

ISBN 3958934864



**Uleam**

UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

*Campus Pedernales*

**MEMORIAS**



**I CONGRESO  
INTERNACIONAL**  
de Investigación Científica para  
el Desarrollo Agro-turístico Empresarial

**COMPILADORES:**

Luis Madrid Jiménez, Ph.D

Denisse Aguilar Méndez, MSc

Juliana Anchundia Pazmiño, MSc

Ing. Eliana Mera Bravo



**#SomosUleam**



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí**  
[www.uleam.edu.ec](http://www.uleam.edu.ec)

**Miguel Camino, Ph.D Rector**  
**Iliana Fernández, Ph.D Vicerrectora Académica**  
**Doris Cevallos, Mgs Vicerrectora Administrativa**  
**Luis Madrid, Ph.D Director del Campus Pedernales**

Memorias del I Congreso Internacional de Investigación Científica para el Desarrollo Agro-turístico empresarial.

#### **COMPILADORES**

Luis Alberto Madrid Jiménez, Ph.D  
Denisse Loreth Aguilar Méndez, MSc  
Juliana Carolina Anchundia Pazmiño, MSc  
Ing. Eliana Pilar Mera Bravo

#### **COMITÉ CIENTÍFICO**

Luis Madrid Jiménez, Ph.D (**Presidente**)  
Fabian Villavicencio Abril, Ph.D  
Félix Bonilla Venegas, Ph.D  
Juan Carlos Marciaq, MSc  
Ing. Eliana Mera Bravo (**Secretaria**)

**Consejo Editorial:** Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
**Director Editorial:** Fidel Chiriboga  
**Diseño y diagramación:** Denisse Aguilar Méndez

**ISBN 3958934864**

**Primera edición**  
**Enero 2019**

# ▶▶ **ÍNDICE**

▶ <b>PRESENTACIÓN</b>	
Investigar más allá de las fronteras	05
▶ <b>COMITÉ CIENTÍFICO</b>	06
▶ <b>CONFERENCIAS MAGISTRALES</b>	07
<b>ÁREA TEMÁTICA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b>	10
▶ <b>PONENCIAS</b>	11
Implementación efectiva de un sistema de gestión para la continuidad de los negocios	12
Influencers, el nuevo activo empresarial de la era digital	13
La acreditación y su aporte a la satisfacción estudiantil de las universidades públicas de la provincia de Manabí	14
El emprendimiento como alternativa para la reducción del desempleo en Pedernales	15
La responsabilidad social universitaria como agente de desarrollo económico	16
▶ <b>ARTÍCULOS</b>	17
Influencia de la Universidad Estatal del Sur de Manabí en la economía de Jipijapa	18
Influencia del trabajo autónomo en la actividad áulica del docente de nivelación universitaria	26
Propuesta de capacitación estratégica a las autoridades y jefes departamentales del GAD municipal del cantón Puerto López	32
Innovación tecnológica para el desarrollo socio económico de MIPYMEs de la zona sur de Manabí, periodo 2017-2018	37
La inversión pública y su impacto en los ingresos económicos de los Comerciantes Formales del malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López	44
Análisis del Impacto económico del Sector Pesquero y su influencia en el empleo	49
Salud ocupacional ocular en casos de emergencia. Una visión de prevención	57
Estrategias de comunicación digital para promocionar productos a partir de las campañas de mailing	66
Cementerio de tortugas, Torotoro geoparque andino (Potosí, Bolivia): estudio de caso de responsabilidad social en la investigación y turismo sostenible (conferencia)	74
<b>ÁREA TEMÁTICA: TURISMO</b>	88
▶ <b>PONENCIAS</b>	89
Canales de distribución electrónica: estudio exploratorio en el sector hotelero de la ciudad de Babahoyo	90
Competencias comunicativas en los servidores turísticos de Pedernales: análisis de los procesos enseñanza aprendizaje del inglés en los espacios turísticos de Pedernales	91
El agroturismo, una alternativa sostenible y sustentable	92
El turismo de naturaleza como oportunidad de desarrollo para el cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador	93
Expectativas laborales del profesional en turismo de las universidades estatales de la provincia de Manabí, Ecuador	94

La gestión comercial y su incidencia en el crecimiento de las PYMES hoteleras de Manabí	95
Marco legal para la zonificación turística de los recursos naturales y culturales de Biocorredor del cantón Santa Ana, Manabí	96
Propuesta circuito agroturístico de la caña guadua en el cantón Montalvo de la provincia de Los Ríos.	97
Propuesta de plan estratégico de desarrollo turístico para la ciudad de Manta, Ecuador	98
Propuesta de un plan de marketing turístico para la parroquia Cojimíes	99
<b>▶ ARTÍCULOS</b>	100
Análisis de la importancia de la satisfacción del cliente en las empresas hoteleras del cantón Sucre	101
Diagnóstico situacional del patrimonio arqueológico – histórico ubicado en el cantón Pedernales	113
Estado y conservación de los atractivos arqueológicos ubicado en la parroquia San Isidro	119
Gestión del turismo sostenible en cantones costeros desde los Gobiernos Autónomos Descentralizados	129
Imagen corporativa para el posicionamiento del destino turístico de la ciudad de Manta	137
Métrica de planificación estratégica para medir posicionamiento del destino turístico Sucre - San Vicente	148
TICs como medio de incentivación para la gestión del destino turístico en el cantón Sucre	165
<b>▶ ÁREA TEMÁTICA: AGROPECUARIA</b>	173
<b>▶ PONENCIAS</b>	174
Estudio de tratamientos pre-germinativos (hormonal, físico y mecánico) en Annona conica Ruiz & Pav. ex G. Don.	175
Las 3r's (reduce, recicla, reusar) aplicadas en concientización ambiental en los ciudadanos cantón Pedernales.	176
Identificación, registro, georreferenciación y reproducción del cacao nacional fino de aroma, de más de 70 años de edad por clonación-injerto en eje centro-norte la provincia de Manabí.	177
Evaluación del Samán (Albizia Saman (Jacq.) Merr) y del Guazmo (Guazuma ulmifolia Lam.) en la alimentación del ganado bovino de carne.	178
Restauración de la población de mangle piñuelo (Pelliciera rhizophorae) en el Estuario de Cojimíes, Provincia de Manabí-Ecuador.	179
Análisis de estudios sobre la tuberculosis bovina (TBB) en el Ecuador.	180
<b>▶ ARTÍCULOS</b>	181
Sistema agroalimentario – negocio de corporaciones.	182
Efecto de la harina de residuos de camarón en pollos de engorde.	189
La educación ambiental y la formación integral de los estudiantes del Colegio Nacional Técnico Pedernales.	200
<b>▶ AGRADECIMIENTOS</b>	208



# Presentación

El Campus Pedernales de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, inicia sus actividades hace 18 años, durante este periodo, la vida institucional de esta unidad académica ha pasado por diferentes etapas. Sin duda, la más difícil ha sido el evento del 16 de abril del 2016, que marcó un antes y un después en la historia de nuestra universidad y del país en general. Sin embargo, ha resurgido, se ha reorganizado empujado por una comunidad que necesita de esta Institución de Educación Superior para reponeerse de aquel golpe sísmico de grandes proporciones.

Quienes somos parte de la ULEAM Pedernales durante el año 2018, con gran esfuerzo organizamos el I Congreso Internacional de Investigación Científica para el Desarrollo Agro-turístico Empresarial con el propósito de crear un espacio de discusión en el que se compartieron resultados de investigaciones científicas y tecnológicas en las áreas de Administración de Empresas, Agropecuaria y Turismo, además de experiencias en investigación emprendidas por las instituciones de educación superior.

Este congreso representó el primer paso hacia la producción científica desde Pedernales para el mundo. Como universidad nos hemos propuesto ser generadores de conocimiento, en ese sentido ponemos a consideración de la comunidad científica las Memorias del I Congreso Internacional de Investigación Científica para el Desarrollo Agro-turístico Empresarial, Pedernales 2018, donde compartimos las investigaciones de cada uno de los participantes y la inolvidable experiencia que vivimos en el desarrollo del congreso.

Estamos seguros que el próximo año, tendremos nuevas experiencia que contar.

Con la hospitalidad que nos caracteriza.

Dr. Luis Madrid Jiménez,  
**Director ULEAM, Campus Pedernales**

# ► Comité Científico

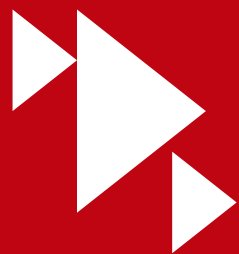


**Luis Alberto Madrid Jiménez**, es profesor investigador a tiempo completo titulado en la Universidad de Rusia de la Amistad de los Pueblos, en Moscú, como Ingeniero en Ecología y Manejo de Recursos Naturales, Master en Ecología y Manejo de Recursos Naturales y como Doctor PhD en Ciencias Biológicas respectivamente. Especialista en ornitología se ha desempeñado como docente durante 5 años en universidades e institutos superiores y ha ejercido importantes cargos dentro de Sistema de Educación Superior. Actualmente se desempeña con Director de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales.

**Fabián Villavicencio Abril**, es profesor investigador a tiempo completo en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Titulado en la Universidad de Rusia de la Amistad de los Pueblos, en Moscú, como Médico Veterinario y como Doctor PhD en Ciencias Veterinarias. Especialidad Fasciola hepática. Especialista en Parasitología se ha desempeñado como docente investigador en varias universidades del país. Ha publicado importantes artículos en revistas nacionales e internacionales. Actualmente se desempeña como Subdirector de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sede Santo Domingo.

**Félix Vladimir Bonilla Venegas**, Ingeniero en Cibernética, Magister en Ingeniería Mecatrónica, PHD en Instrumentos y equipos médicos titulado en la Universidad Técnica Estatal del Don. Rostov en el Don, Rusia. Se ha desempeñado como docente en importantes instituciones de educación superior del país, Coordinador de la Carrera de Ingeniería Mecatrónica en la Universidad Tecnológica Equinoccial, ha publicado importantes artículos en revistas nacionales y extranjeras, actualmente es docente investigador de la Universidad Técnica Equinoccial en la ciudad de Quito.

**Juan Carlos Marciaq**, es investigador y representante oficial para Latino América de Nano Bio Tech, titulado en la Universidad de Rusia de la Amistad de los Pueblos, en Moscú, como Master en Ciencias Agrícola. Encargado del Registros, Promoción y distribución de los productos químicos de Innovación tecnología producidos por el grupo de compañías AgroKhemProm. NanoBio-Tech y Grand-Harvest-Research. Ha trabajado en la representación, distribución y mercadeo para la compañía Argentina metalúrgica de Equipos para la agricultura «APACHE», promotor de la Siembra directa y la Agricultura sostenible en Rusia, Coordinador de eventos para el Comité Olímpico Mundial «MOC», formó parte del grupo desarrollista Nano Bio Tech de Rusia y es miembro activo del fondo Skolkovo y SNIR de Rusia.



# Conferencias Magistrales



## **AGROPECUARIA**

### **La plata coloidal en la agricultura. Master Juan Carlos Marciacq, Universidad de Rusia de la Amistad de los Pueblos, en Moscú.**

Es una tecnología de última generación la cual permite tener mayores rendimientos en los cultivos, a través de la inhibición de la hormona del crecimiento de las plantas bien conocidas como el etileno, las nano partículas de plata son capaces de activar las hormonas de crecimiento (auxinas), así como también activa el sistema de defensa de las plantas por la alta acumulación de las ROS o formas activas de oxígeno. La tecnología está patentada y por primera vez se está utilizando en el ámbito de la agricultura. Ecuador es el primer país de Latinoamérica que está utilizando esta innovación.

### **Producción de Semilla de Híbridos de Maíz, José Velásquez C. Jefe del Departamento de Producción de Semillas de la Estación Santa Catalina**

Un híbrido de maíz es la primera generación de una cruce entre dos líneas homocigóticas obtenidas por autofecundación. Resulta cuando una planta de maíz fecunda a otra que genéticamente no está emparentada con la primera. La planta que produce la semilla se denomina progenitora hembra o de semilla, en tanto que la planta que proporciona el polen para fecundar a la hembra se denomina progenitor macho o de polen. En otras palabras, una planta hembra es cruzada con una planta macho a fin de producir semilla híbrida. Los fitomejoradores generan los progenitores hembra y macho de cada híbrido con el fin de crear progenies con ciertas características, como una madurez específica, resistencia a enfermedades, cierto color de grano, calidad de procesamiento, etc. Ésta es la semilla híbrida única que los agricultores sembrarán en sus campos. La heterosis o vigor híbrido, es la base del mejoramiento genético por hibridación. La explicación de la heterosis se basa en las hipótesis de dominancia y de sobredominancia y es uno de los fenómenos biológicos que más interés ha despertado en la investigación debido a su importancia en el mejoramiento de las plantas. La obtención de híbridos de alto rendimiento depende de la heterosis que se genera en el cruzamiento de los progenitores homocigóticos con genes dominantes.

### **Impacto económico – ambiental de la apicultura en la agricultura en Ecuador. Magister Luciano Krebs Reginatto, Brasil**

## **TURISMO**

### **Turismo y desarrollo sustentable: incógnitas y cuestionamientos para la discusión actual. MSc. Galo Oswaldo Echeverría Cachipuendo. Universidad Técnica del Norte**

El Desarrollo Sustentable, como concepto, ha sido presentado en el Informe Brundtland en la Cumbre de Río: Nuestro Futuro Común en 1987, el cuál sostiene a “aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras”. En la práctica, luego de treinta años desde su propuesta, existen algunos vacíos para su aplicación en diferentes contextos, particularmente porque se observa un concepto utópico, más que práctico, debido a que la dinámica social y económica es cambiante en tiempo y espacio; así, las necesidades de las personas, hace tres décadas, no eran las mismas que tenemos en la actualidad; del mismo modo, las necesidades de alguien que viva en Sudamérica, no son las mismas de alguien que viva en Europa, África o Asia; además, si bien se han desarrollado un sinnúmero de proyectos en el mundo con el propósito es demostrar alternativas de vida, austeras y ecológicas, ¿Cuánto ha aportado en una real desaceleración de la extracción de recursos de la tierra en términos absolutos? ¿Se puede tomar como referencia algún estándar de indicadores que faciliten la medición del desarrollo Sustentable? Se propone entonces, una discusión para el rompimiento del paradigma que nos ha encasillado en los últimos años, a someter las actividades a la sustentabilidad, sin una base de medición y aprovechamiento, por lo que hasta la actualidad se observan intenciones más que resultados. El sector turismo ha desvirtuado también esta condición, ya que su desarrollo se ha basado particularmente en generar productos, más que en controlar comportamientos poco amigables con el entorno social, económico y ambiental.



### **Regeneración urbana y paisajística del barrio monseñor Leónidas Proaño en las riberas urbanas del río Tahuando en la ciudad de Ibarra. Ing. Julio Andrade, Universidad Técnica del Norte**

La investigación realizada tuvo como objeto la vinculación del barrio Monseñor Leonidas Proaño ubicado entre la Av. 17 de Julio desde la Calle Oviedo hasta la calle Cristóbal Colón con la ciudad de Ibarra, el cual se encuentra excluido por estar ubicado en una de las riberas bajas del río Tahuando. La problemática identificada en el barrio Monseñor Leonidas Proaño, hace referencia a la vulnerabilidad por las pendientes pronunciadas, ya que se encuentra a orillas del cauce del río que en tiempos de invierno crece el caudal causando inundaciones, se pudo caracterizar entre otros factores, la falta de accesibilidad, infraestructuras en mal estado y mala calidad del espacio público. Se determina como antecedentes principales que afectan la hidrografía, el clima, la producción agrícola y la construcción de vivienda, también se pudo identificar la existencia de una ventaja competitiva la cual es que el barrio cuenta con todos los servicios básicos por encontrarse cerca de la ciudad, para esto se utilizó una metodología de investigación de campo y bibliográfica desarrollada de manera mixta entre lo cualitativo y cuantitativo, tomando como fuente principal el método de observación directa en el lugar a desarrollarse la investigación, como complemento también se utilizó el método de análisis de fuentes secundarias que permitieron conocer la historia del lugar investigado, además al realizar el análisis de fuentes secundarias permitieron encontrar de manera directa los problemas pudiendo cuantificar e identificar todas las causas y efectos generados en el área de estudio, siendo apoyada la investigación por herramientas como encuestas y un análisis F.O.D.A, que ayudaron a determinar claramente la problemática y poder desarrollar la propuesta en el área Investigada. Para el sustento de los planteamientos dentro del desarrollo de la investigación, se consideró importante estructurar las bases teórico - científicas las cuales permitieron conocer las definiciones, criterios, conceptos y los aspectos más importantes acerca del tema a desarrollarse, con lo que se alcanzó un mayor conocimiento y entendimiento en el tema. Con la información obtenida en base a las fuentes bibliográficas la metodología aplicada y el trabajo de campo se formuló la propuesta de regeneración urbano paisajístico del barrio Monseñor Leónidas Proaño, el mismo que contiene proyectos que favorezcan al desarrollo económico, cultural, recreativo y político del barrio en relación a la ciudad, tomando en cuenta las necesidades y actividades que se realizan en el área de estudio.

**Ruta de la paja toquilla “El origen y recorrido de nuestra identidad como región”. Dr. María Isabel Silva – Centro Cívico Ciudad Alfaro.**

### **ADMINISTRACIÓN**

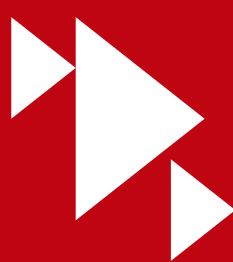
**Diseño evolutivo de sistemas sustentables: como aplicar la computación evolutiva en el diseño de sistemas sustentables. Rolando Armas. Investigador Asociado, Universidad de Shinshu, Nagano.**

El diseño evolutivo a través de métodos computacionales permite explorar y encontrar diferentes soluciones o alternativas de diseños de sistemas complejos. Esta ponencia está orientada a que la audiencia conozca y entienda de qué se trata el diseño evolutivo, los métodos de computación evolutiva y su uso en el diseño de sistemas sustentables. Se revisaran los conceptos sobre teoría de evolución biológica y como se utilizan sus principios para modelar en el computador el diseño evolutivo. Se revisaran las características de los sistemas complejos y como la computación evolutiva puede ayudar a encontrar variadas soluciones de diseño de estos sistemas considerando variables de sostenibilidad. Finalmente, se mostraran algunos casos de estudio en sistemas de movilidad y transporte y redes de distribución de agua potable.

**Responsabilidad social universitaria – Dr. Enrique Richard – Universidad Nacional de Cuyo – Argentina.**

**Territorio y formación: bucle para el desarrollo integral desde la oferta universitaria. Dr. Francisco Mendoza – Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.**

**ÁREA TEMÁTICA**



**Administración  
de Empresas**

# ▶ Ponencias



## IMPLEMENTACIÓN EFECTIVA DE UN SISTEMA DE GESTIÓN PARA LA CONTINUIDAD DE LOS NEGOCIOS



Luis Ignacio Delgado Álvarez, MSc  
luisi.delgado@uleam.edu.ec  
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

El presente artículo está basado en los problemas que tienen las empresas al implementar los sistemas que permita gestionar todos los servicios que soportan los equipos de TI (Tecnologías de Información), demostrando que existe un nivel pobre de preparación cuando detona un evento disruptivo en una empresa. El objetivo de la presente investigación consistió en exponer un marco teórico actualizado respecto a la efectividad de la implementación de un sistema de gestión para la continuidad de los negocios que permitió conocer el estado actual y las medidas de seguridad que algunas empresas emplean, donde se demuestra la necesidad en las empresas para obtener un sistema de Plan para la continuidad de los negocios (BCP). La metodología utilizada fue la revisión bibliográfica de varios autores en casos de implementación tomando como referencia investigaciones donde se implementaron normas con el estándar internacional ISO 22301 desde el año 2013 hasta la actualidad. Los resultados obtenidos reflejan claramente la necesidad de concienciar a los directivos de las empresas sobre la importancia de implementar un BCP que ayude en la toma de decisiones en caso de sufrir un desastre y concluir en optimizar procesos y recursos por medio de un Sistema de Gestión para la continuidad del Negocio que administrará los procesos para que los servicios de un negocio puedan seguir.

**Palabras claves:** Desastre, Riesgo, Control, BCP, SGCN.

### ABSTRACT

The present article is based on the problems that companies have implemented systems that allow managing all the services that support IT equipment (Information Technology), demonstrating that there is a poor level of preparedness when a disruptive event is triggered in a company. A comprehensive bibliographic review of several authors in cases of implementation is taken as reference. The methodology used was the collection of information made in articles that have been implemented as the international standard ISO 22301, which allow to know the current status and security measures that some companies use especially in the area of systems, where the need is demonstrated in Companies to obtain a system of Plan for business continuity (BCP). Through the results of this research we want to make managers aware of the companies can perform a BCP to help them in making decisions in the event of a disaster and conclude in the management of processes and resources in the middle of the Management System for the continuity of the business that will manage the processes so that the services of a business can follow.

**Keywords:** Disaster, Risk, Control, BCP, SGCN

## INFLUENCERS, EL NUEVO ACTIVO EMPRESARIAL DE LA ERA DIGITAL ▶

Pablo Vidal Fernández  
pablo.vidal@uleam.edu.ec  
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

### RESUMEN

Este artículo presenta un estudio sobre el comportamiento del consumidor respecto a la oferta masiva de productos y servicios existentes en los diferentes medios digitales. Con el fácil acceso a la información de mercado y la reciente crisis económica, las decisiones se contrastan y analizan en función de la experiencia que cuentan los usuarios a través de valoraciones sobre las distintas marcas que han probado. Con este propósito se realizó una investigación cualitativa, a través de la técnica del grupo focal, existiendo diferentes criterios excluyentes e inclusivos, donde se pretendía conocer el perfil del consumidor digital, su patrón de consumo o el grado de influencia que ejercen otros usuarios al difundir sus experiencias en la red. Los resultados de dicha investigación hacen evidente la mala gestión por parte de las marcas a la hora de proporcionar información acerca de sus productos o servicios, y por ende la necesidad de los posibles compradores de buscar referencias en otros lugares que puedan suplir esta carencia informativa. Se concluye que las marcas deben mejorar la gestión de la información en sus canales de comunicación digitales, ya que progresivamente pierden credibilidad y acaban por frustrar al usuario al crearle mediante estímulos previos unas expectativas muy altas que mucho distan de la realidad.

**Palabras clave:** Influenciadores, SEO, comunicación digital, branding digital, marketing digital, redes sociales.

### ABSTRACT

This article presents a study about consumer behavior regarding the mass supply of products and services in different digital media. With easy access to market information and the recent economic crisis, decisions are contrasted and analyzed based on the experience that users have through assessing the different brands they have tried. For this purpose a qualitative research was carried out, through the technique of the focal group, existing different exclusionary and inclusive criteria, where it was intended to know the profile of the digital consumer, its pattern of consumption or the degree of influence that other users exert when disseminating their experiences in the network. The results of such research make evident the bad management by the brands in providing information about their products or services, and therefore the need of potential buyers to seek references in other places that can fill this information gap. It is concluded that brands must improve the management of information in their digital communication channels, as they gradually lose credibility and eventually frustrate the user by creating previous expectations with very high expectations that are far from reality.

**Keywords:** Influencers, SEO, digital communication, digital branding, digital marketing, social media.

## LA ACREDITACIÓN Y SU APOORTE A LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL DE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA PROVINCIA DE MANABÍ

Rafer Henry Cruz Mera  
rafer.cruz@uleam.edu.ec  
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

### RESUMEN

En los últimos años, la calidad de la educación superior en el Ecuador, ha resultado un tema preponderante, direccionado como política de estado, con sentido estratégico y técnico a través de los procesos de acreditación institucional, liderados por el CEAACES y articulado en un marco legal como lo es la LOES. Los procesos de acreditación institucional se fundamentan en los principios de administración (procesos y gestión), de calidad (monitoreo, control y planes de mejoras) y de alto impacto en el servicio al cliente (satisfacción del colectivo estudiantil, mediante el desarrollo de sus habilidades y competencias profesionales) que se deben operativizar en las funciones sustantivas de las IES, a fin de asegurar o alcanzar los atributos de calidad que constituyen elementos estratégicos básicos para alcanzar niveles mínimos de satisfacción. El presente trabajo planteó el objetivo de valorar cómo la acreditación institucional aporta a la satisfacción estudiantil de las universidades públicas de Manabí. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo-correlacional, cuali -cuantitativa. Se aplicó un total de 373 encuestas a los estudiantes de las IES objeto de estudio, procesando los datos generados con el software estadístico SPSS 21 a fin de validar una hipótesis general y tres específicas. La prueba de Alfa de Cronbach para validar el instrumento (encuesta en escala de Likert) arrojó un 0.956, significando que existe un alto nivel de confiabilidad en los datos recabados; el Chi Cuadrado en la hipótesis general es de 282,845 mayor al Cuadrado Crítico de 26,2962 evidenciando que existe dependencia entre la acreditación y la satisfacción estudiantil. El estudio además determinó los principales factores que generan insatisfacción y evidenció que el modelo de acreditación no considera o mide de forma directa las percepciones y expectativas del servicio que reciben los estudiantes de las IES.

**Palabras Claves:** Acreditación, satisfacción estudiantil, IES, calidad.

### ABSTRACT:

In recent years, the quality of higher education in Ecuador has been a preponderant topic, focused as state policy, with a strategic and technical sense through the processes of institutional accreditation, led by CEAACES and articulated in a legal framework as is the LOES. The processes of institutional accreditation are based on the principles of administration (processes and management), quality (monitoring, control and improvement plans) and high impact on customer service (satisfaction of the student collective, through the development of their skills and professional competencies) that must be operationalized in the substantive functions of IES, in order to ensure or achieve the quality attributes that constitute basic strategic elements to achieve minimum levels of satisfaction. The present work raised the objective of assessing how institutional accreditation contributes to the student satisfaction of the public universities of Manabí, being a descriptive and correlational type research, of qualitative - quantitative methodology. The application of 373 surveys to the students of the IES under study was carried out, processing the data generated with the statistical software SPSS 21 in order to validate a general hypothesis and three specific hypotheses. The Cronbach's Alpha test to validate the instrument (survey on Likert scale) yielded a 0.956, meaning that there is a high level of reliability in the data collected; Chi-Squared in the general hypothesis is 282,845 higher than the Critic Chi-Squared of 26,2962, showing that dependence exists between accreditation and student satisfaction. The studio could stablish the main factors that generate insatisfaction and evidence that the accreditation model doesn't consider the direct way of perceptions and expectative of service that receive the students of IES

**Key Words:** Accreditation, Student Satisfaction, IES, Quality.

## EL EMPRENDIMIENTO COMO ALTERNATIVA PARA LA REDUCCIÓN DEL DESEMPLEO EN PEDERNALES

Denisse Aguilar Méndez<sup>1</sup>, denisse\_loreth@yahoo.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Eliana Mera Bravo<sup>2</sup>, eliapila9@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Johanna Aguilar Méndez<sup>3</sup>, joha\_528@live.com, Zamora, Zamora Chinchipe, Ecuador

### RESUMEN

Hablar de emprendimiento en la actualidad, es hacer hincapié a una actitud propia del ser humano que se fundamenta principalmente en la creatividad, perseverancia y capacidad para asumir riesgos sobrepasando los límites de creación de empresas y considerándose en algunos casos como una forma de vida. Bajo este nuevo enfoque el objetivo de la investigación consistió en analizar la percepción de la población del cantón Pedernales, respecto al emprendimiento y como este puede convertirse en una alternativa para la generación de ingresos económicos y reducción de la brecha del desempleo después del terremoto del 16 abril de 2016. Para el estudio se tomó como muestra los negocios localizados en el casco comercial de la ciudad ubicados dentro de la categoría de MIPYMES. La metodología utilizada fue la revisión bibliográfica y la aplicación de una investigación de tipo cuali-cuantitativa, no experimental transversal correlacional aplicándose un total de 228 encuestas a los dueños de empresas, complementándose con entrevistas a expertos y la técnica de la observación directa. Mediante la investigación realizada se comprobó empíricamente que gran parte de personas que emprendieron en un negocio lo hicieron como respuesta a la falta de empleo y a la necesidad de tener una fuente de ingreso, son aun pocos los negocios que han identificado una oportunidad de mercado. Por otro lado, uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan los emprendedores locales es la situación económica del país y la falta de financiamiento para emprender en un nuevo negocio, a esto se suma el impacto del terremoto en la economía local que ocasionó que los emprendimientos se incrementen de forma significativa. En ese sentido, resulta indispensable la capacitación a los emprendedores en temas relacionados a la contabilidad y administrar el dinero del negocio, estrategias de marketing, entre otros como una alternativa para darle sostenibilidad al negocio.

**Palabras claves:** Emprendimiento, actitud, emprendedor, terremoto, desempleo.

### ABSTRACT:

Speaking of entrepreneurship today, is to emphasize an attitude of the human being that is based primarily on creativity, perseverance and ability to take risks exceeding the limits of creating companies and considering in some cases as a way of life. Under this new approach the objective of the research was to analyze the perception of the population of the canton Pedernales, regarding entrepreneurship and how it can become an alternative for the generation of economic income and reduction of the unemployment gap after the earthquake of 16 April 2016. For the study, the businesses located in the commercial center of the city located within the category of MSMEs were taken as a sample. The methodology used was the bibliographic review and the application of a qualitative-quantitative, non-experimental cross-correlation type of research, applying a total of 228 surveys to business owners, supplemented by interviews with experts and the technique of direct observation. Through the research carried out, it was empirically proven that a large number of people who started a business did so in response to the lack of employment and the need to have a source of income. There are still very few businesses that have identified a market opportunity. On the other hand, one of the biggest challenges faced by local entrepreneurs is the economic situation of the country and the lack of financing to start a new business, to this is added the impact of the earthquake on the local economy that caused the undertakings increase significantly. In this sense, it is essential to train entrepreneurs in issues related to accounting and manage business money, marketing strategies, among others as an alternative to give sustainability to the business.

**Keywords:** Entrepreneurship, attitude, entrepreneur, earthquake, unemployment.

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA COMO AGENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO

Fredy Guido Villacís Guerrero  
fredy.villacis@uleam.edu.ec

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

La responsabilidad social universitaria en la actualidad se constituye en una temática en vigor encontrándose en la palestra de los estudios investigativos y ligándola a numerosas líneas de acción para impulsar los objetivos sociales. En el caso de las universidades, la responsabilidad social es percibida como una forma de gestión de sus funciones enfocada al progreso de las sociedades y al desarrollo sostenible, Así, las universidades, de acuerdo al régimen jurídico vigente, están en la obligación de ejercer sus funciones de manera solidaria y responsable. Por ello, se estima necesario asegurar la excelencia académica, tanto en la enseñanza como en la investigación científica. Se subraya, la necesidad de una educación superior pertinente y con responsabilidad social, la formación de profesionales responsables éticos y con ciudadanía, el fomento de mecanismos asociativos para dar soluciones a problemas nacionales, regionales y locales, la promoción del respeto a los derechos humanos y a los derechos de la naturaleza y la preservación de un ambiente sano, entre otras funciones. Todos estos procedimientos encajan dentro de la noción de responsabilidad social universitaria. Vista la obligación de las universidades ecuatorianas por ser instituciones socialmente responsables con el medio, la presente investigación evalúa el ejercicio de la responsabilidad social de la universidad con el sector comunitario del cantón Pedernales, como agente del desarrollo local. La investigación se realizó en dos fases, una de tipo exploratoria, mediante la revisión bibliográfica de varios autores, con el fin de exponer un marco teórico actualizado en esta disciplina. En la segunda fase se espera valorar los procesos de vinculación de la institución de educación superior con el sector productivo mediante una investigación de tipo cualitativo. Los resultados obtenidos en la primera fase destacan la importancia de la responsabilidad social universitaria en nuestro país, y la necesidad de afianzar y emprender acciones que permitan dar solución a los problemas locales del sector.

**Palabra claves:** Responsabilidad social, desarrollo sostenible, pertinencia, agente de desarrollo, eficiencia institucional.

### ABSTRACT

Social responsibility, as part of the obligations following policies, as guidelines for decision making, linking them to the numerous lines of action to achieve the objectives of society, currently has a reputation in organizations is a subject in force meeting in the arena of the investigative studies of his political management. In the case of universities, social responsibility is perceived as a form of management of their functions focused on the progress of societies and sustainable development. Thus, universities, in accordance with the current legal regime, are obliged to exercise their functions in a solidary and responsible manner, subjecting it to the objectives of the development regime, which includes academic quality and its institutional efficiency, making it clear that the coverage, quality and relevance of higher education are linked to the quality of life and progress of the country. Therefore, it is considered necessary to ensure academic excellence, both in teaching and in scientific research. The need for a relevant higher education with social responsibility, the formation of responsible ethical professionals with citizenship, the promotion of associative mechanisms to provide solutions to national, regional and local problems, the promotion of respect for human rights and the rights of nature and the preservation of a healthy environment, among other functions. All these procedures fit within the notion of university social responsibility. Considering the obligation of the Ecuadorian universities to be socially responsible institutions, it is proposed to evaluate the exercise of the social responsibility of the University with the community sector of Pedernales, as an agent of local development, taking advantage of the fact that the researcher provides his services as part of its teaching staff of the University of the zone, The initial idea is to assess the process of linking the house of higher education with the productive sector, research is qualitative, methodology that allows to initiate and strengthen their interaction and undertake consequently the necessary actions to solve their problems, improve their economic benefits and their living conditions with the contribution of the University.

