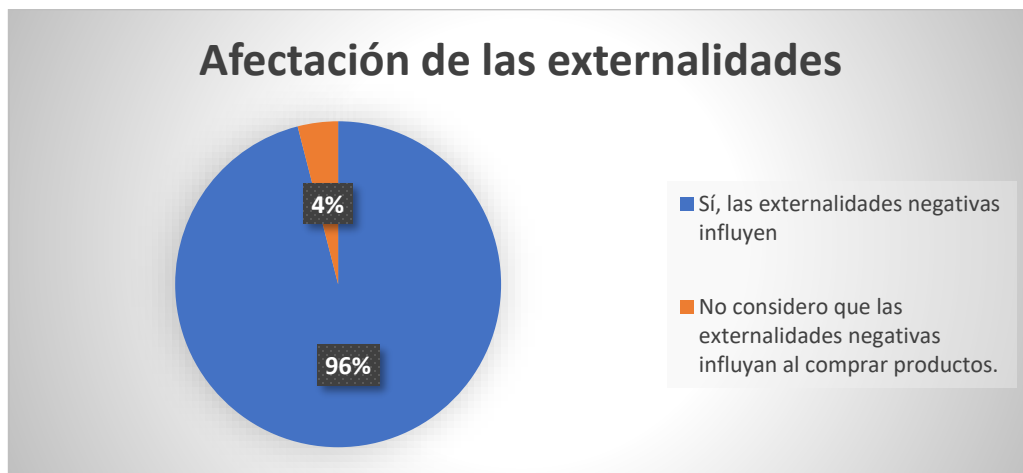


El 96% de los vendedores encuestados reporta que han observado una disminución en las ventas de microempresas de electrodomésticos debido a externalidades negativas. Este resultado sugiere que la mayoría de los vendedores perciben un impacto directo y negativo en las transacciones comerciales. Mientras que un pequeño porcentaje, el 4%, indica que no han observado ningún impacto en las ventas relacionado con externalidades negativas. Esto podría atribuirse a circunstancias específicas o quizás a una falta de conciencia sobre tales impactos.

Tabla 4

¿Crees que las externalidades negativas pueden afectar la decisión de los consumidores a la hora de comprar productos de microempresas de electrodomésticos?	
Sí, las externalidades negativas influyen	48
No considero que las externalidades negativas influyan al comprar productos.	2
Total	50

Nota: Elaborado por los autores.



El 96% de los vendedores encuestados reporta que han observado una disminución en las ventas de microempresas de electrodomésticos debido a externalidades negativas. Este resultado sugiere que la mayoría de los vendedores perciben un impacto directo y negativo en las transacciones comerciales. Solo un pequeño porcentaje, el 4%, indica que no han observado ningún impacto en las ventas relacionado con externalidades negativas. Esto podría atribuirse a circunstancias específicas o quizás a una falta de conciencia sobre tales impactos.

Tabla 5

¿Qué medidas consideras que podrían ayudar a las microempresas de electrodomésticos a mitigar los efectos de las externalidades negativas?	
Implementar tecnologías más limpias y sostenibles.	25
Mejorar la comunicación con la comunidad y los clientes.	15
Ofrecer programas de reciclaje o manejo adecuado de desechos	10
Total	50

Nota: Elaborado por los autores.



La mayoría de los encuestados (50%) considera que adoptar tecnologías más limpias y sostenibles podría ser una estrategia efectiva para reducir los efectos negativos asociados con las externalidades. Esto sugiere una conciencia de la importancia de la sostenibilidad en las operaciones empresariales. Un porcentaje significativo (30%) sugiere que mejorar la comunicación con la comunidad y los clientes podría ayudar a contrarrestar los impactos negativos de las externalidades. Esto destaca la importancia de la transparencia y la construcción de relaciones positivas con las partes interesadas. Un segmento más pequeño pero significativo (20%) propone la implementación de programas de reciclaje o manejo adecuado de desechos como una medida para abordar las externalidades negativas. Esto refleja una preocupación por la gestión responsable de los residuos.

CONCLUSIONES

El presente estudio exploratorio ha arrojado luz sobre la percepción y experiencia de los vendedores de microempresas de electrodomésticos en el cantón Guayaquil respecto a las externalidades negativas. A través de la recopilación y análisis de datos cuantitativos, se han obtenido insights valiosos que contribuyen a comprender el impacto de estos fenómenos económicos en el desempeño empresarial y las estrategias de mitigación utilizadas.

En términos de familiaridad con el concepto de externalidades en el contexto empresarial, se evidencia un alto grado de conocimiento entre los encuestados, con un 82% declarando estar familiarizados. Esto sugiere un nivel de conciencia significativo en la comunidad empresarial local, aunque existe un espacio para la educación y concientización, especialmente entre aquellos que admiten no estar completamente seguros del tema (14%).