**Keyword:** Social responsibility, sustainable development, relevance, development agent, institutional efficiency





# Artículos



## INFLUENCIA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ EN LA ECONOMÍA DE JIPIJAPA



Ángel Wilkins Álvarez Pincay<sup>1</sup>, wilkinsalvarezpincay@yahoo.es, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Arturo Esterlín Carvajal Zavala<sup>2</sup>, arturo.carvajal@unesum.edu.ec, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Jonas Sneider Calle García<sup>3</sup>, jonascalle@hotmail.es, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Laura Patricia Muñiz Jaime<sup>4</sup>, laura.muñiz@unesum.edu.ec, Universidad Estatal del Sur de Manabí

### RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la economía del cantón Jipijapa a partir de la creación de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. La investigación fue de tipo descriptivo no experimental, el paradigma se relacionó con la concepción Filosófica hermenéutica describiendo cada uno de los hechos y fenómenos a indagar; y explicativa porque permitió analizar explícitamente el problema planteado, como también estuvo dada por el método exploratorio, científico, deductivo, inductivo, descriptivo, analítico y estadístico con técnicas de entrevista, observación, encuestas, recopilación de información textual y exploratoria. El muestreo fue no probalístico, el mismo que sirvió para hacer generalizaciones. A través de los principales resultados se determinó que esta genera un impacto positivo para la economía de Jipijapa, tanto directa como indirectamente y un aumento en las actividades productivas del cantón, constituyéndose en un importante polo de fortalecimiento en el contexto del desarrollo económico local, y en una de las instituciones de mayor envergadura poblacional que tiene el cantón y que demanda significativamente de bienes y servicios, siendo generadora de empleos. La sociedad del cantón reconoce la importancia que tiene la Universidad en la economía, pero aún no es suficiente su influencia ante los requerimientos del entorno. En conclusión, surge el interés de presentar una propuesta en favor de la población que consiste en "Impulsar los programas que tiene la universidad en concordancia con los Gobiernos Autónomos Descentralizados del cantón los que son programas dados para promover el desarrollo local", generando la articulación entre estas instituciones que impulsen el desarrollo y crecimiento del cantón.

**Palabras claves:** economía, universidad, sociedad, vinculación social, desarrollo local.

### ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the economy of the Jipijapa canton from the creation of the Southern State University of Manabí. The research was of a non experimental experimental type, the paradigm was related to the Philosophical hermeneutical conception describing each of the facts and phenomena to be investigated; and explanatory because it allowed to explicitly analyze the problem posed, as was also given by the exploratory, scientific, deductive, inductive, descriptive, analytical and statistical method with interviewing techniques, observation, surveys, collection of textual and exploratory information. The sampling was not probalistic, the same one that served to make generalizations. Through the main results it was determined that this generates a positive impact for the economy of Jipijapa, both directly and indirectly and an increase in the productive activities of the canton, becoming an important pole of strengthening in the context of local economic development, and in one of the institutions of greater population size that the canton has and that demands a significant amount of goods and services, generating jobs. The society of the canton recognizes the importance of the University in the economy, but its influence on environmental requirements is not enough. In conclusion, the interest arises to present a proposal in favor of the population that consists of "Promoting the programs that the university has in agreement with the Autonomous Decentralized Governments of the canton which are programs given to promote local development", generating the articulation among these institutions that promote the development and growth of the canton.

**Key words:** economy, university, society, social linkage, local development.

### INTRODUCCIÓN

La universidad constituye un pilar en el desarrollo económico y social en el lugar donde se encuentre

(Cobban, 1992) (Florax, 1994) (Torres, y otros, 2010). Por su naturaleza jurídica, la Universidad Estatal del Sur de Manabí está orientada en tres pilares fundamentales que determinan la academia, estos son; actividades de docencia, investigación y vinculación con la sociedad, que tienen como finalidad dar respuestas a las demandas sociales tanto para la zona sur de Manabí, la provincia y el Ecuador. En este argumento en el que se escribe la perspectiva de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, la educación superior de hoy, es una responsabilidad para mejorar la sociedad, reforzando las comunidades y estimulando el progreso social.

La economía es uno de los factores fundamentales que se toman en cuenta para diseñar estrategias en pos del mejoramiento de la calidad de vida, desarrollo y crecimiento económico de los pueblos. El Ecuador en los últimos años atraviesa por una crisis económica que está afectando a las provincias, cantones y parroquias en áreas de empleo, inflación, nivel general de precio, producción total, entre otros factores que son de relevancia absoluta (LOSEP, 2011).

En lo que corresponde a la provincia de Manabí, en los últimos años también ha atravesado por crisis económica galopante que ha afectado rotundamente la economía de la provincia, ya sea por fenómenos naturales provocados por sequías y exceso de lluvias, como también por la mala administración de los recursos por parte de gobiernos seccionales y locales, ha esto se suma el terremoto del 16 de abril 2016, que impactó fuertemente la economía. En este contexto el cantón Jipijapa cuenta con las siguientes instituciones de desarrollo que son las encargadas de generar fuentes de empleo y por ende mueven la escasa economía del Cantón: Universidad Estatal del Sur de Manabí, Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón, Hospital Cantonal, Seguro Social, colegios, escuelas públicas, puntos de ventas, comerciantes informales, y entre otras instituciones y organizaciones que están relacionadas con el Estado, tal como lo señala el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010).

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda el cantón Jipijapa ha tenido un lento crecimiento económico y por ende su economía es baja, la mayor parte de la población económicamente activa se dedicada al comercio al por mayor y menor con un 35.5 %, es decir, se desempeña en el comercio informal, seguido por la enseñanza en escuelas y colegios públicos y particulares con un 19% y la administración pública y defensa que corresponde a empresas públicas, en áreas de Salud, IESS, entre otras con un 14,6 %. Según estos indicadores existe una gran debilidad para la economía del cantón Jipijapa, ya que los ingresos que generan mayor actividad económica son por el subempleo, dado por personal que labora a tiempo parcial o que trabaja en empleos ineficientes o improductivos y, por tanto, reciben bajos ingresos, generando un sistema de economía baja (Pereyra, 2010).

Con respecto a la Universidad Estatal del Sur de Manabí, según datos del departamento de planificación de la UNESUM (tabla 1), está comprendida de la siguiente estructura organizacional:

**Tabla 1**  
*Estructura organizacional UNESUM*

Comunidad Universitaria	Población	Distribución en	
		%	Muestra
Autoridades Personal administrativo	51	1	4
Personal de servicio	119	2	8
Docentes	121	2	9
Docentes nivelación	239	5	17
Estudiantes	26	1	2
<b>TOTAL</b>	4404	89	315
	4960	100	355

*Fuente: Departamento de planificación UNESUM (2017)*

Queda claro entonces que en el cantón Jipijapa, la Universidad Estatal del Sur de Manabí, representa una de las instituciones generadoras de empleo, tanto directo como indirecto y que tiene una población

estudiantil que demanda de bienes y servicios en el cantón, impulsando significativamente la actividad económica del cantón Jipijapa. De ahí las preguntas de investigación planteadas: ¿De qué manera la Universidad Estatal del Sur de Manabí incide en la economía del cantón Jipijapa? ¿Cuáles son las principales actividades económicas de Jipijapa que tienen mayor relevancia con la creación de la universidad? ¿Cuál es el impacto que ha generado la universidad a partir de su creación? ¿De qué manera la Universidad Estatal del Sur de Manabí influye en el desarrollo económico del cantón Jipijapa?

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

### **a) Métodos**

El presente estudio es no experimental, el paradigma se relacionó con la concepción Filosófica hermenéutica, donde se aplicó la investigación descriptiva que permitió describir cada uno de los hechos y fenómenos a indagar; y explicativa porque permitió analizar explícitamente el problema de investigación.

**Método científico:** Esta técnica permitió identificar el problema y establecer las hipótesis, las mismas que fueron sometidas a comprobación.

**Método descriptivo:** Se aplicó en la descripción de cada uno de los elementos que abarca el problema de diagnóstico.

**Método inductivo:** Permitted verificar y explicar mediante un estudio integral con la colaboración de todos los involucrados cómo incide la Universidad Estatal del Sur de Manabí en la economía del cantón Jipijapa.

**Método Analítico:** Fue elocuente para los análisis finales y suplementarios de la exploración, de modo que se evidencio muchas derivaciones prácticas sobre las normativas legales aplicables en cada uno de los procesos.

**Método deductivo:** Este método fue de gran importancia para determinar conocimientos generales y particulares de como ha evolucionado la economía del cantón Jipijapa a partir de la creación de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

**Método Estadístico:** Se realizó mediante varios diseños estadísticos (cuadros tablas, otros.), y el programa (SPSS).

### **b) Técnicas**

La metodología utilizada para la recolección de datos fue: observación, encuesta, entrevistas. La técnica de la observación se lo utilizó con el propósito de observar cómo evolucionó la economía del cantón Jipijapa a partir de la creación de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. La técnica de la encuesta se aplicó con la finalidad de obtener información relevante y significativa de la población económicamente activa, tales como: empresarios, servidores públicos, organizaciones, comerciantes minoristas entre otros que forman parte de la actividad productiva del Cantón. La técnica de la entrevista se aplicó con la finalidad de obtener información relevante y significativa de las principales autoridades del cantón Jipijapa.

### **c) Instrumentos**

Para la recolección de información primaria y secundaria se utilizó las siguientes técnicas de campo.

- Observación realizada en el Cantón Jipijapa.
- Encuestas realizadas a la población del Cantón Jipijapa.
- Entrevistas realizadas a las autoridades del Cantón Jipijapa.

En concordancia con la investigación primaria se recurrió a indagación secundaria de: libros, revistas, páginas de internet, periódicos y recopilación bibliografía.

### **d) Población y muestra**

Se consideraron a todos los individuos o sujetos que se encuentran dentro del área de influencia. La población del Cantón Jipijapa según el censo poblacional del 2010, establece que existe un total de

71,083 habitantes. Se tomó una muestra probabilística de 378 personas aplicada a los habitantes del Cantón Jipijapa. Para el cálculo de la muestra se consideró un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

## Resultados

Encuestas dirigidas a los habitantes del Cantón Jipijapa, para determinar la evolución de la economía a partir de la creación de Universidad Estatal del Sur de Manabí.

**Tabla 2**  
*Género de los encuestados*

<b>Género</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	168	44%
Femenino	210	56%
Suma	378	100%

**Fuente:** Población del Cantón Jipijapa.

El 56% de los encuestados son del género femenino y el 44% son del género masculino, lo que significa que la mayor tendencia corresponde al género femenino. En cuanto al rango de edades, el 28% de los encuestados se encuentran en edades entre 30 a 40 años, el 25% entre 20 a 30 años, el 18% entre 40 a 50 años, el 12% son del rango de 18 a 25 años, el 9% de 50 a 60 años y el 8% mayor de 60 años. Ello significa que la mayor población de la muestra encuestada corresponde a la edad de 30 a 40 años. Seguido de los de 20 a 30 años, que son los de mayor tendencia. El 74 % de los encuestados tienen profesión de tercer nivel, el 21 % poseen un nivel de escolaridad secundaria y el 5 % un nivel primario. La muestra fue dada mayoritariamente en el nivel de escolaridad de tercer nivel.

**1. ¿Es usted residente del cantón Jipijapa?** La respuesta a la primera pregunta, el 100 % de los encuestados son residentes del Cantón Jipijapa.

**2.- ¿Considera usted que la Universidad Estatal del Sur de Manabí, desde su creación ha aportado al desarrollo económico del cantón Jipijapa?** El resultado evidenció que el 98% de los encuestados manifestaron que la Universidad Estatal del Sur de Manabí, a partir de la creación, sí aporta al desarrollo económico del Cantón y el 2%, manifestaron que no aporta al desarrollo económico. Partiendo de estos resultados se puede interpretar que la gran mayoría de la población cree que la UNESUM, a partir de su creación aporta a la economía del cantón, tanto directa e indirectamente, a través de la generación de empleo, consumo de bienes y servicios, o sea, aporta a los recursos económicos de la región, según definición de Díaz (2017).

**3.- ¿Cree usted que la comunidad universitaria de la UNESUM, impulsa la actividad productiva en el Cantón Jipijapa?** Los resultados determinaron que el 94 % de los encuestados manifiestan que la comunidad universitaria de la UNESUM, impulsa la actividad productiva en el cantón Jipijapa, en cambio el 6%, manifestó que no. En efecto, la sociedad del cantón tiene claro que la UNESUM impulsa la actividad económica a través de generación de empleos, formales e informales, demanda de bienes y servicios, entre otros.

**4.- Según su opinión, ¿cómo ha sido el impacto económico que ha generado la Universidad Estatal del Sur de Manabí al cantón Jipijapa?** Los resultados muestran que el 76 % de los encuestados manifiestan que el impacto económico que ha generado la UNESUM es medio, en cambio 15 % manifestaron que es bajo y el 9 %, manifestaron que es alto. La tendencia mayoritaria determina que la UNESUM establece un impacto económico medio, demostrando que no es aun suficiente el aporte para que el cantón genere un impacto económico significativo y por ende mejore la calidad de vida de la población.

**Tabla 3**

Resultados de la pregunta 4 de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Jipijapa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alto	34	9%
Medio	286	76%
Bajo	58	15%
<b>Suma</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Jipijapa

**5.- ¿En qué nivel considera usted que la UNESUM, genera impacto directo e indirecto sobre las actividades económicas en el Cantón Jipijapa?** Los resultados fueron: el nivel de impacto que genera la UNESUM, directa e indirectamente sobre las actividades económicas de los encuestados, el 70 % determinan que es medio, el 16 % es bajo y el 14 % que es alto. De ahí que la gran mayoría de la población del cantón, considera que la UNESUM aporta significativamente a las actividades, contribuyendo en sí al ámbito socio económico.

**6.- ¿Cuál de los siguientes componentes cree usted que ha sido más relevante con la creación de la Universidad Estatal del Sur de Manabí?**

**Tabla 4**

Alternativas, Frecuencia y % de respuestas a la pregunta 6 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Producción	19	5%
Renta	56	15%
Empleo	303	80%
<b>Suma</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Jipijapa.

El 80 % de los encuestados manifestaron que a partir de la creación de la UNESUM, el componente que ha generado más relevancia es el empleo, en cambio el 15 % manifestaron que es la renta y 5 % declararon que era la producción. Ello significa que la UNESUM, desde su creación ha impulsado de manera directa e indirecta la actividad económica a través del empleo, que es el componente de más tendencia, según los datos de la investigación. Estos resultados coinciden con los difundidos por (TELEGRAFO, 2017).

**7. Según su consideración, ¿cuál de las siguientes actividades económicas ha tenido mayor relevancia para la economía del Cantón Jipijapa?**

**Tabla 5**

Respuesta de los encuestados a la pregunta 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alojamiento	19	5%
Restaurante	56	15%
Taxis	81	21%
Discoteca	4	1%
Karaoke	13	3%
Centro recreacional	3	1%
Transporte de buses urbano	54	14%
Comercio formal	68	18%
Comercio informal	62	16%
Cafetería	13	3%
Otros	5	1%
<b>Suma</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Jipijapa.

En el rango de mayor tendencia el 23 % de los encuestados declararon que las actividades de mayor tendencia en la economía del cantón está dada para los taxistas, el 17 % para el comercio formal, el 16 % para informal, el 15 % para los restaurantes, el 14 % para el transporte de buses urbano, el 5 % para el alojamiento, el 3% para cafetería y karaoke y el 1% para centro recreacional, discoteca y otros. Lo que determina que la UNESUM aporta a la actividad económica, particularmente al gremio de los taxistas.

**8.- ¿Cree usted que existe articulación de la UNESUM con el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Jipijapa para impulsar la economía?** De la información recolectada el 85% de los encuestados manifestaron que no existe articulación entre la UNESUM y el GAD del cantón. En cambio 15 % manifestaron que sí. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que la población del cantón, no evidencia ningún vínculo de articulación entre estas dos instituciones de desarrollo para impulsar la economía. Ello corrobora el informe del Gobierno de Manabí acerca de dicha desarticulación y la necesidad del vínculo entre ambos. (Manabí, 2016)

**9.- ¿Cree usted que la UNESUM, es generadora de empleo para el cantón Jipijapa?** El 100% de los encuestados respondieron positivamente. Queda claro que la UNESUM, es una de las Instituciones que genera empleo para sus habitantes de manera directa e indirecta.

**10.- ¿Considera usted que la Universidad Estatal del Sur de Manabí es un factor esencial en la economía del Cantón Jipijapa?** El 85% de los encuestados manifestaron que la UNESUM constituye un factor esencial en la economía del cantón, en cambio el 15% manifestó que no. Con estos datos se puede determinar que la sociedad en general del cantón, sí reconoce la importancia que tiene la Universidad en la economía. Estos resultados corroboran los obtenidos por (Casani, Romera, Sanz, & Benito, 2014) en estudios realizados acerca del aporte económico y social de universidades públicas madrileñas.

**11.- ¿De las siguientes instituciones de desarrollo que existe en el cantón Jipijapa, cual es la que genera mayor impulso en la actividad económica?**

**Tabla 6**  
Respuesta de los encuestados a la última pregunta de la encuesta realizada

Instituciones	Nº	Porcentaje
UNESUM	228	60%
GAD	65	17%
HOSPITAL	30	8%
IESS	25	7%
AREA SALUD	13	3%
COLEGIO Y ESCUELAS		
FISCALES	12	3%
INFA	3	1%
EMPRESA DE AGUA		
POTABLE	2	1%
<b>Suma</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población del Cantón Jipijapa.

Los resultados determinan que el 60.32% de los encuestados manifiestan que la UNESUM es una de las instituciones que genera mayor impulso en la actividad económica del cantón, otros con el 17,50% manifiestan que es el GAD, el 7,94% el Hospital, el 6.61% el IESS y otras que su tendencia es minoritaria. En consecuencia, se puede afirmar que la UNESUM es una institución reconocida actualmente por impulsar la actividad económica del cantón.

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTA REALIZADA AL PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL CANTÓN JIPIJAPA.**

**¿Cómo autoridad, cree Usted que la Universidad Estatal del Sur de Manabí aporta al desarrollo económico del cantón?** Como presidente de la Cámara de Comercio puedo manifestar que a partir de la creación de la UNESUM, la economía del cantón ha dado un giro significativo, ya que la economía solo está basada a los ingresos fiscales, dados por las instituciones públicas.

**¿Cree Usted que la Universidad Estatal del Sur de Manabí genera empleo a los habitantes del área urbana del cantón?** Claro que sí, está comprobado que la UNESUM genera empleo de manera directa e indirectamente, a través de las demandas de bienes y servicios que realizan los alumnos y profesores radicados por sus estudios en este cantón.

**¿Considera Usted que las autoridades del cantón le dan importancia a la Universidad Estatal del Sur de Manabí?** Creo que sí, pero esa importancia es muy débil, tal es el caso que cada una de las instituciones trabajan aisladas, por tanto, es evidente que no existe la articulación entre instituciones que impulsan el desarrollo y crecimiento del cantón.

**¿Considera Usted que la Universidad Estatal del Sur de Manabí es un factor esencial para el desarrollo económico del cantón?** Siempre he manifestado que sí, de tal modo que sino fuera por la UNESUM, la evolución económica fuera diferente, debido al rol que esta tiene y el número poblacional de su comunidad universitaria. Esta afirmación se relaciona con los resultados obtenidos por estudios de (Vacallamos Cuellar & Tellez Becerra, 2005) acerca del papel de las universidades en el desarrollo económico local de municipios.

### **Conclusiones**

Se pudo comprobar que la economía del cantón mejoró a partir de la creación de la UNESUM.

La identificación de las principales actividades económicas de Jipijapa a partir de la creación de la UNESUM, determinó el aporte que ésta genera en la economía del cantón, entre los cuales son: mayor demanda de bienes y servicios y circulación de capital en el contexto local, entre otros factores determinantes en la economía.

En efecto, se pudo contrastar a través de la información primaria y secundaria que esta genera un impacto positivo para la economía de Jipijapa, tanto directa como indirectamente.

En términos de economía, se puede decir que la Universidad Estatal del Sur de Manabí, constituye un importante polo de fortalecimiento en el contexto del desarrollo económico local de Jipijapa, siendo esta, una de las instituciones de mayor envergadura poblacional para el cantón y que demanda significativamente de bienes y servicios, siendo generadora de empleos en lo fundamental.

### **BIBLIOGRAFÍAS**

Casani, D. N., Romera, A. A., Sanz, C. E., & Benito, M. (2014). El Impacto Económico y Social de las Universidades Públicas Madrileñas en la Región. Análisis en el Corto Plazo. Madrid, España.

Cobban, A. B. (1992). The Encyclopedia of Higher Education, Edited by Burton C Clark and Guy Neave, Pergamon Press. . "Universities: 1100-1500".

Florax, R. (1994). La incidencia espacial del impacto económico de las universidades. Teoría, metodología y una aplicación a los Países Bajos. Revista Auturiana de economía. .

LOSEP. (2011). LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO. QUITO: REGISTRO OFICIAL. .



Manabí, G. P. (2016). Gobierno Provincial de Manabí. Obtenido de <http://www.manabi-gob.ec/cantones/jipijapa>.

Pereyra, O. (2010). La universidad y la economía solidaria. Ecuador.

TELEGRAFO. (2017). EL EMPLEO, LA PRODUCCION Y LA COMPETITIVIDAD. QUITO. . Obtenido de [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec).

Torres, Sole, T., Sala, Rios, M., Farre, M., & Pere, E. (2010). El Impacto de la Universidad en el ámbito económico y del conocimiento. El caso de la Universidad LLeida. Regional and Sectoral Economic Studies, Vol. 10-3.

Vacallamos Cuellar, G., & Tellez Becerra, E. (2005). El desarrollo económico local: una visión en construcción en los municipios de Cobija, Puerto Rico y Gonzalo Moreno (Vol. XXVIII). La Paz, Bolivia: FUNDACION PIEB.

## INFLUENCIA DEL TRABAJO AUTÓNOMO EN LA ACTIVIDAD ÁULICA DEL DOCENTE DE NIVELACIÓN UNIVERSITARIA

Luis ESPINEL-E\*

luis.espinel@uleam.edu.ec

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

Este proyecto de investigación se desarrolló en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y está relacionado al proceso educativo de nivelación SNNA convenio ULEAM SENESCYT, que inició en octubre del 2012 y que estuvo planificado hasta el 2017 como acción remedial al perfil de egreso heterogéneo que existe en el país. El propósito de la investigación fue determinar cómo influye el trabajo autónomo del estudiante en la actividad áulica del docente. Se planteó diagnosticar el proceso de trabajo autónomo planificado por el docente y analizar su aplicación en la actividad áulica. Se consideró el aporte de teóricos relevantes en el trabajo autónomo, tarea que proyecta desarrollar capacidades de aprendizaje sin que el estudiante dependa de alguien en el proceso, fortaleciendo la autorregulación del aprendiz. En lo metodológico se hizo uso preferente de: análisis, síntesis, deducción, inducción, descripción y se evidenció la problemática, los beneficios, importancia del proyecto, los objetivos; se argumentó las variables, indicadores y dimensiones; se recopiló información necesaria de estudiantes y docentes, lo que permitió encontrar el camino para comprobar la hipótesis. Como resultado se identificó debilidad en la aplicación del trabajo autónomo por parte de los docentes y pocas capacitaciones con respecto a este tema por parte del departamento de admisión. Se concluyó que la actividad áulica que realiza el docente de Nivelación se ve beneficiada al utilizar el trabajo autónomo como componente del proceso de aprendizaje, ya que se fortalece en los estudiantes la capacidad de comprender por sí mismos los fenómenos de estudio.

**Palabras clave:** Trabajo autónomo, actividad áulica docente, estudiantes.

### ABSTRACT

This research project was developed in University Eloy Alfaro of Manabí, and is related to the educational process SNNA leveling agreement ULEAM SENESCYT, which began in October 2012 and is planned until 2017 as remedial action to the heterogeneous egress profile there in the country. The purpose of the research was to determine how it influences the autonomous student work on teaching classroom activity. It was raised diagnose the process of autonomous work planned by the teacher, and analyze their application in classroom activities. the contribution of relevant theoretical in self-employment, a task that plans to develop learning capabilities without the student rely on someone in the process, strengthening self-regulation was considered apprentice. In methodological it became preferential use of: analysis, synthesis, deduction, induction, description; and problems, benefits, importance of the project, the objectives evidenced; variables, indicators and dimensions argued; necessary information was gathered students and teachers, enabling find a way to test the hypothesis. As a result weakness in the implementation of autonomous work by teachers was identified, and few training.

**Keywords:** The autonomous student work, teaching classroom activity, students.

### Introducción

Los procesos educativos para que sean de calidad deben estar en constante evaluación, de esta manera será más fácil identificar debilidades y procurar convertirlas en fortalezas. La educación es un proceso constructivo que demanda de mucha responsabilidad de todos los protagonistas que lo conforman, el ideal es construir el conocimiento y que tanto docentes como estudiantes puedan cumplir con los objetivos educativos planteados. De acuerdo al Reglamento SNNA, el

Sistema de nivelación y Admisión (SNNA, 2013) establece un proceso que el aspirante debe seguir para conseguir su ingreso en las instituciones públicas de educación superior, una vez concluido el bachillerato, a fin de realizar los estudios correspondientes en los niveles de formación técnica, tecnológica superior y de grado hasta el tercer nivel, mediante la realización de un examen de aptitud y la superación de las distintas modalidades de los cursos de nivelación.

En el proceso de nivelación SNNA convenio ULEAM SENESCYT se identificó en los docentes, debilidades en la aplicación del trabajo autónomo que realiza el estudiante, influyendo en la actividad áulica que realiza el docente, ya que es un componente que la universidad y el proyecto de nivelación proponen en el proceso educativo. El trabajo autónomo según (Rué, 2009) es un componente muy importante en la formación de un estudiante, está proyectado a desarrollar capacidades de aprendizaje sin depender de alguien en su proceso, fortaleciendo la autorregulación y autonomía en su aprendizaje. Un trabajo autónomo bien planificado, detallando lineamientos y planteando logros a alcanzar constituye un pilar fundamental y de suma importancia en un proceso de enseñanza aprendizaje.

La actividad áulica de acuerdo a (Albornoz, 2015) es una actividad en donde el docente no improvisa sino que planifica sus actividades; además es un integrador teleológico; metodológicamente flexible, propiedad que permite impartir clases iniciales y propiciar aprendizajes compartidos. En la actividad áulica se concibe a la evaluación como un proceso multifacético compuesto por productos o resultados consecuencia de ciertos procesos individuales y grupales (Albornoz, 2015). Esto debe conducir a actividades que permitan autorregular el aprendizaje cognitivo, ético, situacional, metacognitivo y sociocultural, buscando la generación de conceptos a partir del entendimiento de otros. Al educarse a sí mismo el estudiante aprende a autogestionar, autocontrolar, argumentar y autoevaluar su aprendizaje de modo direccionado, según los objetivos que se haya planteado.

Para realizar la investigación se tomó como muestra 40 docentes y 333 estudiantes del proceso de nivelación. Como síntesis de los resultados se encontró que los docentes en su gran mayoría si utilizan el trabajo autónomo en el proceso de enseñanza, pero no lo efectúan de manera frecuente. Se identificó que la debilidad radica en que no se toma en cuenta indicadores importantes, como por ejemplo difundir logros de aprendizaje, conocer parámetros de evaluación, y realizar la guía de la bibliografía pertinente con la temática; información necesaria para que el trabajo autónomo sea una herramienta importante en el fortalecimiento del conocimiento.

Una vez obtenidos los resultados del análisis de la utilización del trabajo autónomo en el proceso de enseñanza aprendizaje en la nivelación, y comprobando que aporta significativamente en la actividad áulica del docente y en la formación de estudiantes, se propone la utilización de una guía para el seguimiento del trabajo autónomo, la misma que beneficiará tanto a docentes como estudiantes y a la calidad educativa del proceso nivelación y por ende a la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

### **Materiales y Métodos**

El presente trabajo utilizará una investigación de tipo cualitativa y cuantitativa que ayudarán a analizar los hechos relacionados con la influencia del seguimiento al trabajo autónomo del estudiante en la actividad del docente en el proceso de enseñanza aprendizaje del curso de nivelación universitario. La investigación cuantitativa permitió obtener datos reales y estadísticamente relacionados con el objeto de estudio, contribuyendo con información importante para la comprobación de la hipótesis; la técnica utilizada para la recopilación de la información fue la encuesta. De igual manera las fichas de observación áulica proporcionaron información importante para anali

zar la problemática real de la investigación. La investigación correlacional permitió la comparación de las características observadas entre las partes que intervienen en la investigación, utilizando instrumentos de recopilación de datos, logrando así el análisis de los resultados. En un proceso de enseñanza y aprendizaje donde interviene de manera directa el docente y los estudiantes, se analizó la relación existente entre el trabajo autónomo que realiza el estudiante en la actividad áulica desempeñada por el docente.

Los resultados obtenidos y las conclusiones a las que se llegan son parte del análisis de información relacionada a cómo influye el trabajo autónomo en el desarrollo de la actividad docente. Finalmente, la investigación bibliográfica permitió fundamentar teóricamente la investigación, tomando como base: libros impresos, libros digitales, tesis, artículos científicos y proyectos educativos que son parte de la educación superior en el Ecuador. De esta forma la investigación se ve fortalecida con diferentes fuentes confiables para darle el nivel de calidad necesario.

Las técnicas utilizadas fueron:

- Fichas de observación a la planificación docente
- Encuestas a docentes y estudiantes

Las fichas de observación se aplicaron a la planificación del docente con respecto al trabajo autónomo. La investigación plantea determinar la influencia del trabajo autónomo en la actividad áulica que realiza el docente, siendo la observación una pieza fundamental para el desarrollo del proyecto. La encuesta permitió recopilar datos de suma importancia en el entorno de investigación, fue realizada a 40 docentes y 333 estudiantes del proceso de nivelación convenio ULEAM - SENES-CYT.

### **Discusión de Resultados**

Se puede concluir que en el proceso de nivelación el trabajo autónomo es considerado como componente del proceso de enseñanza. De esta manera un porcentaje muy alto de estudiantes están de acuerdo que el docente indaga de manera frecuente, coincidiendo así con los resultados del cuadro de docentes. Con respecto al refuerzo de la temática se evidencia que un gran porcentaje de estudiantes consideran que se realiza con frecuencia, sin embargo hay un porcentaje mínimo que no está de acuerdo.

Se evidencia también que el mayor porcentaje de estudiantes consideran que casi siempre los docentes exponen las directrices, mientras que los docentes seleccionaron la opción siempre. Sin embargo, se demuestra la mayor parte del tiempo se aplica este proceso áulico. Con respecto a la guía de la bibliografía los docentes tienen un porcentaje alto. Un número representativo de estudiantes consideran que este proceso áulico les parece regular. Lo que lleva a pensar que no todos los docentes guían a una adecuada bibliografía en su gestión áulica. En cuanto a describir de manera clara como está estructurada la actividad a realizar se evidencia que el mayor porcentaje lo comparte la opción muy bueno. Sin embargo un porcentaje considerable de estudiantes considera que la descripción es regular, muy parecido al resultado obtenidos por los estudiantes con respecto a la difusión correcta de las directrices tendentes a guiar el trabajo autónomo.

Exponer con frecuencia los logros de aprendizaje es muy importante, sin embargo, un porcentaje considerable de estudiantes afirman que solo a veces se realiza y otros que muy pocas veces. Concluyendo así que, no todos los docentes lo realizan de manera frecuente. Algo parecido ocurre con la difusión de manera frecuente de los parámetros de evaluación. Un porcentaje considerable de estudiantes consideran que solo a veces se hacen conocer, incluso algunos respondieron muy pocas veces y nunca. Lo que lleva a pensar que hay docentes que no presentan los parámetros de valoración.

¿En la planificación de la asignatura que imparte el docente, maneja el trabajo autónomo como componente importante del proceso de enseñanza aprendizaje?			La utilización del trabajo autónomo se evidencia en el análisis comparativo entre docentes y estudiantes ya que no se obtuvo ningún dato con respecto a que nunca se utiliza. Se puede concluir que en el proceso de nivelación es considerado el trabajo autónomo como componente del proceso de enseñanza.	¿En la planificación de la asignatura que imparte, maneja el trabajo autónomo como componente importante del proceso de enseñanza aprendizaje?		
<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>		<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Siempre	121	36,34%		Siempre	21	52,50%
Casi Siempre	157	47,15%		Casi Siempre	15	37,50%
A veces	51	15,32%		A veces	3	7,50%
Muy pocas veces	4	1,20%		Muy pocas veces	1	2,50%
Nunca	0	0,00%	Nunca	0	0,00%	
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	
¿Considera usted que el docente antes de iniciar la explicación del trabajo autónomo indaga los conocimientos previos relacionados a la temática a desarrollar?			Indagar los conocimientos previos antes de la temática que se utilizará en el trabajo autónomo es proceso que se evidencia en el proceso de nivelación por parte de los docentes. Un porcentaje muy alto de estudiantes están de acuerdo que el docente indaga de manera frecuente, coincidiendo así con los resultados del cuadro de docentes.	¿Antes de iniciar la explicación del trabajo autónomo usted indaga conocimientos previos relacionados a la temática a desarrollar?		
<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>		<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy de acuerdo	116	34,83%		Siempre	26	65,00%
De acuerdo	185	55,56%		Casi Siempre	12	30,00%
Indiferente	24	7,21%		A veces	2	5,00%
En desacuerdo	8	2,40%		Muy pocas veces	0	0,00%
Muy en desacuerdo	0	0,00%	Nunca	0	0,00%	
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	
¿Considera usted que el docente refuerza la temática que será utilizada para el desarrollo del trabajo autónomo?			Con respecto al refuerzo de la temática nos podemos dar cuenta que un porcentaje alto de estudiantes consideran que se realiza con frecuencia, sin embargo hay un porcentaje mínimo que no están de acuerdo. Concluyendo así que hay docentes que no refuerzan la temática, de acuerdo al criterio de los estudiantes.	¿Con qué frecuencia realiza el refuerzo de la temática que será utilizada para el desarrollo del trabajo autónomo?		
<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>		<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy de acuerdo	96	28,83%		Siempre	18	45,00%
De acuerdo	194	58,26%		Casi Siempre	17	42,50%
Indiferente	28	8,41%		A veces	4	10,00%
En desacuerdo	13	3,90%		Muy pocas veces	1	2,50%
Muy en desacuerdo	2	0,60%	Nunca	0	0,00%	
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	
¿Con qué frecuencia el docente hace conocer directrices para orientarlos con respecto a las temáticas que se van a estudiar en trabajo autónomo?			Se puede evidenciar de acuerdo al análisis que el mayor porcentaje de estudiantes consideran que casi siempre los docentes hacen conocer las directrices, mientras que los docentes expresan con mayor porcentaje a la opción siempre. Sin embargo se demuestra la mayor parte del tiempo se aplica este proceso áulico.	¿Con qué frecuencia hace conocer a los estudiantes las directrices tendientes a guiar las temáticas que se van a estudiar en el trabajo autónomo?		
<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>		<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Siempre	71	21,32%		Siempre	26	65,00%
Casi Siempre	165	49,55%		Casi Siempre	8	20,00%
A veces	87	26,13%		A veces	4	10,00%
Muy pocas veces	8	2,40%		Muy pocas veces	2	5,00%
Nunca	2	0,60%	Nunca	0	0,00%	
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	
¿Cómo califica Ud. la gestión que desarrolla el docente en el proceso áulico que orienta hacia una adecuada búsqueda de la bibliografía pertinente en relación al trabajo autónomo?			En el siguiente análisis los docentes tienen un porcentaje alto con respecto a guiar a los estudiantes a una adecuada bibliografía. Sin embargo un número representativo de estudiantes consideran que este proceso áulico les parece regular. Lo que lleva a pensar que no todos los docentes guían a una adecuada bibliografía en su gestión áulica.	¿Induce usted al estudiante a una adecuada revisión de la bibliografía con total pertinencia al trabajo planteado?		
<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>		<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Excelente	60	18,02%		Siempre	19	47,50%
Muy bueno	182	54,65%		Casi Siempre	16	40,00%
Regular	80	24,02%		A veces	5	12,50%
Malo	9	2,70%		Muy pocas veces	0	0,00%
Muy Malo	2	0,60%	Nunca	0	0,00%	
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	

El análisis comparativo de las encuestas realizadas tanto a estudiantes como docentes concuerda que es de suma importancia el trabajo autónomo para fortalecer habilidades cognitivas y lo consideran parte fundamental del proceso de enseñanza aprendizaje. La guía para el seguimiento del trabajo autónomo es substancial para valorar la influencia del trabajo autónomo en el rendimiento académico del estudiante, y al mismo tiempo conocer como la aplicación de este componente educativo aporta de manera positiva en la actividad áulica del docente, teniendo así un beneficio integral en el proceso de enseñanza aprendizaje. De esta forma se

¿En qué medida considera usted que el docente describe la estructura de la actividad a realizar?			En el análisis comparativo se puede evidenciar que el mayor porcentaje lo comparte la opción muy bueno. Sin embargo un porcentaje considerable de estudiantes considera que la descripción es regular. Por lo que el cuadro de estudiantes demuestra que no todos los docentes describen de manera clara como está estructurada la actividad a realizar.	¿En qué medida considera usted que describe a los estudiantes la estructura de la actividad a realizar?		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE		VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	51	15,32%		Excelente	7	17,50%
Muy bueno	204	61,26%		Muy bueno	32	80,00%
Regular	73	21,92%		Regular	1	2,50%
Malo	4	1,20%		Malo	0	0,00%
Muy Malo	1	0,30%		Muy Malo	0	0,00%
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	
¿Cómo califica usted la gestión áulica que realiza el docente en el proceso de socialización de las directrices tendentes a guiar al estudiante en el desarrollo del trabajo autónomo?			En el análisis comparativo podemos evidenciar que un porcentaje alto de estudiantes consideran que el docente difunde de manera correcta las directrices tendentes a guiar el trabajo autónomo, sin embargo es aún mayor el porcentaje de los docentes. Pero nos podemos dar cuenta que un porcentaje representativo de estudiantes consideran la gestión regular.	¿Cómo considera la gestión áulica que realiza Ud., para la socialización de las directrices orientadas a guiar al estudiante en el desarrollo del trabajo autónomo?		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE		VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	43	12,91%		Excelente	10	25,00%
Muy bueno	206	61,86%		Muy bueno	29	72,50%
Regular	79	23,72%		Regular	1	2,50%
Malo	4	1,20%		Malo	0	0,00%
Muy Malo	1	0,30%		Muy Malo	0	0,00%
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	
¿Con qué frecuencia el docente hace conocer a los estudiantes los logros de aprendizaje a desarrollar en el trabajo autónomo propuesto?			De acuerdo al análisis comparativo podemos observar los docentes en su gran mayoría consideran que hacen conocer con frecuencia los logros de aprendizaje, sin embargo un porcentaje considerable de estudiantes que no concuerdan con ese criterio habiendo contestado que solo a veces se realiza y otros que muy pocas veces. Concluyendo así que no todos los docentes lo realizan de manera frecuente.	¿Con qué frecuencia hace conocer Ud. a los estudiantes los logros de aprendizajes a desarrollar en el trabajo autónomo propuesto?		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE		VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	73	21,92%		Siempre	17	42,50%
Casi Siempre	139	41,74%		Casi Siempre	16	40,00%
A veces	94	28,23%		A veces	7	17,50%
Muy pocas veces	26	7,81%		Muy pocas veces	0	0,00%
Nunca	1	0,30%		Nunca	0	0,00%
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	
¿Con que frecuencia el docente socializa los parámetros considerados para valorar el trabajo autónomo?			En el análisis comparativo, los docentes consideran que difunden de manera frecuente los parámetros de evaluación, sin embargo un porcentaje considerable de estudiantes consideran que solo a veces se hacen conocer, incluso algunos respondieron muy pocas veces y nunca. Lo que lleva a pensar que hay docentes que no hacen conocer los parámetros que van a ser parte de la valoración.	¿Con que frecuencia socializa los parámetros considerados para valorar el trabajo autónomo?		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE		VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	75	22,52%		Siempre	22	55,00%
Casi Siempre	164	49,25%		Casi Siempre	13	32,50%
A veces	74	22,22%		A veces	5	12,50%
Muy pocas veces	15	4,50%		Muy pocas veces	0	0,00%
Nunca	5	1,50%		Nunca	0	0,00%
Total	333	100,00%	Total	40	100,00%	

Cuadro 1. Elaborado por: Luis Espinel, Fuente: Encuesta

beneficia a docentes, estudiantes y al proceso de nivelación como departamento de la universidad, ya que pretende mejorar la calidad de la educación desde la nivelación. La utilización de la guía en el proceso educativo es de vital trascendencia porque orienta la formación de estudiante hacia una mentalidad investigadora, conocedores de las competencias que desarrollarán, de los objetivos de aprendizaje a alcanzar, que valoren la importancia de utilizar fuentes confiables para fundamentar teóricamente un trabajo o proyecto; que las argumentaciones gocen de coherencia, cohesión, estén regidas a normas de redacción establecidas, y valoren la importancia de no tener errores ortográficos. Al realizar el seguimiento al trabajo autónomo, se pretende formar estudiantes aptos para buscar solución estratégica a las problemáticas que se presenten en la trayectoria educativa.

## Conclusiones

La actividad áulica que realiza el docente de Nivelación, se ve beneficiada al utilizar el trabajo

autónomo como componente del proceso de aprendizaje, ya que se fortalece en los estudiantes la capacidad de comprender por sí mismos los fenómenos de estudio.

La institución deja observar deficiencia en la difusión de logros de aprendizaje y de los parámetros de evaluación de los trabajos autónomos enviados a los estudiantes.

Los docentes no cuentan en su planificación curricular con un instrumento que permita hacer seguimiento al trabajo autónomo realizado por los estudiantes

Los estudiantes no cuentan con un instrumento curricular que oriente la observación de una adecuada referencia bibliográfica.

### **Recomendaciones**

El departamento de admisión debe gestionar y operativizar procesos de capacitación para los docentes que laboran en el programa. La planificación curricular, debe contemplar los parámetros necesarios para la difusión de los logros de aprendizajes y de los parámetros de evaluación de los trabajos autónomos.

Es de suma importancia para el desarrollo de las actividades docentes, cumplir a cabalidad con la planificación del syllabus.

Los estudiantes deben organizar sus trabajos autónomos, observando las líneas adecuadas para una referencia bibliográfica.

### **Referencias Bibliográficas**

- Aebli, H. (2001). Formas básicas del Aprendizaje Autónomo. En H. Aebli, En el Libro Factores de la Enseñanza que favorecen el Aprendizaje Autónomo (págs. 151-159). Madrid - España: Narcea S.A.
- Aguilar, R. (2004). La guía didáctica, un material educativo para promover el aprendizaje autónomo. Evaluación y mejoramiento de su calidad en la modalidad abierta y a distancia de la utpl. Revista Uned , 179-192.
- Albornoz, M. E. (2015). Mayéutica Educativa. Recuperado el 2016, de [http://mayeuticaeducativa.idoneos.com/la\\_gestion\\_aulica/](http://mayeuticaeducativa.idoneos.com/la_gestion_aulica/)
- Cañas, F. A. (2010). Factores de la enseñanza que favorecen el aprendizaje autónomo en torno a las actividades de aprendizaje. Dialnet , 170-195.
- Carlota Ordoñez Villao, P. (2015). TRABAJO AUTÓNOMO Y EL DESEMPEÑO Reglamente de Régimen Académico Interno de la ULEAM. (Julio de 2014). Recuperado el 2016, de <http://www.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2012/12/REGLAMENTO-DE-REGIMEN-ACADEMICO-INTERNO-ULEAM-1-1.pdf>
- Romero, A. (2012). Las guías de aprendizaje autónomo como herramienta didáctica de apoyo a la docencia. Dialnet , 9-31.
- Rué, J. (2009). El aprendizaje autónomo en Educación Superior. Madrid, España: Narcea S.A.
- Senplades, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). Plan Nacional para el Buen Vivir / 2013-2017, Plan Nacional de Desarrollo. Quito, Ecuador.
- SNNA. (Febrero de 2012). Sistema Nacional de Nivelación y Admisión. Obtenido de [www.snna.gob.ec/Proyecto del curso de nivelación](http://www.snna.gob.ec/Proyecto_del_curso_de_nivelacion)
- SNNA. (12 de Marzo de 2013). Sistema Nacional de Nivelación y Admisión. Recuperado el 2016, de <http://www.snna.gob.ec/dw-pages/Descargas/Reglamento.pdf>

## PROPUESTA DE CAPACITACIÓN ESTRATÉGICA A LAS AUTORIDADES Y JEFES DEPARTAMENTALES DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ

Erick Geovanny Salazar Ponce<sup>1</sup>, donsala1000@hotmail.com, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Ángel Wilkins Álvarez Pincay<sup>2</sup>, wilkinsalvarezpincay@yahoo.es, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Lilian Rosalía Sánchez Choez<sup>3</sup>, lilisan1980@hotmail.com, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Laura Patricia Muñiz Jaime<sup>4</sup>, laura.muñiz@unesum.edu.ec, Universidad Estatal del Sur de Manabí

### RESUMEN

Cada vez son más las empresas que invierten en programas de capacitación para sus empleados, tanto en ámbito público como privado con el fin de contribuir al mejoramiento oportuno de los servicios públicos, sean estos de infraestructura y/o de servicios. Por tal razón, se presenta una propuesta estratégica para que las autoridades y jefes departamentales del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del cantón Puerto López sean capaces de administrar eficiente y eficazmente los escasos recursos de que disponen mediante la inversión pública. El programa de capacitación propuesto tuvo como objetivo promover el aprendizaje en determinadas áreas del conocimiento acerca de la inversión pública, fortaleciendo las habilidades de los empleados para un ejercicio profesional más óptimo. Las temáticas abordan cuestiones relacionadas con la necesidad de inversiones públicas, y la elección o distribución adecuada de los recursos, aunque estos sean escasos, en correspondencia de priorizar necesidades y mejoras económicas de la sociedad para un desarrollo local óptimo. Dicho programa consta de cinco semanas, distribuidos en ellas, trece días de impartición de contenidos empleando métodos activos de enseñanza, según metodología del Ministerio de Educación y profesionales competentes, como también las técnicas de la encuesta y entrevista que resultó la base para el diseño del programa. Se capacitaron un total de 56 personas relacionadas con la dirección técnica y administrativa de los GAD, así como líderes de los propios comerciantes formales ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López y otros invitados. En conclusión, las encuestas y entrevista que fueron antecedentes previos de otra investigación preliminar, arrojaron deficiente inversión pública, que va desde un incompleto otorgamiento de servicios básicos hasta calles y avenidas destruidas, siendo la limitante que no permite básicamente que mejoren los ingresos económicos, evidenciándose una ineficiente utilización de los recursos disponibles por parte de las autoridades municipales. Bajo esta problemática se presenta la propuesta estratégica de capacitación para que las autoridades y jefes departamentales del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del cantón Puerto López sean capaces de administrar eficiente y eficazmente los escasos recursos disponibles mediante la inversión pública.

**Palabras claves:** capacitación, inversión pública, escasos recursos, la elección, distribución.

### SUMMARY

More and more companies are investing in training programs for their employees, both public and private, in order to contribute to the timely improvement of public services, be they infrastructure and / or services. For this reason, a strategic proposal is presented so that the authorities and departmental heads of the Municipal Autonomous Decentralized Government of the canton of Puerto López are able to efficiently and efficiently manage the scarce resources available to them through public investment. The proposed training program aimed to promote learning in certain areas of knowledge about public investment, strengthening the skills of employees for a more optimal professional exercise. The topics address issues related to the need for public investments, and the choice or adequate distribution of resources, even if they are scarce, in order to prioritize needs and economic improvements of society for optimal local development. This program consists of five weeks, distributed in them, thirteen days of content delivery using active teaching methods, according to the methodology of the Ministry of Education and competent professionals,



as well as the techniques of the survey and interview that was the basis for the design of the Program. A total of 56 people were trained in the technical and administrative direction of the GADs, as well as leaders of the formal merchants located on the Julio Izurieta boardwalk in the Puerto López canton and other guests. In conclusion, the surveys and interviews that were previous antecedents of another preliminary investigation, threw deficient public investment, that goes from an incomplete granting of basic services until destroyed streets and avenues, being the limiting one that basically does not allow that they improve the economic income, being evidenced inefficient use of available resources by municipal authorities. Under this problem, the strategic training proposal is presented so that the authorities and departmental heads of the Municipal Autonomous Decentralized Government of the canton of Puerto López are able to efficiently and efficiently manage the scarce resources available through public investment.

**Keywords:** training, public investment, scarce resources, choice, distribution.

### Introducción

En búsqueda de un manejo estratégico de la inversión pública y en procura de mejorar la calidad de los proyectos, la Subsecretaría de Inversión Pública ha implementado metodologías, instrumentos y normativa que resuelvan la falta de planificación institucional y logren un correcto direccionamiento de la inversión. El trabajo realizado tiene como objetivo asegurar el cumplimiento de las directrices planteadas en el Plan Nacional de Desarrollo (PND), que involucra a todos los sectores de gobierno del territorio nacional (SENPLADES, 2012).

Bajo esta premisa, la investigación realizada surge de la necesidad de realizar un análisis de inversión pública, a través de obras de infraestructura y servicios, así como analizar una propuesta alternativa que permita dar respuesta a las demandas de la sociedad, pero específicamente a los comerciantes formales que están ubicado en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López. Es importante que la planificación vaya de la mano de una buena presupuestación. En este sentido, se ha desarrollado una metodología de priorización de proyectos que tuvo como resultado un indicador de priorización de proyectos, obedeciendo al marco legal establecido y considerando variables importantes para la toma de decisiones de inversión como la generación de empleo, la productividad sistémica y la equidad regional.

Para la elaboración del presupuesto de inversión 2016, se realizó un trabajo coordinado con el Ministerio de Finanzas (MF), los Ministerios Coordinadores y otras entidades del gobierno, fruto de ello se obtuvo el Plan Anual de Inversiones (PAI) y una herramienta que permite la toma de decisiones para la estructuración del PAI. Con el objetivo de brindar los mecanismos adecuados para que las entidades del sector público encuentren procedimientos más efectivos en el proceso de aprobación, gestión y ejecución de programas y proyectos, se ha desarrollado una guía para la formulación del PAI y la “Estructura General y Guía para la Presentación de Proyectos de Inversión y Cooperación Externa no Reembolsable”. Por otra parte, la labor de seguimiento a las entidades es apoyada con la elaboración de reportes que además son una guía para quienes toman decisiones sobre el avance de los proyectos. En este documento se encuentran los instrumentos, metodologías y normativa que marcan el desenvolvimiento de la inversión pública en Ecuador.

Durante la investigación se pudo constatar una serie de factores que van desde la deficiente inversión pública, hasta el incompleto otorgamiento de servicios básicos que va acompañado de calles y avenidas destruidas, siendo esta una limitante que no permite básicamente que se mejoren los ingresos económicos, ya que el motor principal de la economía está basado en el turismo. Sin embargo, lo que se pretende con la propuesta es beneficiar principalmente a los comerciantes formales y a la población económica activa (PEA) del cantón, que está en capacidad de trabajar y no encuentra trabajo, a la población general, los inversionistas privados y al Estado, a través del pago de contribuciones arancelarias, mediante una propuesta donde se ilustra a las autoridades

principales las problemáticas y estrategias a considerar. Una vez puestas en conocimiento las estrategias se podrá mejorar la actividad económica y por ende los niveles de empleo.

Conocer la necesidad de elegir cuando los recursos son escasos es de mucha importancia tanto en el ámbito público o privado, y más aún sobre administración, esto permite administrar eficientemente y eficazmente los recursos para optimizar de una manera responsable los dineros, tal como lo señala (Smith, 1776): La economía es una ciencia social que estudia cómo se administran los recursos escasos para producir bienes y servicios, con los que satisface las necesidades de la sociedad. En la antigua Grecia “economía” significaba “la administración de la casa o del patrimonio”. La economía está presente en la vida cotidiana, en la escasez de recursos para satisfacer necesidades. Se han de tomar decisiones de tipo económico sobre aspectos como: buscar trabajo, compra o alquiler de vivienda, préstamos, uso de móvil o fijo... en otras palabras, la Economía es la ciencia que se ocupa del cuidado de lo nuestro, de las cosas cotidianas que nos preocupan, y pese a ello es una ciencia desconocida para la gran mayoría de las personas (Alvarez, 2016).

Ante la importancia que tiene la actividad del comercio formal para la generación de riquezas y trabajo para los ecuatorianos, la Constitución de la República del Ecuador vigente en el 2008, reconoce; “dentro de los derechos del Buen Vivir el acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos, siendo por lo tanto deber del Estado el promover la Soberanía Alimentaria; de ahí que nace la importancia de establecer las regulaciones sanitarias adecuadas que permitan asegurar la calidad e inocuidad de los productos acuícolas y pesqueros” (Constitución de la Republica del Ecuador , 2008).

En este marco, el presente trabajo de investigación tiene un alto nivel de importancia, por su contribución al desarrollo económico y social, fundamentada en sus normativas legales y en la asimilación de conocimiento del investigador, basado en sus variables, tanto independientes como dependientes, logrando obtener el derecho del buen vivir (Sumak kawsay) (Plan Nacional del Buen Vivir, (2013-2017) Artículos 12,14,71,72, 2008).

Razón por la cual se decidió desarrollar este programa de capacitación, dirigido a diagnosticar y presentar una propuesta alternativa que permita dar respuesta a esta problemática, ya que cada día se ve disminuido el comercio formal por la carencia de inversión pública, que no permite que sean competitivos con otras actividades, siendo ésta una limitante para su desarrollo. Se beneficiaran todos los comerciantes formales y sociedad en general del cantón Puerto López, a través de una propuesta alternativa que permitirá impulsar la inversión pública. Al impulsar la inversión pública se mejorarán los servicios básicos elementales, acera y bordillo, recolección de basura, calles asfaltadas, entre otras infraestructuras, generando un impacto en los ingresos económicos de los comerciantes formales del malecón Julio Izurieta del Cantón Puerto López.

### **Materiales y métodos**

Se emplearon métodos empíricos de encuesta y entrevista, que resultó la base para el diseño del programa. Para la elaboración del programa se empleó la metodología de proyecto del Ministerio de Educación Superior del Ecuador, realizado en la Universidad del Sur de Manabí (UNESUM).

### **Resultados y discusión**

Las encuestas y entrevista que fueron antecedentes previos de otra investigación preliminar, arrojaron deficiente inversión pública, así como ineficiente utilización de los recursos disponibles por las autoridades municipales. La universidad del Sur de Manabí se dio a la tarea de capacitar a las autoridades y jefes departamentales del GAD Municipal del cantón Puerto López, elaborando un programa que fue presentado al departamento metodológico y vicerrectorado de vinculación, quienes avalaron positivamente el mismo.

### Descripción de la propuesta de programa de capacitación.

“Capacitación estratégica a las autoridades y jefes departamentales del GAD municipal del cantón Puerto López, sobre la necesidad de elegir con escasos recursos, la eficiencia y eficacia de una inversión pública”.

#### SEMANA 1

PARTICIPANTES	FACILITADOR	MODALIDAD	TIEMPO
Autoridades y Jefes departamentales del GAD Municipal del cantón Puerto López.	Egresada de la Carrera de Gestión Empresarial de la UNESUM  Facilitador	Presencial	4 días

#### SEMANA 2

CONTENIDO	PARTICIPANTES	FACILITADOR	MODALIDAD	TIEMPO
Reuniones de trabajo	Autoridades y Jefes departamentales del GAD Municipal del cantón Puerto López.	Egresada de la Carrera de Gestión Empresarial de la UNESUM	Presencial	2 días
Difusión de las temáticas: - La economía y la necesidad de elegir - La escasez de los recursos.	Autoridades y Jefes departamentales del GAD Municipal del cantón Puerto López	Egresada de la Carrera de Gestión Empresarial de la UNESUM  Facilitador	presencial	1 día

#### SEMANA 3

CONTENIDO	PARTICIPANTES	FACILITADOR	MODALIDAD	TIEMPO
-La economía y la necesidad de elegir - La escasez de los recursos.	Autoridades y Jefes departamentales del GAD Municipal del cantón Puerto López.	Egresada de la Carrera de Gestión Empresarial de la UNESUM	Presencial	2 días

#### SEMANA 5

CONTENIDO	PARTICIPANTES	FACILITADOR	MODALIDAD	TIEMPO
Asesoría de resultados y principales datos obtenidos.	Autoridades y Jefes departamentales del GAD Municipal del cantón Puerto López.	Egresada de la Carrera de Gestión Empresarial de la UNESUM	Presencial	1 día
Conclusiones y Recomendaciones	Autoridades y Jefes departamentales del GAD Municipal del cantón Puerto López	Egresada de la Carrera de Gestión Empresarial de la UNESUM  Facilitador	presencial	1 día

#### SEMANA 4

CONTENIDO	PARTICIPANTES	FACILITADOR	MODALIDAD	TIEMPO
-La economía y la necesidad de elegir - La escasez de los recursos.	Autoridades y Jefes departamentales del GAD Municipal del cantón Puerto López.	Egresada de la Carrera de Gestión Empresarial de la UNESUM	Presencial	2 días

Métodos activos de enseñanza: talleres, tormenta de ideas, escenificaciones, técnicas participativas, entre otros.

### Presupuesto

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Preparación del material	1	150
Impresiones		30
Facilitador	1	150
Trípticos sobre la propuesta		100
Gastos varios		30
<b>Total</b>		<b>460</b>

El programa se desarrolló satisfactoriamente, capacitándose un total de 56 personas relacionadas con la dirección técnica y administrativa de los GAD, así como líderes emanados de los propios comerciantes formales ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López y otros invitados.

### Conclusiones

Se diseñó la propuesta de programa de capacitación, atendiendo a las necesidades emanadas de una investigación preliminar con los comerciantes formales ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López.

Se presentó la propuesta a las autoridades de la universidad, las que avalaron su ejecución.

Se aplicó el programa de capacitación con resultados satisfactorios y acogida por los participantes.

### **Bibliografía**

Alvarez, W. (2016). La economía en el ámbito personal, local y nacional . Biblioteca UNESUM S/E. Constitución de la Republica del Ecuador . (2008). QUITO: REGISTRO OFICIAL 449 de 20-oct-2008.

Plan Nacional del Buen Vivir, (2013-2017) Articulos 12,14,71,72. (2008). Asamblea Nacional Constitución de la Republica del Ecuador.

Smith, A. (1776). LA RIQUEZA DE LAS NACIONES. TITUVILLOS CARLOS RODRIGUEZ BRAUN.

## INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE MIPYMES DE LA ZONA SUR DE MANABÍ PERIODO 2017-2018

Diana Katiuska Peña Ponce<sup>1</sup>, diana.pena@unesum.edu.ec, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Jenny Elizabeth Parrales Reyes<sup>2</sup>, jenny.parrales@unesum.edu.ec, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Arturo Antonio Álvarez Indacochea<sup>3</sup>, arturo.alvarez@unesum.edu.ec, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Dayan Alejandra Nieto Parrales<sup>4</sup>, dayan.nieto@hotmail.com, Universidad Estatal del Sur de Manabí

### RESUMEN

La presente investigación titulada innovación tecnológica para el desarrollo socio económico de Mipymes de la zona sur de Manabí, tuvo como objetivo analizar el impacto de la administración de negocios e innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas Mipymes de la zona sur de Manabí. En la actualidad, el cambio es un proceso que implica la unión de métodos y actividades utilizadas para ayudar a una organización a adaptarse o adoptar nuevas actitudes, tecnologías, ambiente, estructura y personal para que pueda hacer frente a los retos que impone una sociedad globalizada. La investigación utilizada fue de tipo descriptiva, no experimental; los instrumentos y técnicas utilizadas permitieron identificar la relación entre las variables analizadas. Entre los resultados más relevantes se destaca que la mayor parte de los microempresarios desarrollan sus operaciones empresariales en un ambiente de limitada planificación y que ejecutan sus actividades productivas con baja tecnología. Una de las características principales detectadas entre las micro, pequeñas y medianas empresas de la zona de estudio radica en que sus integrantes son miembros de una misma familia. Los microempresarios reconocen que las actividades de innovación que implementen en sus empresas tendrán un impacto positivo en las mismas; están conscientes de que innovar sus productos o actividades crea valor para la empresa. El diagnóstico reveló que los microempresarios emplean determinados modelos de administración tales como el sistema de producción y entrega, modelo de reingeniería de procesos, modelo de alianza estratégica, en cambio, otras empresas trabajan sin ningún modelo específico. Por lo tanto se concluye que la implementación de la administración e innovación de negocios en las micro, pequeñas y medianas empresas mejorará el progreso socio económico regional de la zona sur de Manabí, esto justifica la ejecución de la propuesta, dado que su impacto permitirá fortalecer el entorno empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector aportando al desarrollo local de la zona de intervención.

**Palabras clave:** Innovación tecnológica, micro, pequeña y mediana empresas, desarrollo, competitividad, economía

### ABSTRACT

The present research entitled technological innovation for the socio-economic development of Mipymes in the southern area of Manabí, aimed to analyze the impact of business management and technological innovation on the micro, small and medium-sized Mipymes companies in the southern area of Manabí. Currently, change is a process that involves the union of methods and activities used to help an organization adapt or adopt new attitudes, technologies, environment, structure and personnel so that it can face the challenges imposed by a globalized society. The research used was descriptive, not experimental; The instruments and techniques used allowed to identify the relationship between the variables analyzed. Among the most relevant results is that most of the microentrepreneurs develop their business operations in an environment of limited planning and that they carry out their productive activities with low technology. One of the main characteristics detected among micro, small and medium enterprises in the study area is that their members are members of the same family. The microentrepreneurs recognize that the innovation activities they implement in their companies will have a positive impact on them; they are aware that innovating their products or activities creates value for the company. The diagnosis revealed that microentrepreneurs use certain management models such as the production and delivery

system, process reengineering model, strategic alliance model, while other companies work without any specific model. Therefore, it is concluded that the implementation of business administration and innovation in micro, small and medium enterprises will improve the socio-economic regional progress of the southern area of Manabí, this justifies the execution of the proposal, given that its impact will strengthen the business environment of micro, small and medium-sized companies in the sector contributing to the local development of the intervention area.

**Keywords:** Technological innovation, micro, small and medium sized enterprises, development, competitiveness, economy

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad no se habla de empresas para producir eficientemente, sino de empresas organizadas para generar conocimiento y aplicarlo en beneficio de la sociedad. Porter (1992) avizoró este nuevo paradigma y vaticinó cómo “la gestión empresarial del siglo XXI impulsaría el incremento de la productividad del trabajo del conocimiento y del trabajador del conocimiento, cuyo escenario para el aprendizaje es la misma empresa”. Economías desarrolladas como Japón, Corea del Sur, Malasia, Singapur, Taiwán, Hong Kong y China demuestran que parte de su crecimiento económico se debe al alto índice de Pymes, los gobiernos de los países emergentes cambian su percepción y empiezan a tomar medidas para fortalecer este sector productivo e impulsarlo hacia un modelo de negocio más productivo y formal. (Villegas y Toro, 2010).

Ejemplos de otras latitudes y la misma era post-industrial, traen consigo una nueva percepción del mundo que exige que las empresas modifiquen su estructura organizacional y abandonen aquellas viejas prácticas en donde la codificación de conocimientos se limitaba solamente a un conjunto de procedimientos y rutinas que operaban como recetas y estaban desprovistas de creatividad e innovación. Este nuevo enfoque empresarial convierte la producción del conocimiento en el camino esencial para avanzar hacia un modelo empresarial más competitivo. En Ecuador, del mismo modo que en los países asiáticos, el sector de las Mipymes representa más del 90% del parque empresarial nacional y se reconocen por ser las principales propulsoras de la economía nacional (Sión, 2013). De igual forma, el Banco Mundial las define como la columna vertebral de la economía. No obstante, estos resultados tan positivos en las economías emergentes exigen que las Pymes orienten su modelo de negocio hacia la competitividad y para lograrlo necesariamente deben crear alianzas estratégicas con el gobierno y el sector productivo y educativo, esto con el fin de responder a las exigencias del nuevo entorno económico.

Los constantes cambios de los mercados, los productos y los competidores se transforman tan rápido que las organizaciones ecuatorianas difícilmente responden a las nuevas circunstancias, por lo que resulta complejo mantener un nivel de competitividad lo suficientemente sólido y sostenible como para garantizar una posición en el mercado. Bajo esta perspectiva, el Gobierno Nacional reconoce que debe integrar a las Mipymes en el nuevo contexto global, y para ello ha formulado un plan social diseñado como un proyecto de Estado en donde se plantea la necesidad de incrementar el patrón de crecimiento desde una nueva perspectiva económica en donde las Mipymes se conviertan en las propulsoras del crecimiento.

Y en consecuencia, define unas metas entre las que se destacan: “El desarrollo de un modelo empresarial competitivo, científico y tecnológico”, donde se identifiquen algunos retos de grandes magnitudes que debe enfrentar el Gobierno Nacional, tales como la infraestructura, el desarrollo de tecnologías de punta, la mano de obra calificada, las restricciones crediticias para el pequeño empresario y los trámites burocráticos para poder emprender en acciones que las conduciría hacia nuevas demandas empresariales. En este contexto, es notable la falta de administración moderna de las Mipymes ecuatorianas (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas); en la actualidad, empresas relativamente pequeñas como las ferreterías, locales de repuestos automotrices,

clínicas, entre otros, son el grupo de compañías que no han aprovechado de forma eficiente la tecnología para optimizar sus procesos y ofrecer mejores servicios al cliente. Dentro de los principales síntomas que se manifiestan en las Pymes se encuentran: procesos lentos y desordenados, no cuentan con información actualizada, no poseen un inventario controlado sistemáticamente, existen errores consecutivos en el manejo de información, la falta de una visión gerencial a partir de datos actuales, la deficiente atención al cliente, además de que no existe un seguimiento post-venta para los clientes en base del análisis de datos (Ramos, 2014).