La percepción sobre el impacto de las externalidades negativas en las microempresas de electrodomésticos revela que la mayoría de los encuestados (50%) cree que estas afectan negativamente los costos operativos de dichas empresas. Este hallazgo destaca la preocupación predominante por el aspecto financiero directo. Además, el 40% identifica el riesgo de que las externalidades perjudiquen la reputación y las relaciones con los clientes, enfocándose en aspectos más intangibles pero cruciales para la sustentabilidad a largo plazo. La experiencia de los vendedores confirma las percepciones, ya que un abrumador 96% ha observado una disminución en las ventas de microempresas de electrodomésticos debido a las externalidades negativas. Este impacto directo en las transacciones comerciales subraya la necesidad de abordar este problema de manera efectiva para garantizar la viabilidad económica de estas microempresas.

En cuanto a la influencia de las externalidades negativas en las decisiones de compra de los consumidores, el 96% de los vendedores considera que sí afectan negativamente. Este resultado refuerza la conexión directa entre las externalidades y el comportamiento del consumidor, destacando la importancia de abordar estos problemas para mantener la confianza y preferencia del cliente.

En términos de estrategias de mitigación, se identifican tres enfoques clave. En primer lugar, el 50% de los encuestados sugiere adoptar tecnologías más limpias y sostenibles como medida para reducir los impactos negativos. Esto refleja una creciente conciencia ambiental

y la importancia de la sostenibilidad en la operación empresarial. En segundo lugar, el 30% destaca la mejora en la comunicación con la comunidad y los clientes como una estrategia eficaz. La transparencia y la construcción de relaciones positivas emergen como factores clave para contrarrestar los efectos negativos. Por último, el 20% propone la implementación de programas de reciclaje o manejo adecuado de desechos, subrayando la preocupación por la gestión responsable de los residuos.

En conjunto, estos hallazgos subrayan la complejidad de las externalidades negativas en el contexto de las microempresas de electrodomésticos en Guayaquil. La gestión efectiva de estos impactos no solo implica consideraciones financieras, sino también la necesidad de abordar la reputación, las relaciones con los clientes y la sostenibilidad ambiental. El desarrollo de estrategias que integren estas dimensiones será crucial para el crecimiento equilibrado y sostenible de estas microempresas, asegurando no solo su viabilidad económica sino también su contribución positiva a la comunidad local.

Los autores recomiendan que se dé una colaboración proactiva entre las microempresas, el gobierno y los consumidores. Las microempresas deben considerar la integración de prácticas más ecológicas y responsables en sus operaciones, reconociendo que esto puede no solo mitigar externalidades negativas, sino también abrir puertas a oportunidades innovadoras. Al mismo tiempo, el gobierno puede ejercer un papel facilitador al ofrecer incentivos, políticas y regulaciones que fomenten la adopción de prácticas sostenibles y la reducción de impactos negativos. Por último, los consumidores desempeñan un papel fundamental al ejercer su poder de compra y expresar sus preferencias por productos que reflejen sus valores.

REFERENCIAS

- Alvarado, T. G. (2005). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29003104.pdf>
- Burgos, V. (16 de noviembre de 2023). Obtenido de <https://coccosphere.es/publicaciones/externalidades-y-medioambiente/>
- Cabello, A. (1 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/externalidad.html>

- Enríquez, F. (19 de septiembre de 2020). *Muy Interesante*. Obtenido de <https://www.muyinteresante.es/actualidad/38171.html>
- Externalidades Negativas y Positivas. (18 de mayo de 2023). *Externalidades Negativas y Positivas*. Obtenido de <https://sostenibleosustentable.com/es/economia-verde/externalidades-negativas-positivas/>
- Fortun, M. (10 de enero de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/externalidad-negativa.html>
- Higo. (5 de octubre de 2023). *higo*. Obtenido de <https://higo.io/glosario-contable/e/externalidades-que-son-y-como-se-clasifican/>
- Industria de electrodomesticos. (2 de febrero de 2021). Obtenido de <https://amnquality.com/industria/electrodomesticos/>
- INEC. (2017). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>
- PECA. (2018). *Parque empresarial California*. Obtenido de <https://www.parquecalifornia2.com/quienes-somos>
- Sumba Bustamante, R. Y., & Santistevan Villacres, K. L. (Diciembre de 2018). *Scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500323#:~:text=Las%20microempresas%20al%20ser%20propulsoras,capacitaci%C3%B3n%20permanente%20en%20t%C3%A9cnicas%20gerenciales%20
- Sumba Bustamante, R. Y., & Santistevan Villacreses, K. L. (Diciembre de 2018). *Scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500323#:~:text=Las%20microempresas%20al%20ser%20propulsoras,capacitaci%C3%B3n%20permanente%20en%20t%C3%A9cnicas%20gerenciales%20
- Tapia, E. G. (2019). *Trilogía UTEM*. Obtenido de <https://trilogia.utem.cl/wp-content/uploads/sites/9/2019/10/trilogia-utem-facultad-administracion-economia-vol28-n39-2016-nota-tecnica-1-Gonzalez.pdf>
- UFM. (2017). *Universidad Francisco Marroquín*. Obtenido de <https://cadep.ufm.edu/concepto/externalidades/>



UTEM. (3 de MARZO de 2020). Obtenido de <https://trilogia.utem.cl/wp-content/uploads/sites/9/2019/10/trilogia-utem-facultad-administracion-economia-vol28-n39-2016-nota-tecnica-1-Gonzalez.pdf>