La mayor parte de las microempresas pertenecen al sector del comercio, de servicios, y la manufactura, incluyendo la compra y venta de productos ya elaborados, las mismas que enfrentan dificultades al momento de innovar, el acceso a financiamiento, ya que la mayoría de propietarios son de bajos recursos económicos, unido a una formación académica de segundo nivel, sumado a esto las Mipymes carecen de una cultura administrativa que no favorece en la búsqueda de la utilidad esperada en cada uno de los proyectos que desarrollan. (Molina y Sánchez, 2016).

El presente trabajo de investigación hace énfasis como problema central a la dificultad que supone lanzar nuevos productos, servicios, negocios o formas de hacer al mercado, siendo fundamental para que las estructuras y prácticas de negocios e innovación tecnológicas de las Mipymes auspicien la generación de un flujo constante de posibilidades que redunde en el mercado, por lo tanto, mejorar el desarrollo socio económico de la zona sur de Manabí. (Senplades, 2014). Así mismo, las empresas apelan a distintas estrategias conocidas; sin embargo, cómo y con quién se pondrá en práctica tales estrategias es lo que asegura la diferenciación, el valor agregado y el éxito. En este sentido, en la investigación se aborda un modelo de administración de negocios e innovación tecnológica para los sistemas de operaciones de la Mipymes, donde se destaca la gestión de producción con relación a la logística. Este trabajo es el resultado de trabajar con un centenar de empresas de distinto tamaño bajo la modalidad de investigación descriptiva.

En particular, el modelo de gestión de operaciones para Mipymes es distinto al de las grandes empresa, básicamente por los recursos tecnológicos utilizados, el lenguaje, la estructura y la cultura bajo la cual opera el modelo. Todas las empresas tienen que comprar, transformar, vender y suministrar el bien o el servicio. Por lo tanto, plantear un modelo significa proponer un conjunto de requerimientos y acciones que permiten, de manera sistemática y repetitiva, alcanzar este objetivo. El presente documento tiene como objetivo analizar el impacto de la administración de negocios e innovación tecnológica en las Mipymes de la zona sur de Manabí orientadas a fortalecer el desarrollo socio económico.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Para sustentar la investigación se empleó el método bibliográfico, el mismo que permitió analizar estudios relacionados con el objeto de estudio. El estudio fue de tipo descriptivo con base documental de carácter no experimental, enmarcado en la modalidad de investigación de campo. El análisis de los resultados se organizó de acuerdo al esquema de distribución de los datos presentes en los instrumentos de recolección de los datos. Para el desarrollo de la investigación se analizaron 258 microempresarios que demostraron que las Mipymes de la zona no poseen los recursos financieros, ni una efectiva planificación, a esto se suma la presión de la competencia y la actual situación política-económica del país.

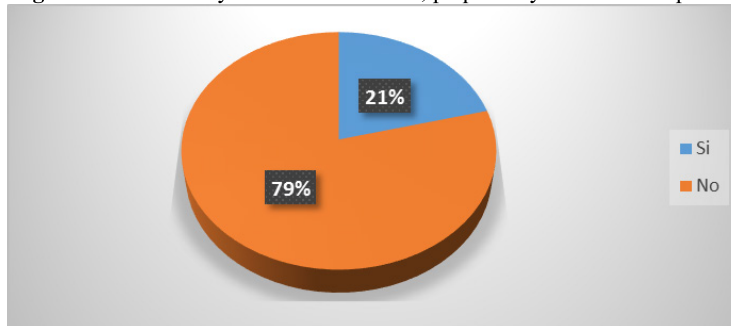
Finalmente, se diseñó una propuesta fundamentada en el enfoque del cuadro de mando integral como herramienta gerencial que permita planificar los cambios necesarios desde el punto de vista estratégico y lograr responder a los cambios constantes del entorno y a la competencia intensa.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Uno de los aspectos fundamentales en el proceso de fortalecimiento de la institución consiste en

perfeccionar un modelo, el cual sirva para evaluar los resultados alcanzados frente a los objetivos planteados. Entre los principales resultados se determinó que el 93% de las Mipymes están integrada por la familia y sólo un 7% es manejada en forma administrativa, es decir, se constituyen por familiares esposas hijos entre otros, es importante resaltar que para triunfar deberán continuamente revisar la validez de los objetivos del negocio, sus estrategias y su modelo de operación, tratando siempre de anticiparse a los cambios y adaptar los planes de acuerdo a dichos cambios. En lo referente a si poseen misión y visión empresarial, el 79% de los microempresarios indicó que no cuentan y solo el 21% declaró si tenerlas. Las empresas que sobreviven en el mercado tienen claro que la misión y visión empresarial definen la base de la compañía, representan el por qué y para qué existe dicha firma y todas las líneas laborales se trazan en relación a estas definiciones. En ambos conceptos están las ideologías más arraigadas, los valores y propósitos con los que se articula todo el desarrollo de la organización.

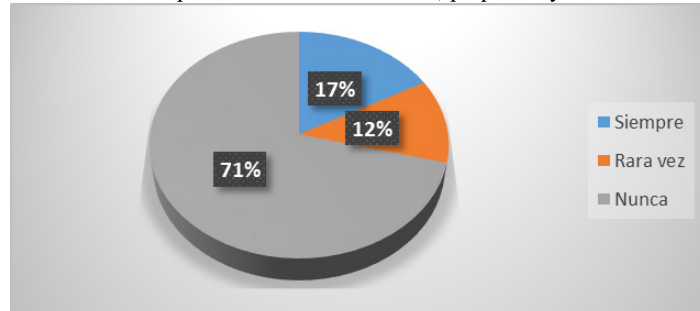
**Figura 1:** La misión y visión en las micro, pequeñas y medianas empresas



Fuente: Elaboración propia

De forma general los microempresarios expresaron que no realizan una planificación completa, existiendo solo un 17% que si trabaja de forma planificada, asimismo un 40% de las Mipymes realiza investigaciones relacionadas con la calidad de los servicios ofertados. Es necesario que los microempresarios comprendan que tanto los productos y servicios, como los procesos deben ser mejorados de manera continua, sobre todo en mercados globalizados donde se ven expuestos a la competencia intensa.

**Figura 2:** Proceso de planificación en las micro, pequeñas y medianas empresas



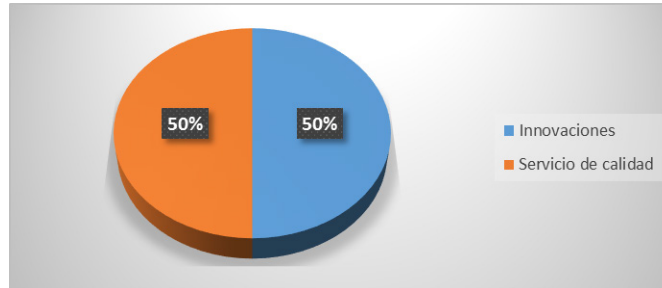
Fuente: Elaboración propia

Las Mipymes tienen determinadas limitaciones en cuanto a sus proveedores, de forma general solo poseen un único proveedor. Esta situación influye de forma negativa en los procesos productivos incidiendo en la escasa tecnificación y profesionalismo de las actividades ejecutadas al tener dependencia de determinadas materias primas o productos y que por diversas razones puedan ser difíciles o costosos de adquirir, impidiendo el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa y la disminución de sus ingresos. En las Mipymes el tipo de comunicación que existe es de tipo pasiva, existiendo solo un 39% de microempresarios que valoran la comunicación. Es importante que el empresario comprenda cómo la información, tanto financiera como de otra índole, debe ser recopilada, analizada, almacenada y entregada a los efectos de tomar decisiones que garanticen la buena marcha del negocio; una comunicación en doble vía posibilita un mejor entendimiento y trabajo en grupo. Por otro lado, el 50% de las Mipymes involucradas en el estudio



indica que la innovación es una fortaleza para sus empresa y el otro 50% indicó que la calidad de productos deben ser las fortalezas de las Mipymes. Las empresas que poseen buenos productos o servicios son muchas, pero pocas pueden venderlos sino descubren y aprovechan las oportunidades del mercado a través de una administración de negocios modernos.

**Figura 3:** Fortalezas de las micro, pequeñas y medianas empresas

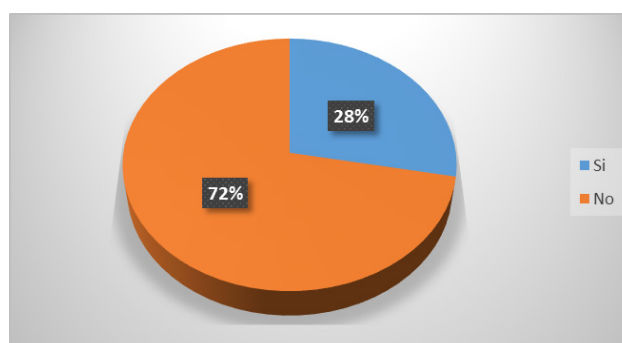


Fuente: Elaboración propia

Entre las debilidades detectadas se destacan los escasos conocimientos de administración, la falta de capacitación, la escasa inversión, el limitado acceso a créditos, baja tecnificación de sus empresas. Sin embargo, los empresarios reconocen que la implementación de un modelo de administración e innovación de negocios para las Mipymes permitiría seguir adelante y no fracasar en el intento. De forma general pequeños empresarios expresan que sus empresas no cuenta con equipos ni herramientas adecuados. La mayor parte de ellos actúan por impulso, intuición o experiencia, careciendo de un método sistemático y tecnológico para dar solución a los problemas y tomar decisiones de manera eficaz y eficiente. Ello es algo que también opinan la gran mayoría de propietarios de empresas.

En relación a la capacitación del personal, los involucrados indican que no se realizan procesos de capacitación permanente a sus empleados; mientras que el 37% si da importancia a la capacitación. La capacitación fomenta el desarrollo de conocimientos, los gerentes tratan de prever los posibles factores de riesgo y elaborar planes de capacitación para hacer frente a la competencia. El ritmo de cambio en los negocios es rápido y las organizaciones deben ser capaces de adaptar velozmente sus estrategias a estas condiciones cambiantes. En el diagnóstico realizado se evidenció que el 72% de los involucrados no cuenta con un plan de capacitaciones y solo un 28% posee este tipo de documentos. Los planes de capacitación ayudan a las organizaciones a obtener mayor fortalezas en relación con los principales competidores. El equipo directivo debe observar las áreas donde los competidores pueden ser vulnerables y elaboran planes de capacitaciones para así desarrollar una ventaja competitiva.

**Figura 4:** Procesos de capacitación continua en las micro, pequeñas y medianas empresas

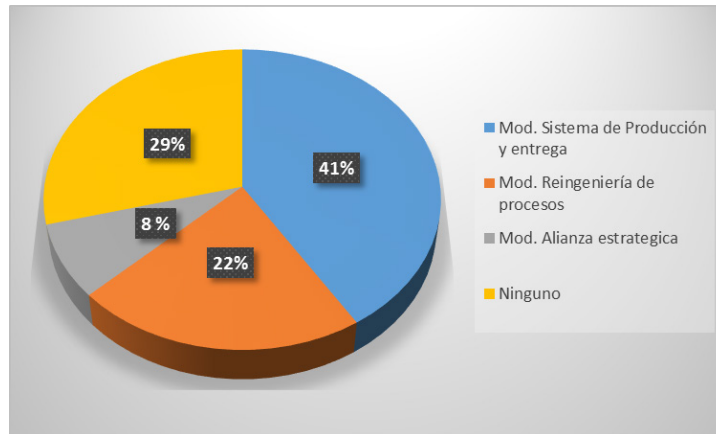


Fuente: Elaboración propia

El diagnóstico realizado a los 258 microempresarios reveló que el 41% trabaja de acuerdo a los pedidos recibidos (Sistema de producción y entrega), el 22% mediante reingeniería de procesos

que aplican para la maximización de los recursos que poseen (Modelo de reingeniería de procesos), el 8% entregan la producción a comercios establecidos para que sean ellos quienes procedan a la venta al público (Modelo de alianza estratégica) y el 29% trabaja sin ningún modelo específico.

**Figura 5:** Modelos administrativos utilizados en las micro, pequeñas y medianas empresas



Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN

Debido a que desarrollan un menor volumen de actividad, las Mipymes poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que se constituyen en una fuente generadora de empleo, sobre todo para profesionales y demás personal calificado.

**1.-** El análisis de las Mipymes coincide con el de Aulestia (2015), ya que año tras año se ha registrado un incremento de estas, tanto como generadoras de empleo como también en su contribución al desarrollo de la economía nacional, registrando un 25% del PIB (Producto Interno Bruto), así mismo, se conoció las fortalezas y debilidades a pesar de que son pequeñas. La áreas de mayor importancia son las de ventas y producción; ya que de ellas depende el proceso de elaboración y colocación del producto o servicio, y la satisfacción que éste genere en el cliente. Es importante la capacitación tanto a nivel gerencial como en el caso de la mano de obra, ya que esto contribuye al desarrollo y mejor desempeño de la microempresa.

**2.-** En lo relacionado con la administración; el dueño de la empresa es quien está al frente; no cuenta con áreas definidas como ventas, administración, producción y recursos humanos coincidiendo estos resultados con los de Peña (2018). La falta de programas de capacitación, también es una debilidad, ocasionando que los empleados no se sientan motivados y esto puede traer baja productividad al realizar sus operaciones. Una fuerte presencia de los procesos de transferencia ciencia-tecnología, motivada por las aún incipientes pero ya considerables relaciones de colaboración universidades-centros tecnológicos-empresas ayuda a fortalecer a las Mipymes y por consiguiente al desarrollo de la zona. Peña (2018) asegura que la implementación de procesos tecnológicos e innovaciones son factores claves para el desarrollo de una microempresa.

**3.-** La ubicación suele ser un factor no considerado a la hora de comenzar determinadas actividades. Siendo de suma importancia en cuanto a la facilidad de estacionamiento para los clientes, las características del entorno, las especialidades propias de la zona, los niveles de seguridad del lugar, la cantidad de personas que pasan por el lugar, los niveles de accesibilidad entre otros. Ubicarse en el lugar incorrecto en función de la actividad constituye desde un principio un problema. Ubicarse en el mejor lugar comporta mayores gastos en concepto de alquiler y menores niveles de gastos en publicidad; razones éstas, como las anteriormente mencionadas deben evaluarse convenientemente a la hora de emprender en futuras empresa. En el ámbito de las políticas públicas, es importante que se establezcan espacios institucionales de coordinación para emprender y diversificar acciones dirigidas a mejorar el desarrollo productivo de las microempresas.

4.- De acuerdo a la investigación realizada se pudo constatar que la hipótesis planteada confirma que la implementación de un Modelo de administración e innovación de negocios en las Mipymes mejora el desarrollo socio económico, regional de la zona sur de Manabí.

### CONCLUSIONES

- El desarrollo del diagnóstico de la investigación reveló que la mayoría de las Mipymes poseen carácter familiar, las mismas que ejecutan su proceso productivo con escasa tecnología, limitado acceso al crédito, bajos conocimientos de planificación. A pesar de ello, los microempresarios reconocen como una ventaja la incorporación de la innovación y mejora de la calidad de sus productos para competir y permanecer en el mercado.
- Los modelos de gestión que analizan su variada tipología, sus interacciones y sus distintas manifestaciones, resultan una clara muestra de una búsqueda de enfoques y tecnologías que contribuyan a adquirir algún control sobre el patrimonio intelectual, para viabilizar la gobernabilidad de los procesos de innovación y de las propias organizaciones.
- Se verificó empíricamente la viabilidad de aplicar diversos modelos en Mipymes con vocación innovadora, en términos de análisis, reflexión y aprendizaje estratégico.

### BIBLIOGRAFÍA

- Aulestia, D. (2015). Las Pymes aportan el 25% del PIB no petrolero. Disponible en <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/1/las-pymes-aportan-el-25-del-pib-no-petrolero>  
Si va a hacer uso de la misma, por favor, cite nuestra fuente y coloque un enlace hacia la nota original. [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec)
- Molina, D. y Sánchez, A. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. Revista Pymes, Innovación y Desarrollo. Vol. 4, No. 2, pp. 21-36. Disponible en <https://Dialnet-ObstaculosParaLaMicroPequenaYMedianaEmpresaEnAmeri-6353919.pdf>
- Peña, D. (2018). Gestión de la innovación en microempresas familiares del sector alimenticio de Jipijapa. Revista Avances. Vol. 20 (2).
- Peña, D. (2018). Viabilidad del Modelo de Gestión de la Innovación para Microempresas Familiares del Sector Alimenticio. Revista Global Journal of Management and Business Research: B Economics and Commerce. Vol. 18 (3) Version 1.0
- Porter, M. (1992). Estrategia Competitiva. CECSA Rei. 2da.ed. Buenos Aires, Argentina.
- Ramos, L. (2014). Propuesta de un modelo de gestión de la innovación para la empresa TTg mexicana. México. Trabajo en opción a master en política y gestión del cambio tecnológico. Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales.
- Senplades (2014). Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. País productivo. Ecuador.
- Sión, V. (2013). Las manos artesanales apoyan las actividades vitales de la Mipymes. Boletín. Ecuador.
- Villegas, D. y Toro, I. (2010). Las pymes: Una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. Revista MBA EAFIT. P 86-101.

## LA INVERSIÓN PÚBLICA Y SU IMPACTO EN LOS INGRESOS ECONÓMICOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DEL MALECÓN JULIO IZURIETA DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ

Ángel Wilkins Álvarez Pincay<sup>1</sup>, wilkinsalvarezpincay@yahoo.es, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Arturo Esterlín Carvajal Zavala<sup>2</sup>, arturo.carvajal@unesum.edu.ec, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Lilian Rosalía Sánchez Choez<sup>3</sup>, lilisan1980@hotmail.com, Universidad Estatal del Sur de Manabí  
Laura Patricia Muñiz Jaime<sup>4</sup>, laura.muñiz@unesum.edu.ec, Universidad Estatal del Sur de Manabí

### RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo proporcionar un diagnóstico científico/descriptivo acerca de la inversión pública y su impacto en los ingresos económicos de los comerciantes formales asentados en el malecón Julio Izurieta, siendo una de las actividades que genera mayores ingresos para la economía del cantón Puerto López en la Provincia de Manabí. La metodología utilizada fue no-experimental, fundamentándose en la exploración de hechos existentes en el GAD Municipal y complementándose con una investigación de campo y bibliográfico documental; Se emplearon los métodos científicos, descriptivo, deductivo - inductivo, analítico y estadístico, como técnicas se utilizaron: entrevista, observación, encuestas, recopilación de información textual y exploratoria. La muestra se calculó a través del muestreo no probabilístico de conveniencia tomando como referencia a los habitantes del casco comercial del cantón Puerto López, que se componen de 95 personas, la misma que sirvió para hacer generalizaciones., Los principales resultados determinaron que la actividad comercial o comercio formal constituye una parte fundamental e indispensable del desarrollo y constituye una de las principales fuentes generadoras de empleos, teniendo alrededor de 95 negocios de varias ramas de actividad, tales como: hoteles, hostales, pensiones, bares, karaokes, restaurantes y comercio formal e informal. Los mismos evidenciaron que es insuficiente la inversión pública que existe en el cantón Puerto López, ya que carecen principalmente de servicios básicos elementales y la escasa inversión que existe, está centralizada en el malecón, muelle turístico y un mercado de mariscos, donde se evidencia sus alrededores gran deficiencia de inversión pública. En consecuencia, se estableció que uno de los principales problemas que posee dicho malecón y los comerciantes formales que allí radican, es la deficiente inversión pública en el sector, misma que influye en los ingresos económicos de los comerciantes formales ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López, de ahí la urgente necesidad de optimizar la infraestructura en bien de los comerciantes formales.

**Palabras claves:** Inversión pública, economía, ingresos económicos, empleo, comercio.

### SUMMARY

The objective of the research was to provide a scientific / descriptive diagnosis about the public investment and its impact on the economic income of the formal merchants settled on the Julio Izurieta boardwalk, being one of the activities that generates the highest income for the economy of the canton of Puerto López in the Province of Manabí. The methodology used was non-experimental, based on the exploration of existing facts in the Municipal GAD and complemented by field research and documentary bibliography; The scientific, descriptive, deductive - inductive, analytical and statistical methods were used, as techniques were used: interview, observation, surveys, textual and exploratory information collection. The sample was calculated through the non-probabilistic sampling of convenience taking as reference the inhabitants of the commercial hull of the canton of Puerto López, which is made up of 95 people, the same one that served to make generalizations. The main results determined that the commercial activity or formal trade is a fundamental and indispensable part of development and constitutes one of the main sources of employment generation, having around 95 businesses of various branches of activity, such as: hotels, hostels, pensions, bars, karaokes, restaurants and formal commerce and informal They showed that the public investment that exists in the canton of Puerto López is insufficient, since they lack basic

basic services and the scarce investment that exists, is centralized in the boardwalk, tourist dock and a seafood market, where their surroundings great deficiency of public investment. Consequently, it was established that one of the main problems of this pier and the formal merchants that reside there is the deficient public investment in the sector, which influences the economic income of the formal merchants located on the Julio Izurieta pier. Puerto López canton, hence the urgent need to optimize the infrastructure for the good of the formal merchants.

**Keywords:** Public investment, economy, economic income, employment, trade.

## INTRODUCCIÓN

La inversión pública en el Ecuador se ha percibido como parte del proceso de desarrollo y crecimiento económico que promueve el progreso de la sociedad en general, pero también para lograr igualdad de oportunidades y alcanzar el buen vivir. Los funcionarios de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2012) señalan que la inversión pública va más allá de una simple inversión de tipo social, productivo y/o de infraestructura.

En este marco en el que se inscribe la visión que tiene la inversión pública por parte de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2012) en conjunto con los comerciantes formales, se puede señalar “que al estar alineada la inversión al Plan Nacional para el Buen Vivir, esta se proyecta hacia el cumplimiento de las políticas nacionales y la concreción de dos importantes estrategias: el cambio de matriz productiva y la erradicación de pobreza”, como se señala: “en el Ecuador la inversión pública impulsa el crecimiento inclusivo con cambios estructurales de largo alcance, siendo para ello importante, la evaluación y gestión de la inversión como tareas indispensables sobre las que se procura obtener mayor impacto en el bienestar social. En ese sentido, uno de los puntos que destacó fue que en 2013 se invirtió casi cuatro veces más que en 2006, con respecto al PIB nacional”.

En el ámbito local, en los últimos años la inversión pública en el cantón Puerto López ha sido significativa en materia de infraestructura, obras como: el terminal terrestre acompañado de la pista de estacionamientos y vías de accesibilidad, el mercado, canal natural y un puente peatonal, todo esto ejecutado por administración directa del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Puerto López, así como también la inversión emblemática por autoridades tanto nacional, provinciales y locales, que es el malecón turístico; donde se proyecta impulsar el turismo acompañado con espacios para el esparcimiento familiar, pero también para el comercio, sus camineras, ciclo vías, soterramiento eléctrico, cinco baterías sanitarias y dos puentes que permiten el flujo peatonal y vehicular de norte a sur o viceversa, además de fácil acceso para las personas con discapacidad.

La investigación fue no experimental con la modalidad de campo empleando los métodos exploratorios, científicos, descriptivos, analítico, deductivo - inductivo y estadístico, así mismo se utilizaron las técnicas primarias y secundarias, obtenido como resultado que la inversión pública que existe en el Cantón Puerto López es insuficiente, ya que carece principalmente de servicios básicos elementales y la poca inversión que existe está centralizada en el malecón, muelle turístico y mercado de mariscos, pero en sus alrededores se evidencia una deficiente inversión pública, como calles sin acera y bordillo, y más aun sin pavimento, acompañado de carencia de servicios básicos y deficiente recolección de basura, generando un impacto económico no tan alentador para los comerciantes formales, que ven como estas condiciones afectan la decisión de los turistas tanto nacionales y extranjeros que no toman al cantón como un destino turístico atractivo, siendo esta una de las principales actividades económicas. De ahí que surge la problemática ¿De qué manera la inversión pública incide en los ingresos económicos de los comerciantes formales del malecón Julio Izurieta del Cantón Puerto López?

## MATERIALES Y MÉTODOS

### Métodos

La presente investigación es de tipo no experimental, en concordancia con la concepción filosófica hermenéutica, donde se aplicó los métodos; científicos, descriptivo, inductivo, deductivo, analítico y estadístico, la misma que sirvió como enfoque metodológico para el problema de investigación.

**Método científico**, muy determinante para conocer el problema, plantear y analizar el mismo, sirve de respaldo del marco teórico conceptual en el que se fundamenta el trabajo de investigación.

**Método descriptivo**, utilizado para describir cada uno de los aspectos, componentes y elementos que abarca el problema de la inversión pública y su impacto en los ingresos económicos de los comerciantes formales del malecón Julio Izurieta del Cantón Puerto López.

**Método inductivo- deductivo**, utilizado tomando como base una muestra representativa directa ya que el universo no es muy amplio, para luego llevar a cabo el respectivo procesamiento de datos hasta llegar a las respectivas conclusiones.

**Método Analítico**, procedimiento fue elocuente para el análisis final y suplementarios de la investigación evidenciando muchas derivaciones prácticas sobre las normativas legales aplicables en cada uno de los procesos.

**Método Estadístico**, procedimiento utilizado para realizar y cuantificar varios diseños estadísticos (cuadros tablas, otros.) y el programa (SPSS).

### Técnicas

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron técnicas como: Observación, Encuesta, Entrevistas. La técnica de la observación no estructurada se utilizó con el propósito de observar la inversión pública y su impacto en los ingresos económicos de los comerciantes formales del malecón Julio Izurieta del Cantón Puerto López. La encuesta se aplicó con la finalidad de obtener información relevante y significativa en relación al problema de investigación, tomando una muestra representativa. La técnica de la entrevista se aplicó con la finalidad de obtener información relevante de la principal autoridad del cantón Puerto López sobre la inversión pública y su impacto en los ingresos económicos de los comerciantes formales del malecón Julio Izurieta del Cantón Puerto López, a través del diálogo sobre el tema de investigación en correspondencia a los objetivos.

### Población y muestra

Para el levantamiento de información se tomó en consideración una muestra probabilística aplicada a los habitantes del casco comercial del Cantón Puerto López, la cual se compone de 95 personas.

### Resultados y discusión

#### Resultados de las encuestas aplicadas a los comerciantes ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López.

En cuanto al género la muestra estuvo compuesta por 65 hombres y mujeres. Con relación a las edades, se determinó que el 33% son de más de 35 años, seguido por 26 % de 31 a 35 años, el 22 % corresponde al rango de 26 a 30 años y el 19% corresponde al rango de 20 a 25 años. Siendo la tendencia mayoritaria de la edad de los comerciantes la comprendida en más de 35 años.

Tomando en consideración las encuestas realizadas a los comerciantes formales en lo que respecta al nivel de escolaridad, se establece que el 68 % tienen nivel secundario y 32 % nivel superior, lo que permite afirmar que en su mayoría son de nivel de escolaridad secundario. A la pregunta: ¿Desde qué tiempo ejerce la actividad comercial ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López? los resultados mostraron que el 78 % de los encuestados ejercen su

actividad empresarial de 2 años en adelante, el 16 % menos de 2 años y el 6 % menos de 1 año, ósea, la mayoría de los comerciantes formales vienen ejerciendo su actividad comercial en un promedio de 2 años en adelante.

Al indagar la pregunta: ¿Cree usted que la inversión pública genera impacto económico en los comerciantes formales ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López? el 92% de los encuestados, equivalente a 87 comerciantes, consideran que la inversión pública genera un impacto económico, mientras que el 8%, no cree que la inversión pública genera impacto en los comerciantes formales. De ahí que de los 95 comerciantes formales ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López, la gran mayoría considera que la inversión pública, sí genera impacto, por lo que es importante que las autoridades tomen en consideración este pronunciamiento. En la tabla 1, se muestran los resultados a la pregunta: ¿Cuál es su ingreso económico mensual como comerciante formal, ubicado en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López?

**Tabla 1**

*Ingreso económico mensual*

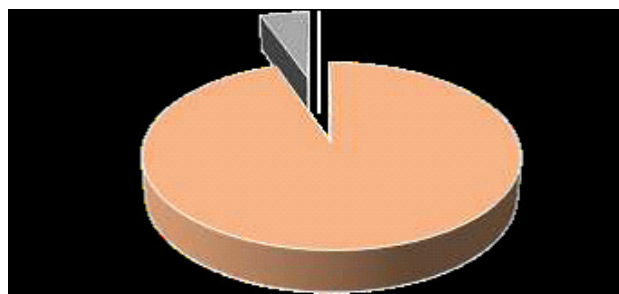
INGRESO	FRECUENCIA	PORCENTAJES
0-100	0	0%
101-200	3	3%
201-300	4	4%
301-400	8	8%
401-500	14	15%
Más de 500	66	69%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes formales del malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López (2017).

La información muestra que el 70% de los encuestados que representan un total de 66 comerciantes formales manifiestan que perciben un ingreso mayor a \$500.00, lo que significa que es atractivo, pero sería más rentable, si se mejorara la inversión pública en el sector.

A la pregunta: ¿Qué nivel de ventas mensuales tiene usted a partir de la nueva inversión pública: malecón turístico, ciclo vías, muelle, mercado, entre otros? las respuestas se muestran en la figura 1:

**Figura 1.** Porcentajes resultantes a la pregunta 7 de la encuesta realizada a comerciantes formales del malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López (2017).



La pregunta 8 ¿En qué rango considera usted que la inversión pública genera ingreso económico en los comerciantes formales, ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López? Los resultados obtenidos demuestran que el 95 % la consideró alta y solamente el 5 % consideró a la inversión pública en una escala media.

Similar resultado obtuvo la pregunta 9, acerca de si la inversión pública influye en los ingresos económicos, ubicándola además en un rango de alta, con un porcentaje del 92%. La 11 estuvo dirigida a la eficiencia de la inversión pública actual en cuanto a generar ingresos económicos, donde el 79 % de los encuestados respondiendo que si es eficiente y el porcentaje restante que no. Las preguntas de la 12 a la 14 final, estuvieron orientadas a determinar si la inversión pública promueve el crecimiento inclusivo, la productividad y cambios estructurales para los comerciantes formales ubicados en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López; en todas, la mayoría respondieron afirmativamente. Los resultados presentados coinciden con planteamientos de los autores, (Benegas, 2015) y (Mero, 2017).

Por otro lado, la entrevista realizada al Alcalde del GAD Municipal del cantón Puerto López, Señor Miguel Plua Murillo, sobre la inversión pública y su incidencia en los ingresos económicos de los comerciantes formales, ubicados en el malecón Julio Izurieta, arrojó resultados similares, destacando la inversión acerca del turismo que ha generado ingresos significativos a dichos comerciantes.

### **CONCLUSIONES**

El diagnóstico situacional de las áreas de infraestructura y servicios implantadas en el malecón Julio Izurieta del cantón Puerto López y la escasa inversión pública actual, determinaron que uno de los principales problemas que posee dicho malecón y los comerciantes formales que allí radican, es la deficiente inversión pública en el sector.

Se determinó que la inversión pública influye en los ingresos económicos de los comerciantes formales ubicados en el malecón Julio Izurieta del Cantón Puerto López siendo necesario la optimización de la infraestructura y mejoramiento de los servicios básicos en bien de los comerciantes formales.

### **BIBLIOGRAFÍAS**

Benegas, L. A. (2015). La inversión pública. Buenos Aires Argentina: Ciencias económica de la academia.

Mero, E. J. (2017). La inversión pública y su aporte al desarrollo turístico del cantó.

SENPLADES. (2012). Acerca de la necesidad de inversiones públicas por parte de los GAD municipales del Ecuador. S/E.

Asamblea Nacional Constitución de la República del Ecuador (2008). Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017). Artículos: 12, 14, 71, 72.

Puerto López. Jipijapa: Repositorio UNESUM. Obtenido de

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/671/1/UNESUM-ECU-ECO-01.pdf>.



## ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL SECTOR PESQUERO Y SU INFLUENCIA EN EL EMPLEO

Diana Castro Cedeño, MSc<sup>1</sup>, paty.cc.ing.com@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales Jefferson Calle, MSc<sup>2</sup>, jefferson\_calle1@hotmail.com, Universidad Estatal del Sur de Manabí Octavio Fabricio Macías Mero, MSc<sup>3</sup>, fabimacias@hotmail.com, Portoviejo, Manabí, Ecuador Johnny William Santana, MSc<sup>4</sup>, johnnysantana2980@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

La investigación aborda el impacto económico de los sectores pesqueros en donde existe una gran problemática de las personas involucradas en este campo de acción por no contar con un empleo seguro ya que es informal ni con las herramientas necesarias y sufren ciertos deterioros en su salud, debido a la intensidad de las labores que realizan diariamente, a la vez existe una gran influencia de empleo informal en este sector, por lo tanto juega un papel fundamental en la economía del cantón. El objetivo general de la investigación fue conocer de qué manera el sector pesquero influye en el empleo del cantón Puerto López durante el año 2018; las flotas pesqueras se dedican a dos tipos de pesca: artesanal e industrial, lo que predomina como generadoras de empleo. Uno de los puntos más relevantes de las encuestas realizadas a los pescadores es que la pesca artesanal se constituye en la mayor fuente generadora de empleo en este sector. La metodología utilizada fue una investigación de campo, el método de investigación que se implementó fue el método bibliográfico, la técnica de investigación utilizada fueron las encuestas dirigidas a dueños de embarcaciones y los pescadores del sector pesquero.

**Palabras claves:** Sector pesquero, flota pesquera, empleo, empleo indirecto, tipos de pesca

### SUMMARY

This research project aims to investigate the fishing sector since it is a place where there is a great influence of employment in the canton of Puerto López, because the fishing sector has a very important and important role in the economy of the canton mentioned above, where our general objective is to know how the fishing sector influences the employment of the canton of Puerto López, year 2018, since the fishing fleets are dedicated to two types of fishing that are artisanal and industrial fishing which predominate as generators of employment, one of the most relevant points is that artisanal fishing in which 53% of the sample taken from the population to carry out the surveys, we conclude that artisanal fishing is the one that generates mostly indirect jobs in this sector, this project has been developed under the type of field research, the research method that was implemented was the bibliographic method, The research techniques used in this project were surveys that were aimed at boat owners and fishermen in the fishing sector of the Puerto López canton.

**Keywords:** Fishing sector, fishing fleet, employment, indirect employment, types of fishin

### INTRODUCCIÓN

Uno de los principales problemas actuales que enfrenta el sector pesquero es que las personas involucradas en este campo de acción no cuentan con un empleo seguro ni con las herramientas necesarias para llevar a cabo los trabajos, sufriendo deterioros en su salud debido a la intensidad de las labores que realizan. A pesar de ello, esta actividad se constituye en una de las más productivas y antiguas a nivel mundial, por ser este producto uno de los principales alimentos, rico en proteínas y consumido en todo el mundo. De acuerdo al PDYOT 2015-2019 la influencia en este sector incide directamente en la economía de Puerto López mediante la generación de fuentes de empleo, involucrando diversos grupos de actores como son: los pescadores, comerciantes, estibadores, y taladores. La falta de técnicas adecuadas y capacitación inexistente, el alto costo de insumo de pesca y la mala organización de los pescadores provoca que la comercialización directa por parte de los pescadores que se dedican a la pesca artesanal, sea bajos.



Ecuador es uno de los mayores productores de pesca marina, la especie más comercializada es el atún. En esta actividad mayoritariamente son conocidos dos tipos de pesca: la artesanal y la industrial. El tipo de pesca artesanal es aquella que se realiza directamente con o sin el uso de una embarcación, según el criterio de la persona que va a realizar esta actividad, siendo la más realizada, ya que tiene como característica una forma más fácil de ejercerla. La pesca industrial al momento de realizarla requiere de una embarcación adecuada que cuente con todo los mecanismos necesarios.

En Manabí se encuentran 8.784 naves acuáticas donde se involucran 11 puertos marítimos como son: Salango, Puerto López, Machalilla, Puerto Cayo, Santa Marianita, San Mateo, Jaramijó, Punta Ballaca, Crucita, El Matal, y Cójimies. Existe una clasificación de las embarcaciones pesqueras para la actividad en las costas ecuatorianas, estas son: naves para la pesca mayor de 10 toneladas reales en bruto (TRB), naves para la pesca menor de 10 (TRB) y por último las naves para el turismo, la cual comprenden avistamiento de ballenas, buceo, pesca deportiva, tours, entre otras actividades. La actividad pesquera es una de las más importantes para la economía del cantón Puerto López. Este producto genera seguridad alimenticia y nutrición, además aporta a la economía del país. En Puerto López se encuentran 2.453 personas dedicadas a la agricultura, ganadería silvicultura y pesca, estas actividades se ubican en el sector primario con un 35.79%. La actividad pesquera en el cantón cuenta con varias fases como son: la captura, transporte, comercialización y procesamiento en la cual intervienen diferentes actores: pescadores, estibadores, taladores.

### **Objetivos del proyecto**

- \* Conocer de qué manera el sector pesquero influye en el empleo del cantón Puerto López.
- \* Determinar como la flota pesquera influye en el empleo directo.
- \* Identificar qué tipo de pesca incide mayormente en el empleo indirecto.
- \* Analizar cuáles son las fuentes de financiamiento del sector pesquero y la generación de empleo por estrato social y sexo.

### **Sector pesquero**

La actividad pesquera brinda seguridad alimenticia para la producción, genera fuentes de empleo e ingresos económicos a un gran número de familias. Es muy realizada por sus habitantes, debido a que este producto es muy comercializado. En Ecuador el producto más comercializado es el atún, producto que genera muchas fuente de empleo y contribuye a la economía del país (Cámara Nacional de Pesquería , 2016).

### **Pesca**

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (2018) indica que la pesca es aquella que se realiza haciendo la captura de las especies acuáticas. En Puerto López la pesca es considerada como la fuente de ingreso para la mayor parte de la población, que realizan su recolección, procesamiento, hasta su comercialización y distribución. Una de las principales amenazas del sector pesquero es que no hay vigilancia en los puertos marítimos, lo cual hace que exista un gran número de pescadores ilegales. (FAO, 2018)

El pescado es un producto que contiene gran cantidad de proteína, consumido mundialmente. En el año 2013, el 17% de la ingestión de proteína animal y el 6.7% de las proteínas consumidas a nivel mundial de pescado per capita ha cambiado de 10kg en 1990 a 20kg en 2014, cifras que reflejan un incremento significativo. (Cámara Nacional de Pesquería, 2016).

### **Historia de la pesca**

La pesca ha sido una de las principales fuentes de ingreso, alimento y nutrición para muchas personas en el mundo. El pescado es uno de los productos más consumidos y comercializados a

nivel mundial, principal actividad que genera miles de empleo en todo el mundo. (FAO, 2016, pág. 2). Ya que si no existe esta actividad llamada pesca la mayoría de habitantes de una población no tendrían empleo provocando un descenso en los indicadores económicos. (FAO, 2016).

Según el Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador (2016), la industria del atún es la principal actividad del sector pesquero industrial del Ecuador, ha logrado en sus tres fases, captura, procesamiento y comercialización, cumplir con las regulaciones y estándares de calidad e inocuidad sanitaria de la normativa nacional tales como: INEN, MAG (antes MAGAP), INP, e internacional: OMC, CIAT, FDA, OMS, FAO, ISO, DOLPHIN SAFE, HALAL, IFS, BRC, KOSHER, entre otras; y, en el ámbito laboral: OIT. (Ministerio de Comercio Exterior, 2016, págs. 3-9).

Ecuador es uno de los principales países en donde las flotas pesqueras recurren a la captura del atún, este país forma parte de la Organización Regional de Ordenamiento Pesquero (OROP), esto hace que se regulen las vedas por un máximo de 62 días, para mantener las especies marinas. Además se constituye en exportador de las conservas y de lomos de atún a nivel mundial, ubicándose por debajo de Tailandia y China.

De acuerdo a la Escuela Superior Politécnica del Litoral (2016), en las exportaciones ecuatorianas de productos pesqueros en el año del 2015 se registraron cantidades positivas, un volumen de 261 mil toneladas de masa de pescados enlatados que va dirigido a Europa, por un valor de \$952.2 millones; 66 mil toneladas de atún y pescado por un valor de \$230.8 millones, y se llegó a exportar 75 mil toneladas de harina de pescado por valor de \$119 millones. (ESPOL, 2016, págs. 1-7). Las principales especies capturadas tienen destinos diversos, el atún se lo utiliza para la producción de conservas enlatadas como son; los lomos de atún, pescados frescos o congelados y los peces pelágicos pequeños destinados para la conserva de enlatados o se enfocan a la elaboración de harina y aceite de pescado.

### **Sector pesquero en Puerto López**

Según el informe del Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial de Puerto López (2015-2019) los datos del censo INEC 2010, indican que las actividades económicas mayormente representadas en Puerto López son las que están vinculadas al sector terciario con un 39,20% en la cual intervienen actividades como: el comercio al por mayor y menor, turismo, transporte, servicios de comida, enseñanza entre otros. El sector primario representa el 35,79% donde intervienen la pesca, la agricultura y ganadería; el sector secundario representa un 12,08 % que abarca la construcción e industrias y el 6,69% representa a trabajadores nuevos y no declarados. (PDYOT Puerto López, 2015-2019, págs. 123-129).

El mismo indica que Machalilla tiene el mayor porcentaje de personas que se dedican a la actividad pesquera. Se considera a la pesca como una actividad muy productiva en diferentes ámbitos del cantón Puerto López, esto indica que el 35.73% de la población del cantón se dedica a esta actividad primaria. En el cantón Puerto López se encuentran registradas cuatro asociaciones pesqueras, conformadas por dueños de embarcaciones y pescadores del sector, cabe recalcar que existe un total de 1300 pescadores.

Según el PDyOT en Puerto López se encuentran 1185 personas dedicadas a la pesca, mientras en el PEA INEC 2010 en Puerto López hay 3.823 personas que en porcentaje representarían el 30.99%, en Machalilla se encuentran 928 personas dedicadas a la pesca, mientras que en el PEA INEC 2010 se encuentran 1.587 que representan un 58.47% y por último encontramos que en Salango hay 236 personas dedicadas a la pesca mientras en el PEA INEC 2010 refleja 1.490 personas lo cual en porcentajes es 16.16%. El total cantonal de personas que se dedican a la pesca según el PDyOT en Puerto López se encuentran 2.349 habitantes, mientras que en el PEA INEC 2010



indica que hay 6.870 personas lo que representa en porcentajes un 34.92%.

Según el PDYOT de Puerto López (2015-2019), la pesca representa una de las actividades más importantes en la economía del cantón Puerto López y sus respectivas parroquias como son: Salango y Machalilla. En las playas se realizan los respectivos intercambios comerciales, donde los comerciantes esperan la llegada de los pescadores y establecen un precio que dependerán del tamaño de la especie. (PDYOT Puerto López, 2015-2019, pág. 128).

La FAO (2016) establece que la pesca y la acuicultura son importantes fuentes de alimentos y nutrición. La oferta mundial per capita de pescado alcanzó un máximo en la historia de 20 kg en el año del 2014, gracias a un gran crecimiento de la acuicultura. (FAO, 2016, págs. 2-3). Los correspondientes informes elaborados por diversos profesionales de alto nivel, la industria y representantes de la sociedad civil, coinciden en destacar el gran potencial que tienen los océanos y las aguas continentales de la población mundial que se prevee alcance los 9.700 millones de personas para el 2050. Esto nos da a conocer que esa actividad va a seguir siendo la principal actividad en todo el mundo debido a todos los ámbitos positivos en las que esta colabora.

### **Embarcaciones matriculadas en el cantón Puerto López**

Según datos obtenidos de los encargados del departamento de matriculación de las naves acuáticas en (DIRCEN) y Capitanía de Manta, en el cantón de Puerto López se encuentra matriculadas un total de 339 embarcaciones dedicadas a las actividades que se realizan dentro del sector pesquero: 294 embarcaciones menores de 10 toneladas reales en bruto (TRB); 19 embarcaciones mayores a 10 toneladas reales en bruto (TRB); 26 embarcaciones utilizadas para el sector Turístico. Las 26 embarcaciones pesqueras matriculadas para el sector turístico se dividen en secciones, de acuerdo a la siguiente clasificación: Embarcaciones para avistamiento de ballenas. Embarcaciones para tour a la isla de la plata. Buceo-Pesca deportiva.

Ecuador cuenta con gran diversidad de embarcaciones o flotas pesqueras, que permite que las personas dedicadas a esta actividad salgan a realizar sus faenas. De manera que si el sector pesquero no contará con flotas para realizar sus faenas no se podría realizar la pesca y esta no generaría empleo.

### **Tipos de pesca.**

El Reglamento a Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero (2016), entiende por pesca artesanal aquella que resulta más fácil de ejecutarla ya que puede realizar de forma personal, esta se puede realizar con el uso de una embarcación o sin ella, la decisión será únicamente de la persona que vaya a realizar la actividad. La pesca industrial es una actividad un poco dificultosa de realizar, ya que requiere de una embarcación actualizada para realizar la captura correspondiente (Reglamento a Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero, 2016).

Según Pamela Jamiilé Pérez Molina (2014), la pesca se divide en dos grupos: Continental también llamada fluvial y comprende las extensiones de aguas dulces tanto naturales como artificiales, pueden ser ríos, embalses, estanques, lagos, marítima u oceánica, esta se divide en pesca de costa, considerada como deportiva y pesca de altura, realiza para la actividad comercial. La pesca de altura o comercial se divide en: agua dulce, costera, y alta mar. La de agua dulce se practica en zonas de ríos, lagos, la costera, es la que se realiza cerca de la costa, empleando embarcaciones menores como por ejemplo lanchas a motor y la de alta mar se realiza lejos de la línea costera, con embarcaciones mayores y empleando técnicas avanzadas. (Molina, 2014)

### **Pesca artesanal**

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (2007-2013) establece que la pesca

artesanal inicialmente costera, tanto por el alejamiento de los recursos como por la competencia de los pescadores, operan en aguas cada vez más alejadas. La pesca artesanal captura lo que puede, debido a que no hay cupos de captura. En el 2013 se capacitó al sector pesquero para el adecuado manejo de la captura con el objetivo de mejorar la calidad del producto y disminuir la presión sobre el recurso, es decir, traer menos pesca pero de mejor calidad que genere mayor valor y garantice la sostenibilidad de la especie (MAGAP, 2007-2013, pág. 1).

### **Características de la pesca artesanal e industrial**

Según ESPOL (2016) la característica de la pesca artesanal es que se realiza utilizando materiales diferentes a la industrial, en la artesanal se utilizan materiales como, red al fondo, trasmallos de piola verde, cordeles, en el cual con estas herramientas de pescas se pueden capturar peces como, albacora, picudo, pez espada, camotillo, cabezudos, y el tipo de embarcaciones que se utiliza en esta pesca son aquellas embarcaciones menores a 10 toneladas reales en bruto, estas a su vez pueden ser fibras de vidrios o bongos. Mientras la característica de la pesca industrial es que utiliza una red color negra en el cual se captura peces como, sardinas, atún, carita, etc. el tipo de embarcación que se utiliza son las mayores a 10 TRB (Tonelaje de Registro bruto) y pasan periodos de pesca entre días a 21 días. (ESPOL, 2016, págs. 14-18).

La pesca artesanal es la que más realizan los pescadores, ya que se realiza con flotas diversas, que se orientan a diferentes especies marinas, en cambio la pesca industrial se caracteriza por un lote de alto poder de pesca, esta si es realizada pero en casos menores que la artesanal ya que ésta destinada a la captura de varias especies pero el producto puede ser estropeado ya que se recolecta en grandes masas.

### **Pesca industrial.**

La pesca industrial absorbe alrededor de 9% de la PEA pesquera según la ESPOL (2016), destacando que en la fase extractiva la participación femenina es casi inexistente, no obstante, en la etapa de procesamiento industrial hay una ocupación importante de mujeres esta se caracteriza por una flota de alto poder de pesca, que se destina a la captura de una sola especie. Está segmentada de acuerdo al recurso que se explote, operando con embarcaciones de diversas características que difieren en el poder de pesca, las especies objetivos, la capacidad de bodega, autonomía de pesca, sistemas de frio. (ESPOL, 2016, págs. 14-16).

Este a su vez indica que la actividad extractiva en este segmento está conectada a una industria para el procesamiento primario y secundario de la pesca, luego de que las embarcaciones llegan a los principales puertos de pesca se conectan a terminales adecuados para su descarga e ingreso directo hacia las plantas procesadoras o la pesca es descargada y transportada en vehículos adecuados con sistemas de frio hasta plantas procesadoras. Finalmente, los productos elaborados son empacados y transportados hacia los terminales aéreos para su respectiva exportación.

En el cantón Puerto López la representación en el PIB es de 70% de la producción pesquera Ecuatoriana es generada por el sector pesquero artesanal, mientras que la diferencia es el aporte del sector pesquero industrial, bajo esta premisa es importante indicar que durante el periodo 2012-2017 el Producto Interno Bruto Real del Ecuador ha experimentado una diferencia del 7.7 % dado que en el 2012 este rubro era de 64.362 millones de dólares mientras que al final del periodo 2018 el PIB fue de \$69.321 millones. (Vega, 2018)

### **Materiales y Métodos**

La investigación realizada fue de tipo cualitativo y cuantitativa, los métodos teóricos fueron el inductivo – deductivo, descriptivo e histórico lógico, como métodos empíricos se trabajó con encuestas dirigidas a los habitantes del Cantón Puerto López y entrevistas especialmente a los

pescadores. Para la aplicación de las encuestas se contó con la colaboración de los pescadores que tienen un empleo informal quienes acudieron al llamado de forma masiva. La población considerada para el estudio fueron los pescadores artesanales de la playa Puerto López de la provincia de Manabí. Se trabajó con una muestra de 150 pescadores artesanales y se consideró un margen de error del 5%.

### **Resultados**

Entre los resultados obtenidos se puede establecer que la principal ocupación que mantienen los habitantes del Cantón Puerto López es la pesca artesanal de forma indirecta generando empleos informales a un 50% de la población, mientras que en 25% se dedica a la pesca industrial y la diferencia de los habitantes se dedican otras actividades como: el turismo, gastronomía, hotelería, entre otros.

También se determinaron diez áreas de pesca hasta donde se desplazan los pescadores para realizar sus faenas, como son: el Banco, Camote, la Bolita, Banco de afuera, los Rayos, El seco, El ombligo, Punta Mala, El islote y Bacona, donde los pescadores artesanales se desplacen en embarcaciones de fibra y vidrio y pangas, las mismas que son pequeñas, frágiles, impulsadas a remo o por motores fuera de borda, poniendo en riesgo sus vidas y la de los ayudantes; y por muy pocos beneficios económicos, causando en algunos casos enfermedades por la contaminación que esto genera. El 10% restante consideró que desde su perspectiva la actividad contamina, debido a que luego de capturado el producto este no se maneja de forma adecuada, lo que provoca que el aire se contamine.

### **Discusión**

Según la investigación realizada en Perú sobre Análisis del Impacto económico del Sector Pesquero (Cabrera Carranza Carlos Francisco, 2000), las aguas costeras son importantes fuentes generadoras de empleo para los habitantes, sean éstas de manera formal e informal, y por encima de las normas legales vigentes, sin embargo, generan un impacto severo en las condiciones sanitarias y turística de la zona con el deterioro de las áreas recreativas, áreas turísticas y playas, representando un costo para la sociedad.

Mientras que la investigación realizada en la playa de Puerto López obtuvo como resultados de las encuestas que la mayoría de los habitantes se dedican a esta actividad generadora de empleo lo que crea un impacto económico para tener un estilo de vida pero de manera informal, muchos de los pescadores no cuentan con las herramientas necesaria para llevar a cabo su trabajo y por ende ponen en riesgo su vida.

### **CONCLUSIONES**

El sector pesquero influye positivamente en el empleo del cantón Puerto López, año 2018. La hipótesis general fue aceptada ya que gracias al número de personas que realizan esta actividad (1185), se pudo determinar que más del 50% de la población del cantón se dedica a esta actividad, el porcentaje restante se dedica a otras actividades tales como: el turismo, gastronomía, hotelería, agricultura, entre otros.

La flota pesquera es la que mayormente influye en la generación de empleo directo. Las encuestas realizadas a los dueños de embarcaciones en el cantón Puerto López determinaron que la hipótesis es aceptada, ya que en el cantón existen 339 embarcaciones que se dedican a la actividad pesquera tanto artesanal como industrial. Así mismo, se determinó que existen 1185 personas legalmente matriculadas las cuales se desarrollan en las mismas.

La pesca artesanal es la que mayormente incide en generar empleo indirecto. Al analizar los resul

tados de las encuestas la hipótesis fue aceptada, ya que el 75% de la población encuestada se dedica exclusivamente a realizar la pesca artesanal por motivos de que es la mejor manera para que el producto capturado no sufra algún estropeo al momento de sacarlo del mar.

La banca privada y la pública son las que financian mayormente las actividades del sector pesquero, las mismas que generan mayormente empleo en el estrato social bajo con énfasis en el género masculino. La hipótesis presentada es aceptada, ya que gracias a las encuestas realizadas a los dueños de embarcaciones del cantón Puerto López se determinó que el 15% de sus lanchas son adquiridas con financiamiento propio, el 50% con financiamiento de la banca pública, mientras el 35% de los dueños de embarcaciones de este cantón obtuvieron sus lanchas con financiamiento de la banca privada.

### **Bibliografía**

Enríquez, Alejandra y Mariana Galindo. (Agosto de 2015). Obtenido de [https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508\\_mexicoemployment.pdf?m=1453](https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoemployment.pdf?m=1453)

Abenza, L. (11 de Marzo de 2016). Obtenido de <https://politikon.es/2016/03/11/genero-y-desigualdad-laboral-por-que/>

ANDES. (16 de Abril de 2018). Obtenido de <https://www.andes.info.ec/es/noticias/economia/16/en-empleo-adecuado-en-ecuador-subio-2-6-entre-2017-y-2018-segun-el-inec>

Antón, A. (12 de Marzo de 2014). Obtenido de <https://sociologos.com/2014/03/12/mujeres-y-clases-sociales/>

BanEcuador. (29 de Junio de 2017). BanEcuador. Obtenido de BanEcuador: <https://www.banecuador.fin.ec/noticias-banecuador/boletines-de-prensa/pesca-artesanal-banecuador-boletin/>

Cámara Nacional de Pesquería . (30 de Agosto de 2016). Obtenido de <https://camaradepesqueria.com/la-actividad-pesquera-motor-del-desarrollo-nacional/>

Cámara Nacional de Pesquería . (30 de Agosto de 2016). Obtenido de <https://camaradepesqueria.com/la-actividad-pesquera-motor-del-desarrollo-nacional/>

CNP. (23 de Noviembre de 2017). Obtenido de <https://camaradepesqueria.com/las-flotas-pesqueras-aguas-distantes-oceanografia-las-areas-pesca-organizaciones-principios-manejo/>

Economipedia. (13 de Octubre de 2016). Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-de-actividad.html>

Enríquez, Alejandra, & Galindo, M. (2015). Obtenido de [https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508\\_mexicoemployment.pdf?m=1453](https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoemployment.pdf?m=1453)

ESPOL. (Octubre de 2016). Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/industriapesca.pdf>

ESPOL. (Octubre de 2016). Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/industriapesca.pdf>

FAO . (2016). Obtenido de El estado mundial de la pesca y la acuicultura: <http://www.fao.org/3/a-i5555s.pdf>

FAO. (2013). Obtenido de <http://institutopesca.gob.ec/wp-content/uploads/2017/07/3-Desembarques-Artesanales-de-Atunes-en-la-Costa-Ecuatoriana-Per%C3%ADodo-2007-2013.pdf>

FAO. (2018). Obtenido de <http://www.fao.org/fisheries/es/>

Flores, M. ( 1 de Septiembre de 2013). prezzi. Recuperado el 05 de agosto de 2018, de prezzi: <https://prezi.com/hfdgzeabsap9/trabajadores-directos-e-indirectos/>

Flores, M. (1 de Septiembre de 2013). Obtenido de <https://prezi.com/hfdgzeabsap9/trabajadores-directos-e-indirectos/?webgl=0>

Gloria Patricia Chavez Granizo, D. D. (Abril de 2018). LAS PYMES EN EL ECUADOR Y SUS FUENTES DE FINANCIAMIENTO. Obtenido de Eumed.net: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>

Guerrero, & Cacao. (11 de Junio de 2018). Embarcaciones pesqueras matriculadas a nivel de Manabi. (A. investigadores, Entrevistador)

- Hidalgo, E. G. (26 de Octubre de 2016). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7207/1/T-UCSG-PRE-MFEE-67.pdf>
- INEC. (Marzo de 2018). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018\\_Presentacion\\_M\\_Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf)
- Ipacuicultura. (22 de Diciembre de 2017). Obtenido de [http://www.ipacuicultura.com/noticias/en\\_portada/59624/casi-el-11-del-empleo-directo-en-el-sector-pesquero-andaluz-se-registra-en-la-acuicultura-marina.html](http://www.ipacuicultura.com/noticias/en_portada/59624/casi-el-11-del-empleo-directo-en-el-sector-pesquero-andaluz-se-registra-en-la-acuicultura-marina.html)
- López, I. (25 de Junio de 2016). Acerca de nosotros: Economía simple. Obtenido de economía simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/recursos-proprios>
- MAGAP. (2007-2013). Obtenido de <http://institutopesca.gob.ec/wp-content/uploads/2017/07/3-Desembarques-Artesanales-de-Atunes-en-la-Costa-Ecuatoriana-Per%C3%ADodo-2007-2013.pdf>
- Martínez, M. C. (16 de agosto de 2013). aporrea. Recuperado el 4 de agosto de 2018, de aporrea: <https://www.aporrea.org/ideologia/a84644.html>
- Ministerio de Comercio Exterior . (Agosto de 2016). Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/Reporte-del-sector-atunero.pdf>
- OIT. (1996-2018). Obtenido de <https://www.ilo.org/global/topics/equality-and-discrimination/lang-es/index.htm>
- OIT. (1996-2018). Obtenido de Igualdad y discriminación : <https://www.ilo.org/global/topics/equality-and-discrimination/lang-es/index.htm>
- PDYOT. (2015-2019). Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1360003300001\\_PDYOT\\_PUERTO\\_LOPEZ\\_2014\\_2019\\_14-04-2015\\_20-35-13.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360003300001_PDYOT_PUERTO_LOPEZ_2014_2019_14-04-2015_20-35-13.pdf)
- PDYOT Puerto López. (2015-2019). Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1360003300001\\_PDYOT\\_PUERTO\\_LOPEZ\\_2014\\_2019\\_14-04-2015\\_20-35-13.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360003300001_PDYOT_PUERTO_LOPEZ_2014_2019_14-04-2015_20-35-13.pdf)
- Petroecuador. (2012). Principales Exportadores de la Industria Pesquera. Obtenido de <https://www.eppetroecuador.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/40-A%C3%B1os-Construyendo-el-Desarrollo-del-Pa%C3%ADos.pdf>
- PNUD. (25 de Septiembre de 2014). Obtenido de [http://www.ar.undp.org/content/dam/argentina/Publications/Desarrollo%20Humano/PNUD%20ARGENTINA%20Aportes\\_8.pdf](http://www.ar.undp.org/content/dam/argentina/Publications/Desarrollo%20Humano/PNUD%20ARGENTINA%20Aportes_8.pdf)
- Prieto, N. (7 de Enero de 2015). Obtenido de <https://www.elcomercio.es/gijon/201501/07/pesca-solo-aporta-empleos-20150107001618-v.html>
- Reglamento a la ley de pesca y desarrollo pesquero . (19 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://www.acuaculturaypesca.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/Reglamento-a-la-Ley-de-Pesca-2016.pdf>
- Roennevig, M. (2014). ehow en español. Obtenido de ehow en español web site: [http://www.ehowenespanol.com/directo-info\\_524161/](http://www.ehowenespanol.com/directo-info_524161/)
- Roennevig, M. (25 de julio de 2015). ehow. Recuperado el 31 de julio de 2018, de ehow: [http://www.ehowenespanol.com/directo-info\\_524161/](http://www.ehowenespanol.com/directo-info_524161/)
- Roennevig, M. (2018). ¿Qué es el empleo directo? Obtenido de [http://www.ehowenespanol.com/directo-info\\_524161/](http://www.ehowenespanol.com/directo-info_524161/)
- Superintendencia de Bancos. (2015). Memoria 2014. Quito: Superintendencia de Bancos.
- Vega, A. K. (Marzo de 2018). Análisis económico de la pesca artesanal cantón Puerto López periodo . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29239/1/TRABAJO%20FINAL%20VERA%20VEGA.pdf>
- Vela, E. (23 de Abril de 2014). No es el sexo, es el trabajo. Obtenido de <https://www.letraslibres.com/mexico-espana/no-es-el-sexo-es-el-trabajo>



## SALUD OCUPACIONAL OCULAR EN CASOS DE EMERGENCIA UNA VISIÓN DE PREVENCIÓN

Gema Zamora Loor  
gemyzam@hotmail.com  
Universidad Técnica de Manabí

### RESUMEN

La visión es considerada uno de los sentidos más importantes e indispensables en casi todas las actividades, por tanto, se debe tener especial consideración al realizar trabajos que pongan en peligro su integridad. Actualmente existe una sobreexposición a riesgos laborales que desencadenan patologías oculares multifactoriales, desde los peligros de exceso de radiación ultravioleta y espectro azul, hasta químicos que son causantes de fototoxicidad y provocan lesiones irreversibles que pueden afectar el entorno social, familiar y profesional. La prevención ocular y la capacitación en factores de riesgo producen un gran impacto en el ámbito laboral, ya que, al evitar lesiones de esta índole, la población deja de ser vulnerable en temas de salud y seguridad en el trabajo. A través de la investigación se pretende identificar cuáles son los factores de riesgo que favorecen la aparición de accidentes oculares, además de las variables que desencadenan ciertas patologías y así contribuir a la disminución de las mismas. El objetivo se centra en identificar y analizar las patologías oculares que afectan a la población dedicada a actividades agrónomas y brindar al profesional de ésta rama información sobre esta temática mediante la clasificación de riesgos laborales que estos conllevan, incluyendo riesgos de tipo físico, químico, ergonómico, de radiación y de prevención en general. Además de incrementar la formación de recursos humanos con la más alta tecnología para lograr calidad y eficiencia y promover el proceso investigativo fundamentalmente dirigido hacia la atención primaria de salud. Se precisan los fundamentos de la revisión bibliográfica en su doble condición de paso lógico y método de la investigación científica y se ofrecen recomendaciones para su empleo en el proceso de construcción del marco teórico de la misma. La agricultura es uno de los ejes principales sobre los que se desenvuelve la economía del país, por tanto, es necesario proponer medidas en post de su avance en todas las áreas. A través de la revisión bibliográfica se concluye que las patologías encontradas a nivel ocular en personas dedicadas a actividades agrícolas son el pterigión, pinguécula; debido a las horas de exposición a la luz ultravioleta, conjuntivitis química, en caso de presentar contacto con agentes tóxicos, y en cuanto a lesiones oculares se presentan también. Además, se establecen protocolos de atención primaria en casos de riesgos químicos, con la recomendación principal de utilizar siempre protección visual, y actuar de forma rápida y eficaz en situaciones de cuerpo extraño a nivel corneal o conjuntival.

**Palabras clave:** Optometría ocupacional, prevención de riesgos, salud visual, agronomía, salud ocupacional.

### SUMMARY

Vision is considered one of the most important and indispensable senses in almost all activities, therefore, special consideration must be given when carrying out works that endanger its integrity. Currently there is an overexposure to occupational hazards that trigger multifactorial eye pathologies, from the dangers of excess ultraviolet radiation and blue spectrum, to chemicals that are causing phototoxicity and cause irreversible injuries that can affect the social, family and professional environment. Ocular prevention and training in risk factors produce a great impact in the workplace, since, by avoiding injuries of this nature, the population is no longer vulnerable to health and safety issues at work. Through research, we seek to identify which are the risk factors that favor the appearance of eye accidents, in addition to the variables that trigger certain pathologies and thus contribute to their reduction. The objective is focused on identifying and analyzing the ocular pathologies that affect the population dedicated to agronomic activities and providing the profes

sional of this branch with information on this topic through the classification of occupational risks that these entail, including risks of physical, chemical, ergonomic type, radiation and prevention in general. In addition to increasing the training of human resources with the highest technology to achieve quality and efficiency and promote the research process primarily directed towards primary health care. The foundations of the bibliographic review in its double condition of logical step and scientific research method are specified and recommendations are offered for its use in the process of construction of the theoretical framework of the same. Agriculture is one of the main axes on which the economy of the country develops, therefore, it is necessary to propose measures after its progress in all areas. Through the literature review it is concluded that the pathologies found at ocular level in people dedicated to agricultural activities are the pterygium, pinguecula; due to the hours of exposure to ultraviolet light, chemical conjunctivitis, in case of contact with toxic agents, and as regards ocular lesions, they are also presented. In addition, primary care protocols are established in cases of chemical risks, with the main recommendation to always use visual protection, and to act quickly and effectively in foreign body situations at the corneal or conjunctival level.

**Keywords:** Occupational optometry, risk prevention, visual health, agronomy, occupational health

## INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en el Plan Salud Ocular Universal: un plan de acción mundial para 2014-2019 tiene como objetivo reducir la discapacidad visual a través de programas que buscan la participación de organismos nacionales e internacionales para capacitar en temas de prevención de discapacidad visual adquirida. Por tanto, es responsabilidad de los profesionales en el cuidado de la salud visual primaria dar a conocer las medidas necesarias para evitar una discapacidad visual, en este caso en riesgos laborales. En los estamentos de la Constitución del Ecuador en el Art. 326, numeral 5 de las Normas Comunitarias Andinas y Convenios Internacionales, con inclusión en las normativas al Código del Trabajo, Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, surge la defensa de los derechos del trabajador y prevención de riesgos laborales a fin de mejorar las condiciones laborales de los trabajadores, disminuir los daños y lesiones a la salud que fueren provocados durante la jornada laboral, mejorar la productividad en base a gestión empresarial con miras preventivas y paliatorias.

Se debe buscar cambiar el concepto de la salud ocupacional como una norma para convertirla en una acción que la organización hace por el bien del trabajador, desarrollando la salud ocupacional como un auténtico valor corporativo manteniendo la ética del mutuo beneficio. Según el Instituto Nacional para la Seguridad y Salud Ocupacional (NIOSH) organismo internacional dedicado a la prevención de accidentes laborales, las personas dedicadas a la agricultura están expuestas a sufrir lesiones mortales y no mortales, enfermedades pulmonares relacionadas con el trabajo, pérdida de la audición debido al ruido, enfermedades de la piel, y ciertos tipos de cáncer asociados con el uso de productos químicos y la exposición prolongada al sol. Además de la exposición a agentes dañinos para su visión que bien pueden ser transitorios o fulminantes que pueden llegar a desencadenar una discapacidad visual si no son tratados a tiempo y por un profesional de la salud.

La optometría ocupacional puede aplicarse en todas las ramas del conocimiento a través de la valoración del impacto de los trastornos oculares y visuales en el rendimiento con la finalidad de mejorar el rendimiento del profesional en su área de trabajo y realizar estándares que permitan la prevención y cuidado de su integridad visual y ocular. Los traumatismos oculares de origen laboral representan el 23% de los traumatismos oculares y son la causa más frecuente de traumatismo ocular frente a otras etiologías: accidentes domésticos (22%), ocio(16%), tráfico (14%), deporte (10%) y agresiones (10%)<sup>4</sup>.

## DESARROLLO

### Riesgos por exposición a la luz ultravioleta

Aunque la luz es necesaria y beneficiosa para numerosas funciones visuales y no visuales, cualquier rayo óptico es potencialmente nocivo para los ojos si es recibido y absorbido por los tejidos oculares en cantidad suficiente como para provocar reacciones fotomecánicas, fototérmicas o fotoquímicas. Una exposición breve a una luz intensa puede provocar rápidamente lesiones mecánicas o térmicas al ojo mientras que una exposición moderada durante un periodo de tiempo prolongado puede ocasionar modificaciones bioquímicas progresivas que desemboquen en la muerte celular. La especificidad del espectro luminoso, en particular los rayos ultravioletas y la luz de alta energía visible se consideran bandas espectrales de alto riesgo para el segmento anterior del ojo y para la retina progresivamente. El extremo rojo del espectro visible (hasta los infrarrojos) genera calor mientras que los fotones de longitudes cortas aceleran el proceso de envejecimiento del ojo ya que se acompañan de fotones de alta energía. Para mantener el equilibrio biológico y evitar trastornos afectivos estacionales es necesaria cierta exposición a la luz azul turquesa, de mayores longitudes de ondas.

### Lesiones oculares más frecuentes en el área laboral

Entre las lesiones oculares que ocurren, al menos el 90% se podrían haber evitado. La lesión ocular es una de las causas más importantes de ceguera monocular en los Estados Unidos, y sólo es aventajada por las cataratas entre las causas más frecuentes de deficiencias visuales en todo el mundo. La mayoría de las lesiones oculares afectan a menores de 30 años (57%). El promedio de edad de las personas que sufren una lesión ocular es de 29 años. Entre las principales causas de lesión ocular se encuentran los productos químicos de uso doméstico, los escombros amontonados en talleres y patios, el ácido que contienen las baterías, la exposición excesiva a la radiación ultravioleta. El 20% de las lesiones oculares está relacionadas con la actividad laboral, y el 95% tiene lugar entre hombres que trabajan en la construcción.

### Trauma ocular

Es la representación más clara de las lesiones oculares. El grado de lesión ocular depende del tamaño, la dureza y la velocidad del objeto contundente, así como de la fuerza que se aplica directamente en el ojo. Entre las complicaciones derivadas del traumatismo contuso se encuentran la fractura orbitaria, contusión orbitaria y palpebral, lesión del iris, rotura del globo ocular, iritis traumática, hemorragia subconjuntival, hifema, hemorragia retinal, vitreorragia, rotura de la coroides, desgarros retinales y desprendimiento de retina. La neuropatía óptica traumática, que provoca daños en el nervio óptico, puede darse también como resultado de un traumatismo craneoencefálico cerrado. La clasificación Internacional de Trauma Ocular vigente, divide todos los traumas oculares en dos grandes grupos:

**GLOBO OCULAR CERRADO.**- La pared ocular no ha sufrido una pérdida en la continuidad de la superficie de espesor total o sólo una de espesor parcial, tomando como pared ocular tanto la córnea como la esclera; dentro de estos traumas cerrados existen 2 tipos.

**Contusión Ocular:** Producida por una contusión directa al ojo, donde existe un mecanismo de presión y contrapresión extremo sin que se produzca una ruptura de la pared ocular.

**Laceración Lamelar:** Donde se produce una alteración de espesor parcial, no total, por un mecanismo de afuera hacia adentro y se especifica el sitio (laceración corneal o escleral).

**GLOBO OCULAR ABIERTO.**- En el cual se produce una pérdida de continuidad en la superficie de la pared ocular de espesor total.

**Ruptura:** Que se producen por el aumento brusco de la presión ocular al ser golpeado el ojo por un objeto romo o contuso, la energía supera la fuerza de cohesión de la pared ocular (estallamiento), abriéndose el globo en donde la pared es más débil, muchas veces sucede a distancia del lugar del impacto, provocando frecuentemente herniación de tejido.

**Laceración:** Completa que puede ser de 3 tipos.

- **Trauma Penetrante:** Aquí la herida se produce mediante un mecanismo de afuera hacia adentro y sólo existe un sitio de entrada, no de salida.

- **Trauma Perforante:** El cual tiene el mecanismo anterior, pero existe tanto un sitio de entrada como de salida.

- **Cuerpo Extraño Intraocular (CEIO):** Que técnicamente en todos los casos es penetrante. Puede llegar a ser perforante, pero por sus peculiaridades en manejo y pronóstico se coloca en un subgrupo aparte.

**ABRASIÓN CORNEAL.-** La abrasión corneal, una de las lesiones oculares más frecuentes, tiene muchas causas diferentes, como arañazos, corte con una hoja de papel y traumatismos por rama de árbol. El traumatismo desgarrar una porción de la capa epitelial de la córnea, rompe las inserciones de las células basales epiteliales en la membrana basal y en la capa de Bowman subyacente. Si no se daña la membrana de Bowman la abrasión cura sin cicatriz, mientras que la formación de una cicatriz es frecuente cuando también se lesiona la capa de Bowman o el estroma subyacente.

**CUERPOS EXTRAÑOS.-** Son el tipo de traumatismo ocular más frecuente y representan alrededor de la mitad de todos los tipos de lesiones. Son de diversa naturaleza, orgánicos y no orgánicos, imantables y no imantables, siendo los metálicos los más frecuentes. En general, son consecuencias de que un individuo no se da cuenta del peligro de una tarea, por ejemplo, cuando se utiliza un martillo, un escoplo o un corta-alambres, o se esmerila un torno. Pueden penetrarse los mecanismos de defensa naturales de ojo y los cuerpos extraños pueden llegar a incrustarse en el globo o pasar a través de la córnea o de la esclerótica y quedar alojados dentro del globo. Los síntomas pueden variar desde apenas malestar o ningún malestar hasta un dolor intenso.

**LESIÓN QUÍMICA.-** La lesión química es una de las pocas urgencias oculares en las que cuentan los minutos. El pronóstico depende del tipo exacto de sustancia química, de su concentración y de la duración de la exposición. La mayoría de estas lesiones ocurren en la industria o en la agricultura, pero también se pueden producir en los hogares o con motivo de agresiones. Es posible que el paciente sufra, además, quemaduras cutáneas graves u otras formas de traumatismo cerrado o penetrante, por ejemplo, en caso de explosión de la batería de un automóvil. Las sustancias químicas producen efectos deletéreos sobre los ojos por el contacto directo con los tejidos oculares externos; estas lesiones constituyen unas de las urgencias oculares más apremiantes. No obstante, no debe olvidarse que las sustancias químicas pueden causar lesiones de las estructuras oculares internas, es decir, la retina y el nervio óptico por absorción sistémica. Los principales grupos de sustancias químicas que producen lesiones y pueden encontrarse en forma de gas, vapor, líquido o sólido son los siguientes: ácidos, alcalis, solventes orgánicos, surfactantes, irritantes y alérgenos.

**Aerosoles Ácidos:** La gravedad de la quemadura depende de la concentración de la sustancia química, la duración de la exposición y el pH de la solución. Los ácidos inorgánicos incluyen el ácido sulfúrico, el ácido nítrico y el ácido clorhídrico. Cuando salpican, estos ácidos pueden quemar los párpados y la cara, aunque por fortuna el reflejo del cierre palpebral es tan rápido que en general el globo ocular no se afecta.

**Álcalis:** El álcali, por otra parte, causa en los casos típicos lesiones más graves. La lejía es el nombre genérico de los alcalis fuertes utilizados en los productos domésticos de limpieza que se encuentra en estos en una concentración no superior al 10 %. Los hidróxidos de sodio y potasio se usan en detergentes, decapantes de pintura, limpiahornos etc. En concentraciones que oscilan entre el 9,5-30 % en los líquidos a un 100% en los de forma sólida.

**Solventes orgánicos:** En diversas industrias se utilizan numerosas sustancias de este tipo, pero raras veces causan una lesión permanente. La exposición a su vapor provoca irritación y si salpica



el ojo como líquidos, se produce una reacción más intensa. Causan queratitis punteada superficial de la córnea y de la conjuntiva. Algunas de las sustancias son cáusticas y pueden penetrar en el estroma, desnaturalizar las proteínas y generar escarificación. Los síntomas subjetivos son fotofobia, lagrimeo y dolor lancinante, dichas molestias son documentadas por los individuos que trabajan con barnices, cuando se utilizan solventes como alcohol, acetona, alcanfor, éter, tolueno, benzol y metilaldehído.

**Surfactante:** Estas sustancias tienen un grupo liposoluble en una terminación de la molécula y un grupo hidrosoluble en la otra. Esta estructura permite que la sustancia disminuya la tensión superficial del agua y vuelva liposolubles materiales miscibles. Se utilizan como detergentes industriales y agentes emulsificadores y causan dematitis de contacto e irritación mucosa.

**Aerosoles:** Los aerosoles muy a menudo se utilizan tanto en los hogares como en la industria. Su nebulización fina puede causar inflamación corneal superficial, conocida como queratitis punteada superficial.

**LESIONES TERMICAS.-** Pueden estar causadas por cuerpos líquidos o gases calientes. Las quemaduras suelen afectar los párpados y no el globo ocular que probablemente habrá sido protegido por el reflejo del parpadeo. El cuadro característico es un notable edema y necrosis de los tejidos. En algunos casos puede ser necesario abrir a la fuerza los párpados para inspeccionar el globo y después proporcionar tratamiento, si es necesario.

**LESIONES ELÉCTRICAS.-** La lesión eléctrica del ojo se produce cuando la corriente pasa a través del área ocular. Los voltajes extremadamente altos (por ejemplo, en caso de fulguración por rayo y los aparatos eléctricos de alta tensión) pueden causar grados variables de lesión en muchas estructuras oculares diferentes. En los casos típicos existen un punto de entrada y otro de salida de la corriente eléctrica, donde esta puede generar temperaturas incluso de 3.000°C. La manifestación patológica más común de la lesión eléctrica es la formación de catarata. En los casos típicos, la catarata es unilateral, en el lado de la lesión eléctrica, pero también puede ser bilateral. Este tipo de catarata es clásicamente subcapsular anterior, pero puede ser subcapsular posterior. Cuando es muy densa se puede eliminar igual que una catarata no traumática.

### **LESIONES POR RADIACIÓN**

**Radiación ionizante:** Cuando el tejido ocular se expone a una radiación ionizante pueden producirse muchos cambios posibles. La sensibilidad de los diversos tejidos oculares dependerá de la actividad miótica de las células, es decir, de la división y el crecimiento, y su capacidad para reparar las lesiones inducidas por la radiación. El ojo fetal es mucho más sensible a la exposición de la radiación que el ojo del adulto. De los tejidos oculares, la conjuntiva, la córnea y el cristalino son los más sensibles, ya que experimentan reproducción constante y en el caso del cristalino, crecimiento durante toda la vida. La radiación ionizante puede tener un efecto directo o indirecto sobre los tejidos. Una acción directa sobre las células puede provocar el desarrollo de anomalías o la muerte celular. Una lesión indirecta puede producirse como consecuencia de la lesión de los vasos sanguíneos conduciendo a una disminución del suministro de sangre a los tejidos. El efecto más frecuente de la exposición a radiación es la formación de cataratas porque el cristalino contiene los tejidos oculares que son más sensibles a este tipo de radiación.

**Radiación no ionizante:** La radiación UV puede actuar sobre el ojo mediante dos mecanismos,

**Directo:** la radiación es absorbida por los cromóforos del tejido.

**Indirecto:** la radiación es absorbida por fármacos foto sensibilizantes u otros preparados.

### **Efectos directos de la radiación UV**

**Córnea-fotoqueratitis.** Las radiaciones UV-B y UV-C son absorbidas por el epitelio corneal, lo que provoca una disminución de la división celular en los casos leves, o en los casos graves, la

muerte completa de las células epiteliales y la pérdida de las células lesionadas. En los casos extremos, puede producirse ulceración corneal.

La acumulación de células lesionadas y exfoliadas en la superficie de la córnea puede actuar como filtro eficaz limitando la dosis de exposición total y filtrando longitudes de onda específicas de la radiación UV. Por desgracia, el ojo no puede crear resistencia a la radiación UV, como lo hace la piel; una exposición tiene un efecto acumulativo en un periodo de 24 horas. Por consiguiente, aunque una sola exposición quizá no sea deletérea, si se repite el efecto acumulativo puede estar por encima del umbral y provocar una lesión epitelial. La eficiencia máxima para la fotoqueratitis experimental ocurre con 288 - 290nm, con un pequeño pico a 254 -260nm. Estos puntos máximos corresponden a la presencia de cromóforos de absorción en la córnea (ácidos nucleicos con 260nm y tirosina y triptófano con 275 - 290nm). Tras la exposición a la radiación UV existe un periodo latente de 6 a 12 horas antes de que se documenten síntomas. Este periodo varía inversamente con la dosis de exposición de la radiación UV, los síntomas experimentados son: a) Una sensación de arena en los ojos, debida a la congestión de los vasos sanguíneos conjuntivales y episclerales, b) Lagrimeo, c) Fotofobia, d) Quemosis, e) Blefarospasmo, f) Eritema.

El proceso general es autolimitado y prácticamente toda la sensación de malestar desaparece al cabo de 48 horas, debido a los mecanismos de reparación del epitelio corneal. La fotoqueratitis es frecuente entre los soldadores, en los que el proceso se denomina (ojo de arco) o (fulguración del soldador). Se considera que la exposición crónica a largo plazo a la radiación UV es parcialmente responsable de otros procesos, a saber, el pterigión, la pinguécula y las queratopatías en banda. Se observa una incidencia significativamente elevada de pinguéculas y pterigion entre los individuos que trabajan al aire libre.

**Cataratas.** El epitelio y el núcleo del cristalino absorben longitudes de onda entre 295 y 400nm, es decir, parte de UV-B y parte de UV-A. Dado que solo las longitudes de onda más cortas serán filtradas por la córnea, el cristalino está constantemente expuesto a longitudes de ondas más largas (entre 295 - 400nm) durante toda la vida. Se ha demostrado que estas longitudes de onda son responsables de la generación de sustancias fluorescentes y de los enlaces cruzados de proteínas asociados con el envejecimiento del cristalino y con la formación de cataratas. Un cristalino joven transmitirá alrededor del 90% de luz incidente superior a 400nm, pero con la edad se reduce la radiación de onda corta transmitida en especial en la región de 300 a 400nm.

### **MEDIDAS DE PREVENCIÓN DE ACCIDENTES OFTÁLMICOS EN EL MEDIO LABORAL**

- Gafas de Protección y Pantallas Faciales, protegen la cara y los ojos de proyecciones de líquido de plaguicida por derrame, salpicaduras o emanaciones de vapores o gases. Algunos plaguicidas pueden tener cierta naturaleza ácida o cáustica, por lo que derrames o salpicaduras pueden suponer graves daños para los ojos y la cara. En el caso de las pantallas faciales, deben cubrir toda la cara.
- Evitar el empañamiento mediante la presencia de orificios que permitan una adecuada ventilación o mediante la presencia de válvulas.
- Si se trata de gafas, éstas deben ajustarse perfectamente a la cara, evitando la entrada de productos contaminantes por cualquier lado de las mismas.

### **CAUSTICACIONES**

Otra condición grave son las causticaciones o quemaduras por líquidos o gases abrasivos. Estos pueden ser ácidos o alcalinos, siendo estos últimos los más graves, pues penetran profundamente en el ojo. El mecanismo más frecuente es el ingreso accidental del líquido en el ojo, al caer bruscamente o al manipular un envase de manera inadecuada. La sustancia más comúnmente involucrada es el cloro o la lejía que se usa en el aseo de baños e industrial. El síntoma inicial es un dolor



penetrante, reducción de la visión, e imposibilidad de abrir el ojo.

Para todas las causticaciones, el tratamiento inmediato es fundamental y consiste en lavar profusamente el ojo con suero fisiológico (o si no se tiene a mano, con agua de la llave), por al menos cinco minutos. La idea es disminuir de cualquier modo la concentración del cáustico.

Las consecuencias de estas lesiones tienden a ser serias, pudiendo llevar a la pérdida de la visión o tratamientos prolongados y varias cirugías.

Por supuesto, la prevención es importante, mediante el uso de lentes de protección para los trabajadores en contacto con estas sustancias y que estos estén instruidos claramente en la manipulación de las mismas. También es fundamental que el personal conozca las medidas de tratamiento inicial, pues el futuro del ojo se juega en los primeros minutos de tratamiento.

### **QUEMADURAS TÉRMICAS**

El reflejo de parpadeo o reflejo palpebral suele hacer que el ojo se cierre en respuesta a un estímulo térmico. Es por esto que las quemaduras térmicas tienden a afectar el párpado más que la conjuntiva o la córnea. Las quemaduras palpebrales deben limpiarse con abundante solución salina isotónica estéril seguida de la aplicación de una pomada antimicrobiana (p. ej., bacitracina, 2 veces al día). La mayoría de las quemaduras que afectan la conjuntiva o la córnea son leves y cicatrizan sin secuelas significativas. Ellos son tratados con analgésicos orales (paracetamol con o sin oxicodona), midriáticos ciclopéjicos (p. ej., homatropina al 5% cuatro veces al día), y antibióticos oftálmicos tópicos (p. ej., bacitracina/polimixina B pomada o ciprofloxacina al 0,3% en pomada cuatro veces al día durante 3 a 5 días).

### **QUEMADURAS QUÍMICAS**

Las quemaduras de la córnea y la conjuntiva pueden ser graves, en especial cuando están involucrados un ácido o un álcali fuerte. Las quemaduras alcalinas tienden a ser más graves que las quemaduras de ácido.

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- La intervención oportuna desde fases tempranas garantizara un trabajador sano para evitar bajas laborales, por lo tanto, los servicios deben ser accesibles, y con equipos de salud en vigilancia oftalmológica, con la habilidad de mantener una efectiva coordinación para actuar de forma inmediata ante las necesidades de salud.
- Evitar cualquier tipo de automedicación.
- La frecuencia de trastornos refractivos visuales es alta en la población evaluada teniendo en cuenta la gran demanda visual de las labores desempeñadas, si existen defectos refractivos mal corregidos o no corregidos, con el esfuerzo visual, estos tienden a aumentar en magnitud y sintomatología. Lo cual explicaría el aumento en número de reportes de sintomatología ocular a través del lapso de tiempo estudiado.
- El mecanismo que más frecuentemente causa lesiones oculares es la proyección de partículas no metálicas que, mayormente, causa cuerpo extraño superficial o, a lo sumo, erosión o úlcera corneal. En segundo lugar en frecuencia los ojos de los trabajadores se lesionan por proyección de partículas metálicas que, además de las lesiones antedichas, pueden producir perforación (aunque con baja incidencia). Le sigue en frecuencia el mecanismo lesional "contusión con objetos" que puede producir un gran abanico de lesiones desde banales o superficiales a muy graves (afortunadamente poco frecuentes). Por último, los ojos se lesionan por salpicaduras de líquidos, de diversa índole, la más frecuente por detergentes. Las salpicaduras suelen producir lesiones conjuntivales o, a lo sumo, corneales pero cabe recordar que las salpicaduras por álcalis pueden tener consecuencias nefastas a posteriori por afectación más profunda. Es importantísimo el lavado profuso desde el principio en todas las salpicaduras.
- Las lesiones que se producen en los ojos de los agricultores, son, mayormente, de carácter leve y predomina la erosión/ulcera corneal, la afectación conjuntival (conjuntivitis, irritaciones, hipos



fagmas, equímosis), y son menos frecuentes las perforaciones, los hipemas contusionales las heridas superficiales y el desprendimiento de retina.

## BIBLIOGRAFÍA

- Plan Salud Ocular Universal: Plan de Acción Mundial para 2014-2019. Organización mundial de la salud, 2013.
- Constitución de la República del Ecuador, 2008
- Instituto Nacional para la Seguridad y Salud Ocupacional (NIOSH)
- Patología oftálmica en el medio laboral. Ergooftalmología: Pedro Gómez Villa, Antoni Ladaria Lliteras. Centro Asistencial Asepeyo Manacor (Mallorca) 2010. Encontrado en: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/7101/1/PATOLOGIA%20OFTALMICA.pdf>
- Gil del Río E: La protección del ojo y prevención de accidentes. Bilbao:Ed. Astoreca, 1983.
- Paton D, Goldberg MF: Tratamiento de los traumatismos oculares. Barcelona: Ed. Jims, 2001.
- MacKenzie Freeman H: Traumatismo ocular. México D.F.: Ed. El Manual Moderno, 2003.
- Maximino Morando N: Accidentalidad Laboral Oftalmológica. An. Soc. Esp. Ergooftalmol. 2009; 1-2.
- Mir Fullana F, Ouziel Martínez LI: Lesiones oculares en los trabajadores de pared seca (margers) de Mallorca. An. Soc. Esp. Ergooftalmol. 1999; 1-2.
- Bonafonte S, Muiños A, Martínez O: Esquemas Clínico-visuales en Oftalmología. Barcelona. Ed. Doyma, 2013.
- Shingleton B, Hersh P, Kenyon K: Traumatismos oculares. Barcelona: Ed. Mosby, 2014.
- Guía orientativa de selección de EPI oculares y faciales. Madrid: Ed. Mº de Trabajo y Asuntos Sociales. 2005.
- García Sánchez J, Miralles de Imperial J, Pastor Jimeno J C, Zato Gómez de Liaño M. Guiones de Oftalmología. Valladolid. Secretariado de Publicaciones Universidad de Valladolid, 2015.
- Moreno Cantero F, Facúndez Vargas M.A. Traumatismos Oculares: aspectos medicolegales. Cuadernos de Medicina Forense, nº 29. junio 2002.
- Lang Gerard K. Oftalmología. Texto y Atlas en color. 2ª edición. Ed. Masson. 2006 Barcelona.
- Diéguez Millán, JM, Montañés Campos, FJ, Urgencias de Oftalmología. Formació mèdica continuada. Col.legi Oficial de Metges Illes Balears. 2007
- Lennox A.Webb. Manual de urgencias oftalmológicas. Elsevier España 2005
- José María Ruiz Moreno. Oftalmología en Atención Primaria. Editorial Glosa 2005. Barcelona
- Bengoá González A. Gutierrez Díaz E. Perez Blázquez E. Atlas de Urgencias en Oftalmología. Editorial Glosa. 2003.
- Kanski Jack J. Oftalmología Clínica. Edit Doyma. Barcelona 1987. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662010000400016](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662010000400016)
- Marshall J. La fototoxicidad: Comprender los riesgos para la vista. Points de Vue. 2014;71:10-4
- Barrau C, Cohen T, Villette T. Un nuevo reto científico: la prevención personalizada del riesgo. Points de Vue. 2014;71:15-22
- Kerkenezov N. A pterigium survery of the far north coast of New South Wales. Trans Ophthalmol Soc Aust. 1956;16:110-9
- Coroneo M. Ultraviolet radiation and the anterior eye. Eye Contact Lens. 2011;37(4):214-24
- Noell WK, Walker VS, Kang BS, Berman S. Retinal damage by light in rats. Invest Ophthalmol. 1966;5(5):450-73
- Ivan Norren D, Gorgels TG. The action spectrum of photochemical damage to the retina: a Review of monochromatic threshold data. Photochem Photobiol. 2011;87(4):747-53
- Davies S, Elliott MH, Floor E, Truscott TG, Zareba M, Sarna T, et al. Photocytotoxicity of lipofuscin in human retinal pigment epithelial cells. Free Radic Biol Med. 2001;31(2):256-65
- Kim SR, Nakanishi K, Itagaki Y, Sparrow JR. Photooxidation of A2- PE, a photoreceptor outer segment fluorope, and protection by lutein and zeaxanthin. Exp Eye Res. 2006;82(5):828-39
- Boveris A, Navarro A. Brain mitochondrial dysfunction in again. IUBMB Life. 2008;60(5):308-14
- Osborne NN, Kamalden TA, Majid AS, del Olmo Aguado S, Manso A. Light effects on mitochondrial photosensitizers in relation to retinal degeneration. Neurochem Res. 2010;35(12):2027-34



- Andre B, Beckanhan R, Chou BR, Gutstein W, Sliney D, Thomas R, Tsubota K. ¿Qué papel debería jugar la ciencia y/o la práctica clínica en la prevención de los problemas oculares causados por los rayos ultravioletas y la luz azul violeta?. *Points de Vue*. 2014;71:8-9
- Parker RL. Medicina aplicada a las lentes: La importancia del bloqueo de los rayos ultravioletas y la luz azul. *Points de Vue*. 2014;71:66-9
- Martinsons C. Health effects of LEDs and SSL. Sydney: SPARC; 2015
- Jaadane I, Boulenguez P, Chahory S, Carré S, Savoldelli M, Jonet L, et al. Retinal damage induced by commercial light emitting diodes (LEDs). *Free Radical Biology and Medicine*. 2015;84:373-84
- Behar-Cohen F, Martinsons C, Viénot F, Zissis G, Barlier-Salsi A, Cesarini JP, et al. Light-emitting diodes (LED) for domestic lighting: any risks for the eye?. *Prog Retin Eye Res*. 2011;30(4):239-57
- Ministerio de Salud. Guía Clínica: Trauma ocular grave. Santiago: Minsal; 2009
- Sánchez R, Pivcevic D, León A, Ojeda M. Trauma ocular. *Cuad. Cir*. 2008;22:91-7
- Pilar Sureda Martínez, Riesgos específicos y su prevención en el sector correspondiente a la actividad de la empresa 2014
- Acercamiento ergonómico a la salud laboral en la agricultura y en las industrias agroalimentarias (Martín Ochotorena, a. G.; Ana Gloria Martín Ochotorena. En: la mutua. 2007, n. 17)
- Enfermedades y lesiones oculares en el trabajo, Dr. Alejandro Lutz, Oftalmólogo, Clínica Las Condes. 2018
- Quemaduras en los ojos: Kathryn Colby, MD, PhD, Louis Block Professor and Chair, Department of Ophthalmology & Visual Science, University of Chicago School of Medicine 2017
- Greven CM, Engelbrecht NE, Slusher MM, Nagy SS. Intraocular foreign bodies. *Ophthalmology* 2000; 107: 608-612.
- Lakits A, Prokesch R, Scholda C, Bankier A, Weninger F, Imhof H. Multiplanar imaging in the preoperative assessment of metallic intraocular foreign bodies. Helical computed tomography versus conventional computed tomography. *Ophthalmology* 1998; 105: 1679-1685.
- Jonas JB, Knorr HL, Budde WM. Prognostic factors in ocular injuries caused by intraocular or retrobulbar foreign bodies. *Ophthalmology* 2000; 107: 823-828.
- Ta CN, Bowman RW, Hyphema caused by a metallic intraocular foreign body during magnetic resonance imaging. *Am J Ophthalmol*, 2000; 129, 533-534.
- Barash D, Goldenberg-Cohen N, Tzadok D, Lifshitz T, Yassur Y, Weinberger D. Ultrasound biomicroscopic detection of anterior ocular segment foreign body after trauma. *Am J Ophthalmol* 1998; 126: 197-202.
- Lakits A, Steiner E, Scholda C, Kontrus M. Evaluation of intraocular foreign bodies by spiral computed tomography and multiplanar reconstruction. *Ophthalmology* 1998; 105: 307-312.
- Dass AB, Ferrone PJ, Chu YR, Esposito M, Gray L. Sensitivity of spiral computed tomography scanning for detecting intraocular foreign bodies. *Ophthalmology* 2001; 108: 2326-2328.
- Jonas JB, Budde WM. Early versus late removal of retained intraocular foreign bodies. *Retina* 1999; 19: 193-197. [ ]
- Gopal L, Banker AS, Deb N, Badrinath SS, Sharma T, Parikh SN et al. Management of glass intraocular foreign bodies. *Retina*, 1998; 18: 213-220.

## ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA PROMOCIONAR PRODUCTOS A PARTIR DE LAS CAMPAÑAS DE MAILING

Cristian Eduardo Medranda Vera<sup>1</sup>, cristian.medranda@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro "Extensión Bahía de Caráquez"  
Jonny Iván Delgado Muñoz<sup>2</sup>, ivandelgado96@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro "Extensión Bahía de Caráquez"  
Lilia Moncerrate Villacis Zambrano<sup>3</sup>, liviza@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro "Extensión Bahía de Caráquez"

### RESUMEN

El propósito del presente estudio fue visualizar las estrategias de comunicación digital para promocionar productos a partir de las campañas de mailing con la finalidad de detectar el nivel de aceptación y hasta qué punto llega el usuario a visualizar el contenido, cuál es el índice más bajo en el cual no existe interacción. También se identifican las zonas que mayor atención reciben por parte de los usuarios; siendo conscientes sobre qué zonas se debe prestar más atención frente a otras zonas grises a fin de contar con características que permitan conocer que atrae a los usuarios que reciben información de productos o servicios a través de emails. Normalmente la interacción de los mismos suele pasar desapercibida; las campañas de mailing ayudan con información de alta relevancia para aportar contenido adecuado que llame la atención de sus usuarios. La investigación de carácter teórico está fundamentada en la metodología y técnica Feurson referida a la herramienta de marketing digital "GetResponse", donde se analizó sus funcionalidades, Además, se determinaron los resultados y se midió la interacción del usuario, siendo la guía para mejorar las experiencias de los internautas en la realización de campañas a través de mails, evitando así fallos y optimizando la experiencia de los usuarios.

**Palabras claves:** Marketing Digital, optimizar, sistemática, interacción.

### SUMMARY

The purpose of the present study was to visualize the digital communication strategies to promote products from the mailing campaigns in order to detect the level of acceptance and to what extent the user arrives to visualize the content, which is the lowest index in which there is no interaction. It also identifies the areas that receive the most attention from users; Being aware of which areas should pay more attention to other gray areas in order to have features that allow knowing that attracts users who receive information about products or services through emails. Normally the interaction of them usually goes unnoticed; the mailing campaigns help with highly relevant information to provide adequate content that draws the attention of its users. The research of a theoretical nature is based on the Feurson methodology and technique referred to the digital marketing tool "GetResponse", where its functionalities were analyzed. In addition, the results were determined and the interaction of the user was measured, being the guide to improve the experiences of Internet users in conducting campaigns through mails, thus avoiding failures and optimizing the user experience.

**Keywords:** Digital Marketing, optimize, systematics, interaction

### INTRODUCCIÓN

Para Porter (2012) la capacidad innovadora toma gran importancia en la época actual para muchas organizaciones como elemento diferencial de competitividad. Los empresarios de medianos y pequeños negocios habitualmente enfocan su preocupación en las ventas, dejando casi aislada la importancia del marketing en las mismas. Las pymes deben considerar que la inteligencia de mercado proyecta resultados que permiten conocer lo que el cliente actual y potencial desea; partiendo de un estudio de mercado se pueden proponer estrategias que generen ventajas competitivas superiores a la competencia.

Desde el punto de vista de (Marketing FCA, 2009). «lo virtual es real y lo real es también virtual» Existe una sociedad moderna en la que lo real y lo virtual, lo analógico y lo digital, conviven y se

mezclan generando una nueva realidad: mundo digital, donde se puede estar conectado en todo momento y en cualquier lugar. En ese novedoso universo, emerge y se desarrolla imparablemente el llamado Marketing digital. El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales, todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas.

Para (Gómez, 2018), las herramientas de marketing digital abren un mundo de posibilidades a la hora de realizar mediciones para optimizar y definir adecuadamente las estrategias y tácticas; las principales ventajas diferenciales respecto al marketing tradicional es la capacidad de medición que tiene por medio de métricas, es decir, da la posibilidad de medirlo todo. Por otra parte (QuestionPro, 2018), el e-marketing tiene como objetivo promover las ventas, centrándose en la interacción con los clientes potenciales, la fidelidad de los clientes adquirida y la investigación del consumidor. Esta estrategia es crucial para compañías en desarrollo, pero no todas cuentan con la capacidad de contratar a los expertos en áreas tan importantes como SEO, publicidad online, e-commerce, entre otros, es por ello que muchos empresarios y emprendedores aprenden acerca de estas áreas de manera online.

Según Kotler y Keller (2012) y la American Marketing Association el “marketing es la actividad o grupo de entidades y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y sociedad en general”. Castilla y León (2012). Argumentan que “el marketing digital consiste en usar las tecnologías de la información basadas en Internet y todos los dispositivos que permitan su acceso para realizar comunicación, con intención comercial entre una empresa y sus clientes”.

Según (Gómez, 2018), económicamente, el marketing en línea requiere menos presupuesto para campañas de publicidad. Mediante el uso de las redes sociales, las PYMES pueden explotar la segmentación digital local y ampliarla a escala global. En este último caso, no es, por ejemplo, la creación de sitios multilingües. Esta estrategia resulta hasta que la barrera del idioma se convierte en un obstáculo para la venta. Sin embargo, todos los aspectos de la técnica de ventas deben ser considerados cuidadosamente.

La ubicación de la bandeja de entrada de correo electrónico cae por debajo del 80% en todo el mundo. El 21% de los mensajes comerciales legítimos desaparecieron o fueron enviados al correo no deseado, según un estudio reciente del (Return Path, 2015), el 79% de los mensajes de marketing por correo electrónico autorizados llegaron a las bandejas de entrada de los consumidores, el resto se entregó a carpetas de spam o no se entregó en absoluto. Esto representa un descenso con respecto a 2014, cuando el 83% del correo electrónico comercial llegó a la bandeja de entrada en todo el mundo.

Los comercializadores de correo electrónico en los EE. UU. Obtuvieron resultados aún peores que el promedio mundial, llegando a las bandejas de entrada de sus suscriptores solo el 76% del tiempo. Solo un país incluido en el estudio, Brasil, representó un desafío de comercialización por correo electrónico más difícil, con el 74% de los mensajes llegando a las bandejas de entrada de los consumidores brasileños. A nivel mundial, varias industrias altamente dependientes del correo electrónico resistieron la tendencia de colocación de bandeja de entrada deficiente este año: mensajes de marcas en los sectores de indumentaria (92%), alimentos y bebidas (93%), hotelería (87%) y viajes (85%) llegó a los consumidores de manera más confiable que otros. Mientras tanto, los mensajes de los medios y el entretenimiento (73%) y las telecomunicaciones (74%) remitentes tenían menos probabilidades de alcanzar sus objetivos. (Return Path, 2015)

## MATERIALES Y MÉTODOS

Según (Macizo, 2004), la herramienta de marketing digital para promocionar productos o servicios mediante campañas de mailing se apoya básicamente en algunos métodos; el análisis y síntesis se refiere a dos actividades complementarias en el estudio de realidades complejas. La presente investigación pretende sintetizar y analizar mediante el resultado brindado por GetResponse, el cual brinda estadísticas sobre cuantos usuarios abrieron los mail, quien envió el mail a la bandeja de correos no deseados, quejas por parte de los internautas, comentarios emitidos ya sean positivos o negativos, veces que se compartió el contenido en plataformas de social media, información para la toma de decisiones al momento de crear campañas y boletines.

Por otro lado (Cabrera, 1987) manifiesta que inducción y deducción es un procedimiento de inferencia que se basa en la lógica para emitir su razonamiento; su principal aplicación se relaciona de un modo especial con las matemáticas puras. El método de inducción-deducción se utiliza con hechos particulares, siendo deductivo en un sentido, de lo general a lo particular, e inductivo en sentido contrario, de lo particular a lo general. Por lo tanto, las estadísticas que brinda el mapa de calor son el punto de referencia que induce a pensar en ciertas ideas de que es lo que desea el usuario; en otras palabras, mediante el aporte numérico de esta herramienta se puede deducir las acciones más apropiadas para conseguir mejores resultados.

La Observación científica que según (Sabino, 2014) consiste en la percepción directa del objeto de investigación y de los fenómenos asociados a éste; resulta una forma de acceder a la información directa e inmediata sobre el proceso, fenómeno u objeto investigado, es por esto que se debe examinar directamente el indicativo esencial para obtener una información realmente útil en la aplicación de GetResponse, conforme a un plan determinado y recopilando los datos en una forma sistemática, para apreciar y analizar la situación.

Para la realización de esta investigación se aplicaron los siguientes instrumentos:

Lectura científica: Como fuente de información bibliográfica para la conceptualización de un estudio referencial reuniendo aportaciones de diversos autores y el análisis de técnicas que permitan evaluar la aplicación de la plataforma.

Herramientas: Se empleó la herramienta GetResponse para demostrar su utilidad, eficacia y eficiencia dentro las campañas de mailing al momento que ingresan en las páginas web o blog, con la finalidad de capturar información de los usuarios, entre la información recopilada como: correos electrónicos, nombres, fechas de nacimiento, residencia.

## RESULTADOS

**Fase 1.** En lo que corresponde a revisión bibliográfica se valoraron diferentes estudios en los que se aplican la herramienta de marketing digital para realizar campañas de mailing, entre los cuales se puede citar: Métodos inductivo y deductivo.

Para (Lafuente Ibáñez, 2008) el método inductivo “consiste en crear enunciados generales a partir de la experiencia, comenzando con la observación de un fenómeno y revisando repetidamente fenómenos comparables, para establecer por inferencia leyes de carácter universal”, por otro lado (Abreu, 2014) deduce que “mediante este método se observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta o ley científica de índole general”, a su vez (Marsh, 1997) aclara que “el método inductivo proceden de la observación empírica y de la búsqueda de modelos y generalizaciones”.

Según (Dávila Newman, 2006) menciona que el método deductivo “es un sistema para organizar hechos conocidos y extraer conclusiones, lo cual se logra mediante una serie de enunciados que reciben el nombre de silogismos”, por su parte (Vargas, 1999) basándose en Descartes señala

que es el “razonamiento que nos lleva de lo general a lo particular, de lo complejo a lo simple, muestra como un principio general (ley), descansa en un grupo de hechos que son los que los constituyen como un todo”, además (Pita Fernández, 2002) indica que “está asociado frecuentemente con la investigación cuantitativa” es por esta razón que extraen y analizan información sobre las variables, que a su vez es una fuente de análisis representativa para su posterior toma de decisiones.

**Fase 2.** Para esta se utilizó el método análisis síntesis para empezar a detallar los atributos que evalúa el instrumento antes mencionado.

### **Creación de newsletter:**

1. Ir a a la barra y escoja la opción “contactos”, e ingrese los contactos según las especificaciones que nos da a elegir la plataforma.
2. Ir a a la barra y escoja la opción “email marketing”
3. En la nueva ventana dar clic en “crear newsletter”
4. En la nueva ventana ir a la opción “editor de email”
5. Escoja la lista de contactos que cargo a la plataforma y llene el formulario según sus indicaciones
6. En la siguiente opción elija los modelos predestinados según su actividad, restaurants, finanzas, educación, etc.
7. En la siguiente ventana aparecerá una vista previa del modelo tanto móvil como para pc, en la vista previa de pc se debe editar todo el contenido del modelo por contenido propio, respetando los derechos de autor; dado que al infringir esta norma no podrá permitir la publicación debido a que solo se permite el 5% de plagio.
8. Al finalizar la edición del modelo en la parte inferior de la pantalla dele clic en guardar como y elija la opción modelo para poder continuar y a su vez guardar los cambios en su cuenta.
9. En la siguiente venta elija la lista de sus contactos
10. A continuación, podrá programar los emails o enviar en el momento la información
11. Ultimo paso dar clic en enviar

### **¿Qué es un Autoresponder?**

Una secuencia autoresponder consiste en una serie de correos que se envían de forma automática si se cumple una condición establecida previamente. Por ejemplo, después de darse de alta un suscriptor en nuestra lista de correo, se puede enviar una serie de correos como la siguiente:

- Confirmación de suscripción
- Bienvenida-
- Quiénes somos
- Lo que dicen de nosotros
- Oferta con descuento
- Crear un autoresponder con GetResponse

**Autoresponders basados en tiempo.-** Permiten configurar un mensaje automatizado para ser entregado a cada suscriptor en un tiempo específico tras su suscripción.

### **Condiciones, Acciones y Filtros**

GetResponse basa sus flujos de trabajo en tres tipos de elementos: condiciones, acciones y filtros. Estos elementos se combinan entre sí para crear flujos de trabajo que guíen al suscriptor a través de su experiencia con su negocio online. Lo primero que se necesitará para crear su autoresponder es definir una condición.

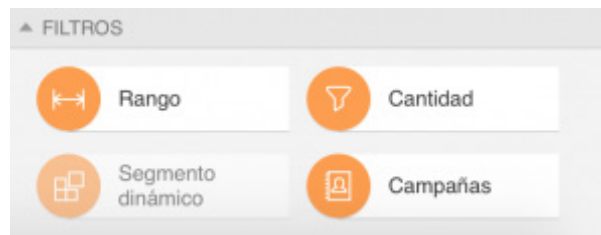
De esta manera, cuando se dé esta condición se ejecutará el flujo de correos de la secuencia autoresponder que se defina.



Se puede tener una o varias condiciones para un mismo autoresponder, las acciones son elementos que definen lo que ocurre cuando se da una condición. Por ejemplo, mandar un email de bienvenida cuando se tiene un nuevo suscriptor. En la siguiente imagen se puede ver los tipos de acciones existentes:

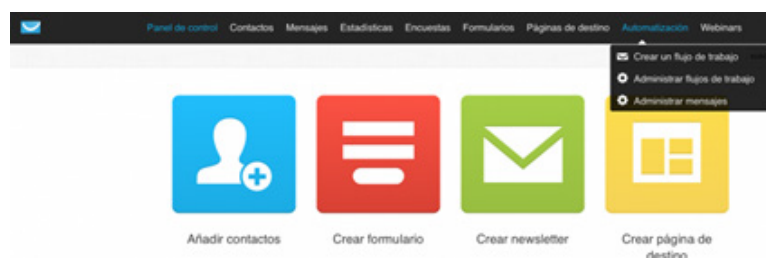


Los filtros permiten crear segmentos de suscriptores. Por ejemplo, se puede enviar un cupón de descuento a los 100 primeros suscriptores. Los tipos de filtros que se pueden utilizar en GetResponse son los siguientes:



### ¿Cómo se crea un Autoresponder?

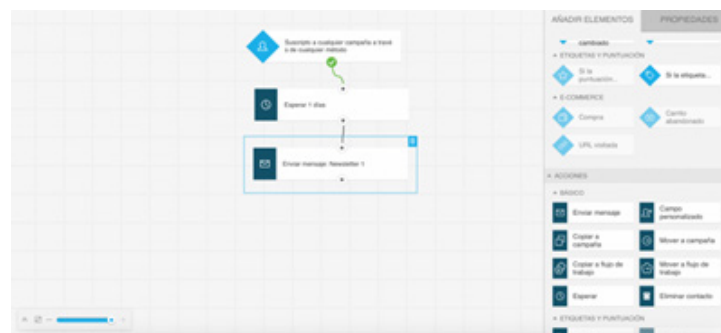
Para crear un autoresponder, se debe ir a automatización en el menú superior del Panel de Control y seleccionar crear un flujo de trabajo en el menú desplegable que aparece.



A continuación se ingresa el nombre de nuestro autoresponder y se elige entre las 6 condiciones que GetReponse permite para empezar el flujo de trabajo. En esta ocasión se va a elegir la condición se suscribe; en esta condición es importante recordar que la suscripción sólo se produce cuando el suscriptor ha confirmado la suscripción, el uso del doble opt-in es obligatorio para la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá; al hacer clic en la opción Se suscribe, se abre el editor, en la parte izquierda de la pantalla existen unas cuadrículas que son el espacio de trabajo, a la derecha se encuentra el menú de edición. Es desde este menú donde se añadirá arrastrando y soltando con el ratón, las acciones que se desean ir realizando en la secuencia autoresponder.



Para el presente ejemplo, se elegirá la opción Esperar y se edita el tiempo que el usuario está dispuesto que pase entre la suscripción y este primer mensaje; a continuación, se selecciona la acción Enviar Mensaje, con los tres elementos sobre el espacio de trabajo, se une las tres cajas de acción y finalmente se obtiene el primer mensaje configurado; para unir los distintos elementos del autoresponder, se debe hacer clic sobre el círculo inferior que hay en la caja del primer elemento que se desea unir sin soltar el clic del ratón se arrastra hasta el elemento que se desea relacionar. A continuación, en la imagen se mostrará el resultado.



Si se repite el proceso de integrar las acciones Esperar y Enviar Mensaje se puede prolongar su secuencia las veces que se necesite. En el ejemplo se ha incluido dos acciones más.



### ¿Gestionar un Autoresponder con Getresponse?

Para acceder a los autoresponders que se han creado se debe ir al menú automatización, administrar flujos de trabajo, en la pantalla que se presentará se encontrarán todos los flujos de trabajo que se han creado, luego se elige el que se desea gestionar y se podrá editar, copiar o eliminar; el objetivo está en crear un ciclo de autorrespuesta atractivo, en otras palabras hacer que cada mensaje sea más informativo que el anterior, dando a conocer gradualmente a sus suscriptores características de su empresa y los beneficios de su oferta. Ejemplo:

**Día 1:** Email de bienvenida.

**Día 2:** Introducción de tu oferta

**Día 4:** Información sobre cómo usar tu producto (por ejemplo, un tutorial).

**Día 6:** Consejos de usuarios para obtener el máximo beneficio de su producto.

**Día 8:** Preguntas más frecuentes e información de soporte de cliente.

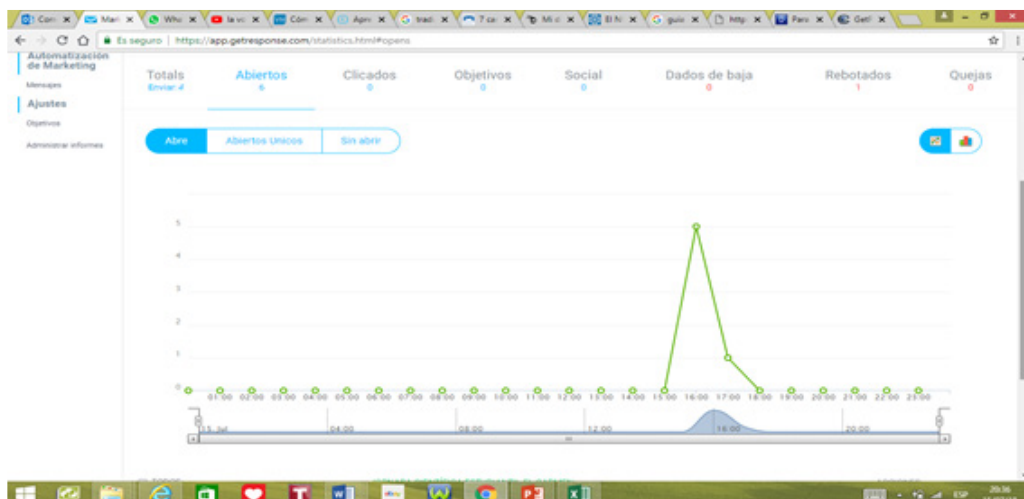
**Día 10:** "La prueba social": una historia de éxito de alguno de tus clientes.

**Día 12:** Mensaje de cierre invitando a más contactos.

### ¿QUÉ ES GETRESPONSE?

Según (Comunicación, 2013) GetResponse es una plataforma de Email Marketing que ayuda a crear campañas de correo y gestionarlas de una manera sencilla. GetResponse permite crear listas de correo de los visitantes de tu blog, página web o negocio ayudando a desarrollar relaciones sólidas con ellos a través del correo electrónico. Se puede utilizar el autoresponder con distintos objetivos, por ejemplo: enviar cartas de venta, informar de productos y servicios, entregar manuales gratuitos, enviar newsletter o noticiarios, dar la bienvenida a los nuevos suscriptores en el momento que se registran en nuestra lista de correos, etc. Realizar esto manualmente no es posible, para ello es necesario un autorespondedor. Un autoresponder como GetResponse es muy importante si se quiere estar en contacto permanente con tus lectores o futuros clientes. Desde el momento que quieras ganar dinero con tu blog o página web necesitarás un autorespondedor para no perder de vista a tus visitantes y poder mandarles información sobre tus productos cada cierto tiempo. Para (Muro, 2016) el marketing ha sido objeto de mucha revolución en la vida social y en la era de la información actual, el marketing online no es todavía un campo totalmente explotado. Por lo tanto, es importante que las empresas se den cuenta de que tarde o temprano tienen que actualizarse y utilizar herramientas como el GetResponse. Los departamentos de marketing de las pequeñas y medianas empresas están utilizando plataformas de automatización como Getresponse. Esto implica el uso de los canales en línea para la comercialización, tales como las redes sociales y sitios web etc.

**Fase 3:** Se aplico la plataforma en una base de datos de correos de estudiantes de la Uleam, como se puede observar en la imagen:





Se obtuvo una inmediata reacción por parte de los usuarios equivalente 100%, con una interacción de 150%, es decir 4 usuarios recibieron el correo, pero este se apertura 6 veces; se obtuvo interacción entre las 15h00 y 18h00 aproximadamente con un tiempo promedio de 3 horas aproximadamente.

## DISCUSIÓN

En este estudio se menciona la relevancia de medir las acciones que realizan los usuarios cuando se lleva a efecto las campañas de mailing para poder controlar y administrar de manera adecuada las mismas; es importante conocer el horario en el cual se pueden enviar email y que tipo de reacción tienen los internautas con el mismo, es decir, si el correo fue de interés para ellos o simplemente lo enviaron a la bandeja de correos no deseados e incluso si este fue compartido por las diferentes redes sociales; se puede considerar el presente estudio como objeto de referencia para hacer un benchmarking. La presente investigación se fundamenta en fuentes bibliográficas de artículos del internet, libros, revistas, entre otras fuentes que permiten desarrollar la investigación.

## CONCLUSIONES

1. Se puede realizar segmentaciones básicas que se pueden implementar, como compradores vs no compradores puesto que la plataforma refleja toda la actividad que el internauta hace con el email.
2. Una campaña de email puede estar formada por emails diversos, es decir, se puede crear un email para cada segmento del mercado.
3. La prueba gratuita tiene la capacidad para 1000 email durante 1 mes, luego de esto se debe pagar la suscripción del mismo con un valor que oscila entre 15 dólares en adelante.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adisar Consulting. (2014). Definición de la estrategia digital, empresas de internet y negocios digitales. ADISAR CONSULTING.
- Andrade, D. (2015). Aplicaciones digitales con Software libre para City
- Ardila, I. (2016). Publicidad & Mercadeo. Recuperado de: <http://www.revistapym.com.co/destacados/radiografia-mercado-movil-atinoamerica-2014>
- Branding Valledupar
- Capurro, D. (2006). (s.t.) Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/>: <http://www.lanacion.com.ar/815713-las-ciudades-quieren-convertirse-en-marcas>
- Castrejon, R. (2016). América Latina Bussines Review.
- Comunicación, M. S. (29 de Marzo de 2013). Negocios en Internet Rentables. Obtenido de Negocios en Internet Rentables: <http://www.negocioseninternetrentables.com/que-es-getresponse-autoresponder-y-para-que-sirve-review/>
- Kotler y Keller. (2012). Dirección de marketing. México: Pearson.
- Lipúzcoa, J. (19 de Abril de 2016). Digital Menta. Obtenido de Digital Menta: <https://www.digitalmenta.com/blog/introduccion-a-hotjar-analiza-el-comportamiento-de-tus-usuarios/>
- Lipúzcoa, J. (19 de Abril de 2016). Digital Menta. Obtenido de Digital Menta: <https://www.digitalmenta.com/blog/introduccion-a-hotjar-analiza-el-comportamiento-de-tus-usuarios/>
- Muro, F. (3 de Octubre de 2016). Fernandomurolalibertaddemomo. Obtenido de Fernandomurolalibertaddemomo: <https://lalibertademomo.es/que-es-getresponse/>
- Porter, M. (2012). Expogestión. Barranquilla, Colombia
- Return Path. (13 de octubre de 2015). Obtenido de Return Path: <https://returnpath.com/newsroom/email-marketing-inbox-placement-dips-80-globally/>
- Vargas, A. (1999). Metodología de la Investigación. México.: Spanta.

## CEMENTERIO DE TORTUGAS, TOROTORO GEOPARQUE ANDINO (POTOSÍ, BOLIVIA): ESTUDIO DE CASO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA INVESTIGACIÓN Y TURISMO SOSTENIBLE (CONFERENCIA)

Enrique Richard<sup>1</sup>, chelonos@gmail.com, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí MFL Manabí, Ecuador  
Denise Ilcen Contreras Zapata<sup>2</sup>, dennycz@gmail.com, Universidad Mayor de San Andrés La Paz, Bolivia

### RESUMEN

A los fines de que la universidad latinoamericana se integre al resto de las universidades del mundo incluyó ipso facto la investigación como una obligación de la función docente, al margen de un proceso de concientización que permita visualizar la importancia de la misma como parte de las funciones sustantivas propias de la universidad y de su función como motor de desarrollo social, nacional y regional. El turismo sustentable basa su sustentabilidad en el uso del interés sin tocar el capital (=patrimonio) maximizando las ganancias de dicho capital. El caso del "Cementerio de Tortugas", un sitio emblemático del Torotoro Geoparque Andino (Potosí, Bolivia) ilustra todo ello. Este sitio patrimonial que fuera una importante fuente de ingresos para la comunidad del lugar, fue saqueado sistemáticamente en la última década. Como consecuencia, en el año 2017 ya no daba ingreso alguno a la comunidad. Un duro aprendizaje de sostenibilidad del recurso turístico. Actualmente, la Fundación MGC ha realizado una estrategia de investigación en un contexto de responsabilidad social y la rehabilitación del sitio, que incluyó una capacitación a la comunidad y la concientización de la importancia del patrimonio. En esta conferencia se relata todo el proceso desde la investigación y cómo aplicada esta con responsabilidad social conduce a la sustentabilidad de la actividad turística y desarrollo de las comunidades originarias.

**Palabras claves:** Investigación, responsabilidad social, turismo sostenible, Torotoro, Bolivia

### ABSTRACT

In order for the Latin American university to integrate with the rest of the universities of the world, it ipso facto included research as an obligation of the teaching function, regardless of a process of awareness that allows to visualize the importance of it as part of the substantive functions proper to the university and its function as an engine of social, national and regional development. Sustainable tourism just bases its sustainability on the use of interest without touching the capital (= heritage) maximizing the profits of said capital. The case of the "Cementerio de Tortugas", an emblematic site of the Torotoro Andean Geopark (Potosí, Bolivia) illustrates all this. This heritage site, which was an important source of income for the local community, was systematically plundered in the last decade. As a result, in 2017 it no longer gave any income to the community. A hard learning of sustainability of the tourist resource. Currently, the MGC Foundation has carried out a research strategy in a context of social responsibility and the rehabilitation of the site, which included training the community and raising awareness of the importance of heritage. In this conference the whole process is related from the research and how it is applied with social responsibility leads to the sustainability of the tourist activity and development of the original communities.

**Key words:** Research, social responsibility, sustainable tourism, Torotoro, Bolivia

### ¿Qué es responsabilidad social y cómo se vincula a la investigación?

Cuando hablamos de responsabilidad social (=RS) lo hacemos desde diferentes puntos de vista que han ido evolucionando desde un criterio casi filantrópico (Siglo XIX) a un criterio donde la empresa se involucra con la comunidad más allá de lo económico (Siglo XX) y hasta lo más reciente (Siglo XXI) donde globalmente se entiende por RS a un sistema integrado por las responsabilidades de gobiernos, empresas, trabajadores, consumidores, ONGs, academia y sociedad (CCE 2001). Pero, a los fines de uniformizar el discurso se crearon las normas ISO 26000 cuyo modelado final se dio en el 2010 (Argandoña & Silva 2011) y que de alguna forma reúnen y con



señalan un criterio que pretende ser universal también. La universidad ha incorporado en los últimos años los criterios de RS como parte de su función sustantiva de extensión (Richard 2005, Richard & Contreras 2014) pero, al menos en Latinoamérica y especialmente en Ecuador aparentemente no lo ha hecho en la función sustantiva de la investigación. En efecto, a los fines de que la universidad latinoamericana se integre al resto de las universidades del mundo integró ipso facto la investigación como una obligación de la función docente, al margen de un proceso que permita visualizar la importancia de la misma como parte de las funciones sustantivas propias de la universidad y de su función como motor de desarrollo social, nacional y regional. Como consecuencia de ello, actualmente por ejemplo, en varios países de la región demasiados docentes ven a la investigación como una imposición para conservar su cargo y como tal ven a esta práctica como algo impuesto arbitrariamente y que no guarda vínculo alguno con las funciones sustantivas de la institución. Situación que se presta a varias modalidades de corrupción académica como el tráfico de autorías o incluso la falsificación de investigaciones (Richard 2006, 2017).

Lo cierto es que la investigación siempre ha sido parte de las funciones sustantivas de la universidad e incluso prioritaria en muchos países desarrollados, situación que justamente ha promovido o ha traído como consecuencia el citado desarrollo de los mismos (Richard 2006, 2018, Oppenheimer 2010). Por otro lado la UNESCO en su Conferencia Mundial de Educación Superior de París (1999) indica que la diferencia entre una institución de educación superior universitaria y no universitaria es justamente la investigación. Para la UNESCO (1999) entonces, la educación superior universitaria implica un perfil de docentes que sean “cantautores” es decir que “canten (Al menos en parte) sus propias canciones” y esto implica necesariamente transducir (Sensu Richard 2006, 2018) la investigación a la docencia, proceso que permite lograr entre otros, la credibilidad de los estudiantes y, desde la extensión, de la sociedad también. Después de todo, si un docente da sus clases a partir de un libro que él no escribió; qué impide a los estudiantes leer el mismo libro en la comodidad de su casa? Lo más importante que un docente puede llevar a su aula es el conocimiento que él genera desde la investigación y desde sus experiencias profesionales. Esta relación entre investigación y docencia cuyo cumplimiento está sujeto normalmente al criterio arbitrario del docente muestra el escaso o nulo conocimiento y consecuentemente cumplimiento de las responsabilidades sociales universitarias (= RSU) que dicha relación involucra.

En este contexto, muchos docentes y como se indicara previamente, ven a la investigación como una obligación de neto carácter administrativo y necesaria para conservar su cargo y como tal, solo se conforman con cumplir con los reglamentos que indican publicar al menos 1 o 2 “papers” al año para conservar su estatus docente. De igual forma, muchos estudiantes formados por los docentes anteriormente descritos ven a la tesis como un trámite administrativo que se interpone entre ellos y su tan deseado título y demasiadas veces buscan la manera más fácil de hacerla, aunque eso incluya comprarla y pagar a alguien que se la haga (Richard 2005, 2017, 2018). La falta de responsabilidad social universitaria ha motivado en algunos países (Bolivia por ejemplo) que existan paradojas como el hecho de que más del 87 % de los docentes que dictan asignaturas como Metodología de la Investigación, Taller de Tesis etc. jamás hayan realizado una investigación formal. Dicha paradoja se ha traducido en el hecho de que los estudiantes luego no pueden hacer su tesis y consecuentemente muchas universidades o bien la han eliminado como etapa final o han creado una suerte de modalidades alternativas de graduación que colectivamente ha sido bautizada por los propios estudiantes como TMT (= Todo Menos Tesis).

Lamentablemente esta situación lejos de solucionar el problema de no incentivar la investigación en el grado, la agrava, ya que los estudiantes luego cuando acceden a maestrías o doctorados no saben hacer investigación, algo que se refleja en los indicadores de producción científica nacionales (Carvajal 2017, Richard, 2017, 2017, Richard & Contreras 2014). Lo cierto es que la investigación en varios países de Latinoamérica está poco comprendida en un contexto de responsabilidad

social, especialmente universitaria (RSU). La investigación científica obedece a una lógica (Ver Fig. 1).

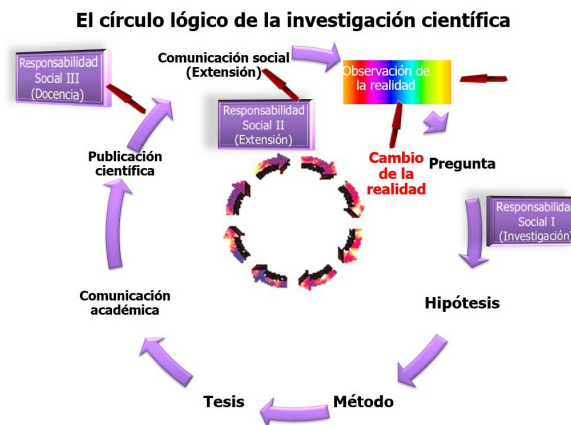


Figura 1: Círculo lógico de la investigación científica (Muy simplificado). Elaborado por los autores.

Acorde a la misma, comienza (En forma muy simplificada) observando la realidad desde un marco teórico que permite ver problemas donde otros no los verían. Esos problemas son contestados con respuestas probables, las hipótesis y a partir de allí se busca un camino o método para fundamentarlas adecuadamente, aceptarlas o rechazarlas obteniendo la respuesta cuasi definitiva, la tesis. Esta lógica en muchas universidades mayormente muere aquí y ciertamente, una tesis en un librero sirve de muy poco. El círculo lógico continúa o debería continuar con la comunicación académica en un evento de pares específico (Congreso, seminario, etc.) donde la retroalimentación de los pares académicos permita perfeccionar aún más la tesis. Cumplido esto, se debe publicar en una revista científica indexada que permita la difusión de la respuesta al problema en el círculo académico. Sin embargo uno de los pasos más importantes sin duda es el final, la socialización entre los impares (Sagan 1989, Lemarchand 1996, Richard 2005), la sociedad, el punto clave de la responsabilidad social universitaria: Cuando la sociedad comprende cómo la respuesta de investigación puede cambiar de alguna forma su realidad, el punto álgido de valoración social de la investigación (Sagan 1989, Lemarchand 1996, Richard 2005, Richard 2017).

Investigar para conocer, conocer para amar, amar para conservar...Nadie ama lo que no conoce... Lo que no se conoce, no se cuida y lo que no se cuida se pierde sin saber que alguna vez se tuvo... Frases fundamentales para comprender la importancia de la investigación con responsabilidad social en un país. Conocer el país, desde todo punto de vista, es el primer paso fundamental para amarlo y éste es el primer paso para fomentar la conservación y sostenibilidad de los recursos y el patrimonio. El sentimiento patriótico; porque necesariamente necesitamos amar el país para cuidarlo, conservarlo y administrarlo sosteniblemente... Patriota no es la persona que canta bonito el himno nacional; patriota es el que cuida el patrimonio que ama... Sin embargo, he aquí la disyuntiva, si no conozco el lugar donde vivo, sus recursos naturales y culturales; cómo puedo amarlo o administrarlo? Actualmente atribuimos este problema principalmente a la colonización educativa.

En Bolivia por ejemplo, Torrico et al (1999) indican que el 97 % de las revistas y el 85 % de los libros que utilizamos cotidianamente son extranjeros. Esto explica en cierta forma por qué sabemos mucho más de Estados Unidos, Europa, África y Australia que del propio país. Es la explicación, no la justificación. Porque sabiendo el problema no hay justificación para seguir con él. ¿Es posible revertir la situación expuesta?, Claro que sí. Para ello necesitamos producir investigación (libros, artículos científicos, etc.) en, por y para el país; ¡Necesitamos contar con un bagaje cultural propio expresado en producción científica y accesible a todos, necesitamos investigar con responsabilidad social!

Los productos resultantes de la investigación en, por y para el país deben ser canalizados en publicaciones científica primero y luego transducidos como parte de la RSU en libros para el nivel primario, medio y universitario de forma tal de llevar el país y por tanto su patrimonio a las aulas, como paso previo para desarrollar identidad, pertenencia, amor por el país y como una forma de mostrar cómo administrarlo sosteniblemente y con RS.

La destrucción del patrimonio natural y cultural de muchos países latinoamericanos, el saqueo permanente que ocurre a la vista apática de muchos, tiene la misma explicación. No estamos empoderados con un patrimonio que desconocemos y por tanto la destrucción del patrimonio o su saqueo nos resultan ajeno a nuestra percepción. Situación que nuevamente sólo puede revertirse desde la investigación con RS, generando bibliografía que nos permita visualizar el país inmensamente rico en el que vivimos y percibir el mencionado patrimonio, para conocerlo, amarlo y conservarlo sosteniblemente, la razón de ser del patriotismo... Mucho del saqueo que sale cotidianamente del país, lo hace ante los impávidos ojos del personal de fronteras que no puede darse cuenta por la falta de conocimiento. Por lo tanto, nuestros países siguen perdiendo patrimonio, un serio problema de seguridad y soberanía nacional que no evaluamos porque lo desconocemos y lo desconocemos por la falta de investigación en, por y para nuestros países. Falta investigación con responsabilidad social...

Latinoamérica tiene países (Bolivia por ejemplo) con rankings extremadamente bajos en de producción académica (CWUR 2017, Carvajal 2017) y esto, nuevamente, explica lo anterior pero no lo justifica. Nada justifica la pérdida, la erosión de la identidad nacional y el sentido de pertenencia que nacen del conocimiento del patrimonio, la pérdida de soberanía, de seguridad nacional y la dependencia cultural y académica actual.... Porque sabemos cuál es la solución y lo sabemos desde hace décadas... Lamentablemente seguimos sin querer entender que debemos fomentar la investigación científica con sentido de responsabilidad social universitaria. La investigación como lo dijera Dn Bernardo Houssay no es como muchos piensan: un lujo de países ricos, es una necesidad prioritaria y vital de los países que quieren serlo. La investigación es la que nos dará los insumos necesarios para reescribir nuestros países desde sus raíces. La investigación permitirá conocer nuestros países, para amarlos primero, conservarlos después y coherentemente con ello administrarlos sosteniblemente.

### **¿Qué entendemos por turismo y sostenibilidad y cómo se vincula esto con la investigación y la RSU?**

La definición más general y utilizada de turismo es la de la OMT (1994, Sancho 1999) y según la cual "el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros". Lo cierto es que dicha definición no explica qué es lo que desencadena o explica el turismo, a menos que redujéramos dicha explicación sólo a ocio, negocios u otros... Lo cual, de ninguna manera explicaría las nuevas modalidades de turismo especializado entre otros. De aquí que consideramos importante explicar el turismo en nomenclatura de lógica matemática de la siguiente manera (Richard et al 2018b):

$$\text{Si } A \neq B \text{ y } B \neq A \Rightarrow \text{Turismo}$$

En esta expresión, donde "A" es un país o lugar cualquiera y "B" es otro país o lugar cualquiera pero diferente del anterior, nos indica que para que exista turismo debe existir diferencias entre lugares. Complementariamente:

$$a \neq b \text{ entre A y B y viceversa } \Rightarrow \text{Turismo}$$

A mayor diferencia entre "A" y "B" y viceversa, mayor potencial de flujo turístico entre los lugares considerados. Pero hay que aclarar también que es necesario que dichas diferencias cumplan los

siguientes requisitos:

1) Que sean explícitas, es decir que existan. Esto implica que deben ser conocidas por los medios más habituales, pero especialmente a través de la Internet incluyendo blogs de turistas, páginas web oficiales, privadas, empresariales, etc. Y por supuesto, que existan en libros, revistas especializadas, académicas, científicas y aparezcan en los medios de difusión masiva de radio y televisión. Nadie visita un lugar o una expresión patrimonial que no sabe que existe.

2) Que sean conocidas por el potencial turista: Esto es clave comprenderlo ya que el solo hecho de que un lugar o destino turístico sea promocionado en la Internet, radio, televisión, libros, revistas etc. no implica necesariamente que el turista potencial lo conozca. Por ello es necesario que se cumplan ambas condiciones, que el sitio y sus expresiones culturales existan y que el turista potencial lo conozca, haya leído sobre él, visto algún documental etc. y perciba las diferencias con el sitio en el cual vive ya que el principal estímulo para el viaje es la diferencia con su sitio de residencia. Nadie viaja a un lugar donde todo será similar al lugar donde vive.

El turismo entonces está principalmente explicado por las diferencias (Orientadas por el tipo de especialidad) entre al menos dos sitios, el de residencia del potencial turista y cualquier otro diferente del anterior. Aun así, para las diferentes formas de turismo, especializado, de naturaleza, geoturismo, etc. no alcanza con el conocimiento de las diferencias para optar por un destino turístico, sino que además se debe considerar también como parte fundamental del perfil del turista, su motivación (del latín *motivus* o *motus*, que significa “causa o impulso del movimiento”). Desde el punto de vista epistemológico dicha motivación descansa en características inherentes al genotipo humano (biofilia), así como a su formación y/o educación (fenotipo) como es el caso de la geofilia y la cultura de la contemplación (Richard y Contreras 2012, 2013, 2014, Richard et al 2018c). Biofilia (Literalmente amor por la vida; del griego *Bios* = vida, *filio* = amor) es un concepto que resulta de la expresión natural y fenotípica de los genes que la decodifican (Richard y Contreras 2014).

En este sentido, y si bien la biofilia es una cualidad genotípica y por tanto innata del ser humano, la expresión fenotípica es también condicionada en el ser humano, especialmente el urbanita por la cultura y sobre todo (O consecuentemente) por su formación educativa (Richard y Contreras 2014). Efectivamente, una educación descontextualizada y totalmente ajena a la naturaleza y/o la cultura (En todas sus manifestaciones) y donde los contenidos ambientales y/o culturales se enseñan en el aula con una escasa o nula contextualización en entornos naturales y/o culturales, trae como consecuencia el fenotipo que actualmente tenemos, sobre todo en Latinoamérica, caracterizado por una carencia casi absoluta de valores éticos, biofilia, geofilia, cultura de la contemplación y compromiso hacia el entorno natural y, con el pensamiento subyacente de que la ciencia y la tecnología soluciona todos los problemas planetarios (cfc Morello y Rodríguez 2001, Müller et al 2010, Pfeffer et al 2001, Richard 2006, 2008, Richard et al 2018b Wackernagel y Rees 1996 inter alii). Vale decir que, aun cuando el ser humano como especie nace con una biofilia innata ó genotípica, esta es luego enmascarada en un fenotipo típicamente urbano a partir de la cultura y educación que responde en última instancia a valores opuestos a la biofilia en su más amplio sentido (Richard et al 2018b).

El advenimiento de los geoparques en la última década, por otro lado, canaliza motivaciones nuevas y/o complementarias a las anteriores que responden al eje temático que sustenta el concepto del geoparque. Nos referimos a las motivaciones geofílicas del perfil turista ideal para este destino. Geofilia, literalmente es amor por la Tierra y sus expresiones geológicas y geomorfológicas (Del griego *Geo* = Tierra, *filio* = amor) (Richard et al 2018b). Entonces la geofilia (Richard et al 2018b) acorde a las motivaciones expuestas para el destino turístico de geoparque es la filiación emocional adquirida (Fenotípica) de los seres humanos hacia las formas y expresiones geológicas naturales de la Tierra. Es decir que esta motivación también responde al contexto formativo y edu

cativo del urbanita y por tanto es netamente fenotípica.

El urbanita, en especial en Latinoamérica entonces se ve caracterizado o bien por una manifiesta indiferencia a los problemas ambientales y/o por valores y conductas totalmente opuestos a la biofilia y geofilia: la necrofilia, en el sentido dado por algunos aspectos mencionados por Fromm (1964), aplicables también a la geofilia y como antítesis al aquí dado al término de biofilia (Richard et al 2018c). Esta necrofilia se ve reflejada en actitudes de maltrato animal exacerbado (Hasta la muerte precisamente), maltrato a las plantas, fobia a distintos tipos de animales (Entre los cuales los reptiles, arácnidos e insectos probablemente se lleven el lamentable primer premio) (Cfc Kellert y Wilson 1993), la destrucción de manifestaciones geológicas naturales (Estalactitas, estalagmitas, fósiles, etc.), “turistas” que pintan sus nombres en ellas o los tallan en árboles y plantas, etc. Por otro lado, la visión urbana cotidiana de la biodiversidad es netamente necrofílica también y es la visión que muestran los mercados y supermercados con productos muertos como pescados, carnes y vegetales y donde el urbanita concurre a diario con sus niños. Luego, todo lo estos niños ven, está muerto o agonizante, con lo que retroalimentan cotidianamente su necrofilia y refuerzan este fenotipo.

En este contexto existe poco o ningún equilibrio con imágenes opuestas, es decir con imágenes de vida en plenitud y en armonía. El desafío para la educación y el desarrollo sostenible del turismo de naturaleza y cultural es entonces desarrollar nuevas estrategias de aprendizaje, aprehendizaje y enseñanza basadas en investigación (Fide Richard y Toledo 1996, Richard 2004) y tendientes a capitalizar y sobre todo fortalecer la biofilia innata (Genotipo) de la especie humana así como una geofilia fenotípica en la construcción de un ciudadano ambiental crítico (Fenotipo biofílico-geofílico) y que desde dicho perfil pueda comprender, interpretar las interrelaciones entre la naturaleza, las expresiones geológicas y geomorfológicas de la Tierra, el ser humano y su desarrollo a todo nivel y en función de ello, actuar a favor de tecnología limpias, prevención de la contaminación, cambio climático, conservación de la biodiversidad, geodiversidad, sostenibilidad, responsabilidad social y un muy extenso etc.

En concreto una educación que resulte de la investigación en una contexto de responsabilidad social a todo nivel (Universidad, Ministerio de Educación, Sociedad, etc.). Por tal motivo, si concretamente el problema es que el urbanita perdió su nexos biofílico y/o geofílico (Fenotipo) con la naturaleza, por una educación y cultura que lo llevó a ello; la solución evidentemente es devolverle dicho nexos desde la educación y cultura con RS también. Obviamente al no existir motivación desde la biofilia y/o geofilia, tampoco es posible desarrollar cultura de la contemplación y por tanto tampoco el turismo, en especial el de naturaleza y cultural. ¿Pero, a qué nos referimos con cultura de la contemplación? Es un concepto que ha sido definido (Richard y Contreras 2014, Richard et al 2018c) como el conjunto de procesos y estrategias educativas y sociales conducentes a desarrollar en el ciudadano la percepción, interpretación, gusto, amor y placer por la belleza en el arte y arte en la naturaleza, derivando en una cultura de la contemplación (Richard y Contreras 2014, 2017).

En otras palabras, la adecuación fenotípica coherente a la biofilia genotípica y/o la geofilia fenotípica del ser humano. Esta es la cultura perdida, la cultura que le permite a las personas que la poseen poder permanecer horas extasiadas en una experiencia endorfinica, oxicinica y deses-tresante y por qué no orgásmica (Síndrome de Stendhal), observando una flor de orquídea, el vuelo de un colibrí o la magnificencia de las formas de un paisaje kárstico como las obras de arte natural que son y que jamás apreciaremos, al margen de la cultura de la contemplación. La cultura de la contemplación permite percibir el arte, (disfrutarlo, amarlo y respetarlo) en lo que ahora muchos urbanitas consideran trivial e irrelevante... Obviamente para la educación, especialmente en Latinoamérica, esta no será una tarea fácil ya que, para estimular la biofilia y/o geofilia y desa

rollar la cultura de la contemplación en los niños y estudiantes, los docentes deben poseerla primero, porque nadie puede transversalizar los conocimientos, aptitudes, destrezas y habilidades que no posee (Richard y Contreras 2012). Mientras Latinoamérica no tenga una educación con responsabilidad social dirigida a desarrollar biofilia, geofilia y cultura de la contemplación; el turismo de naturaleza y cultural para urbanitas latinoamericanos seguirá siendo una deuda pendiente...

**Caso de estudio: Cementerio de Tortugas: Cuando no se valora el patrimonio (=capital), se pierde junto al interés que produce... Se pierde la sostenibilidad**

En este sitio, ubicado en la comunidad de Molle Cancha, distante a 2,74 km de la población de Torotoro (Potosí, Bolivia), en el actual Torotoro Geoparque Andino ([www.geoparquetorotoro.org](http://www.geoparquetorotoro.org)) se realizó un relevamiento de tortugas fósiles (Período cretácico – paleógeno) en el año 2005 como parte del desarrollo del Plan de Manejo de Parque Nacional Torotoro (García et al 2009). Para entonces recién se entregaban las obras de infraestructura que incluían un museo paleontológico, una sala de audiovisuales, una pequeña biblioteca, una cafetería, baños, un mirador y un centro de interpretación (Figura 2) todo ello en la entrada del sitio, en la periferia de una superficie aproximada de 14 ha. En ese momento el yacimiento contaba con al menos siete caparazones completos de tortugas fósiles correspondientes a la especie cretácica de agua dulce *Roxochelys vilavilensis* y *R. elegans* (Testudines: Pelomedusidae) (García et al 2009, 2017, Richard et al 2018b), además de una gran cantidad de restos fragmentarios de caparazones de tortugas, restos de peces, crocodileos entre otros (Figura 3).



Figura 2: Acceso y aspecto general del sitio "Cementerio de Tortugas" y su infraestructura actual (2018)



Figura 3: Una de las tortugas más representativas del sitio "Cementerio de Tortugas" (Año 2005)

Dado que el sitio estaba en la jurisdicción del actual Parque Nacional Torotoro y aunque se le otorgó la administración a la comunidad de Molle Cancha, el cuidado permaneció a cargo de los guardaparques nacionales. Sin embargo la comunidad no estaba preparada para el turismo y el movimiento de personas foráneas consecuente que comenzaría a llegar al lugar y el proceso no



fue acompañado de investigaciones que fueran realizadas con responsabilidad social y cuyos resultados en el orden tanto paleontológico como histórico y antropológico derivaran en una mayor puesta en valor del sitio, un discurso de sustentación y la patrimonialización del lugar, insumos fundamentales para el afianzamiento del sentido de identidad y pertenencia y para la conservación del sitio.

Obviamente a mayor investigación en un contexto de responsabilidad social académica, mayor puesta en valor del sitio, su patrimonio (Material e inmaterial) y su proceso de patrimonialización y por tanto mayor turismo e ingresos económicos para la comunidad. La falta de investigación con RSU, sumado a la falta de preparación de la comunidad para el turismo, la erosión de su identidad y pertenencia contribuyó entre otros factores a que personal de turno a cargo del sitio y/o pobladores conocedores del lugar, ante la oferta económica de turistas y otras personas inescrupulosas, fueran gradualmente “retirando” las tortugas y demás restos fósiles del lugar. Nadie ama lo que no conoce y lo que no se ama no se conserva (Richard et al 2018a). Investigar para conocer, conocer para amar y amar para conservar. Frases sencillas que de alguna manera resumen lo sucedido.

En el año 2005 realizamos una entrevista a un guardaparque nacional, Sr. Julio Quispe (†) quien nos refirió (<https://www.youtube.com/watch?v=OD0t07r6A-Q&t=17s>) que antes de dicha entrevista había muchas más tortugas pero que la ambición de algunos pobladores y el trabajo de saqueadores las estaban haciendo desaparecer gradualmente. El testimonio del guardaparque nacional Sr. Julio Quispe (†) del 2005 terminó siendo profético, ya que en el año 2017 durante la III Misión Científica de la Fundación MGC, el “Cementerio de Tortugas” era un conjunto de dunas rojizas, pero sin tortuga alguna. Lamentablemente, el saqueo del cementerio, a pesar de estar cercado totalmente, dejó una infraestructura en torno al mismo sin razón de ser, ni de existir. Este sitio, administrado por la comunidad local de Molle Cancha, se quedó sin flujo turístico, siendo visitado por alguno que otro turista que, sin saber lo ocurrido, llega al lugar en busca de las tortugas que otrora caracterizaron al lugar (figura 4). Turistas que además de irse decepcionados se sienten frustrados e incluso estafados en su buena fe como pudimos verificarlo con las entrevistas realizadas en 2017 durante la III Misión Científica de la Fundación MGC.



Figura 4: Panorama actual (2017) del sitio donde solo se ven los lugares donde hubo tortugas fósiles...

En el año 2017 el sitio había perdido todo su patrimonio fósil representativo y con ello la comunidad perdió más del 90 % de sus ingresos del turismo, una dura lección aprendida sobre el significado de sostenibilidad. La comunidad perdió el patrimonio, el capital del cual dependía del “interés” que producía en concepto de vistas turísticas...(Figura 4)

Entre los años 2016 y 2018, la Fundación Manuel García Capriles inició la “Proyección del Geoparque Torotoro” y con ello organizó una serie de cinco Misiones Científicas en un contexto de responsabilidad social académica y con la finalidad de realizar investigaciones en las áreas de ecobiología, sociología, arqueología, turismo, antropología, geología, paleontología y espeleología. El objeto de dichas investigaciones consistió en fundamentar la postulación en la categoría de Geoparque de la UNESCO a la totalidad del municipio de Torotoro (Richard et al 2018b). Como parte de dichas misiones científicas se implementaron políticas con RS tendientes a ganar la

credibilidad de las comunidades y autoridades (civiles y originarias) involucradas. Se presentó oficialmente el proyecto a las autoridades civiles y originarias y con la venia de las mismas y las propias comunidades se realizó una ofrenda pública y participativa a la Pacha Mama mediatizada por el “Yatiri” (El sabio de la comunidad) local (Figura 6). Asimismo siguiendo dichas políticas los equipos científicos permitían e invitaban a comunarios, guardaparques, guías o estudiantes del Instituto Terciario “Charcas” de Torotoro que quisieran participar de las actividades de campo a incluirse en las mismas. Con ello, además de darle transparencia al proceso (RS), las actividades de campo pudieron combinar la investigación con la docencia “in situ” (Figura 7).

Complementariamente se instauró también la política de compartir los resultados de las investigaciones en el centro de reunión comunal finalizando el día. De esta forma se ponía a disposición de los comunarios que no participaban de las actividades de campo y en forma diaria los resultados de las investigaciones (Figura 8 y 9). Paralelamente se subía la información científica, fotográfica y de video a una página web específica del proyecto ([www.geoparquetorotoro.org](http://www.geoparquetorotoro.org)). Para socializar los avances a las comunidades remotas del municipio de Torotoro se realizaron cuñas radiales en idioma quechua y aymara y una revista de historietas para los niños de la escuela donde se rescatan los valores del patrimonio local con la finalidad de contribuir a afianzar el sentido de identidad y pertenencia local. Asimismo, en el período consignado se dictaron cursos gratuitos para toda la comunidad sobre turismo sostenible, geología, arqueología, biodiversidad local y ecología, pedagogía, primeros auxilios, áreas protegidas, geoparques, espeleología, etc. abiertos a toda la comunidad. La credibilidad que alcanzó el proyecto, gracias al uso de estas políticas y la aplicación de los principios fundamentales de RS (CCE 2001) permitió que los investigadores pudieran acceder a entrevistar a las personas más ancianas de la comunidad y que los mismos voluntaria y gustosamente compartieran sus conocimientos ancestrales.



**Figura 6:** Ofrenda a la Pacha Mama con la participación de toda la comunidad (2017). Foto: Miguel Florentz



**Figura 7:** Participación de comunarios, guías y guardaparques, en las actividades de campo (2017). Foto: Miguel Florentz



**Figura 8:** Socialización del trabajo de investigación con la comunidad en el salón comunal. Foto Miguel Florentz



**Figura 9:** Impartiendo cursos para los docentes del Instituto Superior “Charcas” de Torotoro

De esta manera, se pudo rescatar mucho conocimiento que desde hace años se estaba perdiendo irremediablemente por los procesos de contaminación cultural y colonización educativa, promovidos no sólo por un turismo mal planificado, sino también por el uso de libros descontextualizados en la educación formal (Richard 2006, 2017, Richard y Contreras 2014) entre otros. En este sentido, cabe destacar que dicha situación de décadas de erosión y pérdida de valores culturales se ve agravada por el hecho de que tanto los Aymaras como los Quechuas poseen lenguas ágrafas y sus conocimientos se transmiten verbalmente de generación en generación encontrando una

resistencia creciente en las nuevas generaciones a tales conocimientos impartidos por los ancianos de las comunidades. En función de lo expuesto, se pudo rescatar con este trabajo, conocimiento ancestral sobre el cementerio de tortugas que trasciende lo paleontológico para incorporar la cosmovisión y filosofía andina de los pueblos involucrados. Hoy sabemos que si bien las comunidades locales lo bautizaron “Cementerio de Tortugas” por la relativa frecuencia con que aparecían en las dunas rojizas de la formación Santa Lucía (Período Cretácico – Paleógeno) los caparzones de estas tortugas de gran tamaño (Figura 3); para la cultura aymara y quechua locales todas las cosas, incluso las rocas (Quispe & Mamani 2007) y fósiles, tienen un “alma” o esencia vital a la que denominan “ajayu” y desde este punto de vista justifican el denominativo de “Cementerio de Tortugas”. Es decir, donde reposan los cuerpos y almas (Ajayu) de las tortugas de antaño.

Este es, sin duda, un claro ejemplo en el que un contexto cultural, en este caso la filosofía y cosmovisión del mundo andino, especialmente aymara, obliga a repensar el tema de los cementerios como un sitio exclusivamente para el descanso del ser humano después de la muerte y aperturar la mente a nuevos significados para el término acorde a los contextos culturales (Richard et al 2018b). De esta forma, para las comunidades originarias locales, el apelativo de “Cementerio de Tortugas” es totalmente pertinente y es interpretado como un lugar de descanso para estos animales en estado de fosilización y su alma (ajayu), un discurso de sustentación que no era normalmente incluido en las visitas guiadas a dicho sitio y que mayormente estaba limitado a una explicación exclusivamente de orden paleontológico. Es por ello que, si bien no se trata de un cementerio humano, en cambio sí refleja la expresión del patrimonio inmaterial cultural y el sentir de la cosmovisión aymara y quechua en torno a la muerte en la representación del “corpus” del fósil. Pero también de un alma que lo acompaña, el ajayu. Entonces, el cementerio de tortugas, más allá de su representatividad como parte del paisaje natural, lo es también desde el punto de vista del paisaje cultural (Sensu Sauer 1925, Nogué 2007, Sabaté 2008) y se encuadra perfectamente a los preceptos de la Carta de Morelia (2005) y Declaración de Paysandú (2010) entre otras.

De esta forma y durante “XVIII Encuentro de Valoración y gestión de Cementerios patrimoniales”, se aceptó y presentó una ponencia en la temática, abriendo un nuevo diálogo de saberes en el área. Ello nos ha permitido, como parte de la proyectación, realizar una puesta en valor basada en la investigación con RS, el desarrollo y puesta en marcha de un discurso de sustentación y la elaboración de artículos científicos que respaldan lo anterior. Asimismo, este cúmulo de conocimientos fueron compartidos como parte de los principios de RS a través de cursos con la carrera de Turismo del Instituto Charcas de Torotoro, con las agrupaciones de guías de Torotoro, guardaparques nacionales y comunidad y autoridades en general (Figuras 7, 8 y 9). Complementariamente, en los últimos dos años se han dado charlas en diferentes eventos internacionales de la especialidad, se han realizados varias documentales y programas de radio y televisión con lo cual se pudo cambiar la realidad del sitio denominado “Cementerio de Tortugas” alcanzando a cerrar el círculo lógico de la investigación científica con RS (Figura 1). Como consecuencia del proceso iniciado de investigación con responsabilidad social en su más amplio espectro (Figura 1), se logró (cambio de realidad) la declaratoria municipal como primer Geoparque Andino de Bolivia, declaratoria de Torotoro como Patrimonio Cultural de Bolivia (Ministerio de Culturas de Bolivia) y se está tramitando la evaluación de los logros para certificar como destino turístico sostenible por la empresa Biosphere (España – UNESCO) y primer Geoparque de Bolivia por parte de la UNESCO entre otros. Asimismo, en relación al “Cementerio de Tortugas” y perdido el patrimonio material y a los fines de no perder el inmaterial también, la Fundación Manuel García Capriles (MGC) con el apoyo del destacado artista cochabambino Arq. Gabriel Fernández Larico, realizó siete réplicas de las tortugas a partir de un molde tomado de un ejemplar conservado en el Museo local de la única tortuga fósil que queda (Figura 10 y 11).



**Figura 10:** Ejemplar de *Roxochelys* sp. Del Museo local, utilizado por el artista Gabriel Fernández Larico para la realización de réplicas



**Figura 11:** El artista Gabriel Fernández Larico en plena tarea de realización de los moldes para las réplicas de la tortuga

Estas réplicas de resina fueron recubiertas con la arena del lugar para darle más autenticidad y se ubicaron donde otrora estuvieron las originales. Con ello se hizo una reposición de tortugas en el sitio restaurándolo como atractivo turístico y patrimonial y sobre todo con una nueva historia que contar. Así, actualmente el discurso de sustentación incluye además de lo paleontológico, la cosmovisión andina del lugar y una gran historia de cómo desaparecieron las tortugas como consecuencia de los factores mencionados; así como la tenacidad y voluntad local de restaurar el sitio. Cabe destacar también que la III y IV Misiones Científicas de la Fundación MGC descubrieron nuevos afloramientos de la formación Santa Lucía con nuevos ejemplares de tortugas que han sido georeferenciados pero que aún permanecen en secreto hasta tanto se garantice la conservación adecuada de los mismos. Actualmente la Fundación MGC también viene impartiendo cursos de capacitación a los guías, guardaparques y comunarios promoviendo la puesta en valor del contexto inmaterial del sitio... Su “ajayu”. Asimismo, la proyectación rescata también, a través de sus actividades, la “Declaración de Paysandú” (2010) en cuanto a la finalidad docente y pedagógica del sitio:

“[...] Introducir la dimensión pedagógica como uno de los factores clave para la valoración y preservación del patrimonio funerario de nuestros países.”

“[...] que las Instituciones encargadas de la formación de los ciudadanos consideren los espacios funerarios en general y los Cementerios en particular como aulas abiertas donde pueden establecerse sinergias entre disciplinas y enseñanzas, imágenes y símbolos, valores y sentimientos, acercamientos y comunicación transformadora. [...]”

En este sentido se está trabajando en la reactivación de la sala de audiovisuales y el dictado de cursos permanentes sobre la temática patrimonial y de turismo especializado (Figura 9). En este último tópico, la idea es proyectar el “Cementerio de Tortugas” como un espacio del paisaje cultural y del turismo especializado necrológico por las características aquí citadas que le dan un carácter único, además de utilizarlo como escuela de promoción de valores identitarios y de pertenencia locales (El ajayu) y futuras investigaciones en la temática.

## Conclusiones

La investigación en un contexto de responsabilidad social aporta insumos que permiten cambiar una realidad desde la resolución de problemas, pero estos insumos también permiten restaurar la identidad y sentido de pertenencia de un pueblo al tiempo de contribuir a su desarrollo. El turismo sostenible, entre otros, debe precautelar el patrimonio que represente el capital que le reditúa un interés económico. Sin embargo dicho capital jamás será conservado sino existe un genuino sentimiento de identidad, pertenencia y amor por lo propio. Investigar para conocer, conocer para amar y amar para conservar. La investigación le dice a un país o región lo que tiene, lo que representa culturalmente y cómo administrarlo sosteniblemente. Sin investigación no hay desarrollo, ni turismo. El caso del sitio “Cementerio de Tortugas” ilustra muy bien esta situación. El sitio luego de ser percibido como atractivo turístico, su patrimonio (Capital) fue saqueado y por tanto dejó de producir “interés” económico para la comunidad. La investigación con RS permitió rehabilitar el sitio, pero también devolverle a la comunidad parte de su identidad y sentido de pertenencia así como el orgullo de ser quienes son.

**Bibliografía**

- Argandoña, A. & R. I Silva (2011). ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo 11. 35 p
- Carta de Morelia. (2005). Carta internacional de Morelia. Relativa a cementerios patrimoniales y arte funerario. Rev. Apuntes 18 (1-2): 154 - 157
- Carvajal, T. A. E. (2017). Una visión panorámica de la productividad científica en salud de Bolivia. Rev Med La Paz, 23(2): 88 – 90
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. CCE. Bruselas 35 p.
- CWUR (2017). SCImago Institutions Ranking (SIR) 2014. <http://www.scimagoir.com/> Consultado el 29 de abril de 2017.
- Declaración de Paysandú. (2010). Dimensión pedagógica del patrimonio cultural funerario. Recuperado de [www.unesco.org.uy/ci/fileadmin/cultura/2011/Declaracion\\_de\\_Paysandu.pdf](http://www.unesco.org.uy/ci/fileadmin/cultura/2011/Declaracion_de_Paysandu.pdf)
- Fromm, E. (1964). The heart of man: its genius for good and evil. New York: Harper & Row. 156 p.
- García Crispieri, G.; G. Fernández y E. Richard. (2017). Museo paleontológico y Cementerio de tortugas, Torotoro, Geoparque Andino: Potosí-Bolivia. Rev. NLDE Fund. emegece 3 (6): 10 -11. ISSN 2070 - 9242 digital, ISSN 2070 - 8661 versión impresa. La Paz, Bolivia.
- Kellert, S., Wilson, E. O., (eds) (1993): The Biophilia Hypothesis. Shearwater Books, Washington, D.C., 484 p.
- Lemarchand, G., (1996). La importancia de la divulgación y la difusión científica y tecnológica. Redes, 3 (7): 161 - 192.
- Morello, J. y A. Rodríguez (2001). Funciones educativas de las manchas de naturaleza en las ciudades y sus bordes: el caso de Buenos Aires. En: Mancione M.; De Francesco V. y Bosso Eds. Reservas Naturales urbanas en la Argentina. Una respuesta ambientalista para mejorar nuestra calidad de vida. Aves Argentinas.
- Muller, N., P. Werner y J. Kelcey (2010). Urban biodiversity and design. Wiley Blackwell & Zoological Society of London. UK. 625 p.
- Nogué, J. (Ed.) (2007): La construcción social del paisaje. Col. Paisaje y Teoría, nº 1. Madrid, Biblioteca Nueva.
- OMT, (1994): Compendio de Estadísticas del Turismo 1988-1992, Decimocuarta Edición, Madrid.
- Oppenheimer, A (2010). ¡Basta de historias!. La obsesión latinoamericana con el pasado y las doce claves del futuro. Editorial: Debate, México DC. 422 p.
- Pfeffer, S. Mayone, G. Leland and J. Altobelli (2001) Forging new connections between agriculture and the city. En O.T. Solbrig, R. Paarlberg, and F. di Castri, Globalization and Rural Environment, Harvard Un. D. Rockefeller Center for latin American Studies, Cambridge.
- Quispe Huanca, C. & V. Mamani Bernabe. 2007. Espiritualidades originarias. Publisher, Editorial Verbo Divino.
- Richard, E., (2005). El rol de la publicación de extensión en procesos de difusión de ciencia y tecnología. EMI, Investigación y Avances, Ciencia y Tecnología, 1 (1): 79 – 89. La Paz, Bolivia.
- Richard, E. (2006).  $\alpha$  y  $\Omega$ . El inicio y el fin de los problemas ambientales del planeta: La perspectiva K y r. En: E. Richard (Ed.), Ecología para Ingeniería Ambiental: Syllabus, Guía de trabajos prácticos, Work Papers y materiales de estudio y consulta (1ra Edición). CD ROM interactivo. Editorial EcoDreams Multimedia y Universidad de Aquino de Bolivia. La Paz, Bolivia.
- Richard, E. (2006). Investigación científica y soberanía nacional: Reflexiones en torno a la problemática de la investigación científica y la soberanía nacional en Bolivia. Pp. 99 – 148. En: BARRAL ZEGARRA, R. y E. RICHARD (Eds). Educación y constituyente: Autonomías y soberanía. 148 p. Ed. Ayni Ruway. La Paz, Bolivia.
- Richard, E. (2008). Problemas ambientales globales: Breve ensayo desde la perspectiva histórica, temporal y ecosistémica. Ed. EcoDreams Multimedia. 88 p.
- Richard, E. (2017). El patriotismo nace de la investigación □ Prólogo del libro Metodología de la

- Investigación: Cómo realizar y presentar trabajos de investigación. De Carolina Mejía Téllez y Raúl Mejía Ibáñez. Editorial Sagitario. La Paz, Bolivia. 4ta Ed. 284 p.
- Richard, E. (2017). Praxis profesional en la Universidad del siglo XXI. Ensayo. Pp 3 – 23. En: Actas VI Evento Internacional “La Universidad en el Siglo XXI”. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Manabí, Ecuador.
- Richard, E. (2017). El patriotismo nace de la investigación... Prólogo del libro Metodología de la Investigación: Cómo realizar y presentar trabajos de investigación. De Carolina Mejía Téllez y Raúl Mejía Ibáñez. Editorial Sagitario. La Paz, Bolivia. 4ta Ed. 284 p. ISBN 978-99974-68-69-7
- Richard, E. (2018). La investigación científica y la praxis profesional en la universidad del siglo XXI: Panorama de Bolivia y Latinoamérica. Ensayo. Pp: 69-85. En: L. Vargas Espinoza, J. Tinto Arandes, M. Florez Guzman, E. Herrera de Alvarado, E. Gea Izquierdo (Comp.). Avances e Innovación en la Administración y Gerencia en Salud. Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador.
- Richard, E. & D. I. Contreras Zapata. (2012). Educación Ambiental para el Tercer Milenio: Un enfoque epistemológico, pedagógico, legítimo y legal. Instituto de Investigaciones Convenio Andrés Bello. 418 p. La Paz. Bolivia.
- Richard, E. & D. Contreras Zapata (2013) Reflexiones en torno a las reservas naturales urbanas como espacio de diálogo de saberes en la construcción de un ciudadano urbano crítico, responsable y comprometido con la problemática ambiental, la biofilia y la cultura de la contemplación para el buen vivir en Bolivia y Latinoamérica. Revista de Didáctica Ambiental 9 (13): 1- 31. España
- Richard, E. y D. I. Contreras Zapata. (2014). El rol de la investigación universitaria en la descolonización e independencia académica: Lo que no se publica no existe... UMSA Revista Tribuna Docente 2014 (2): 3 – 5. La Paz, Bolivia
- Richard, E. y D. Contreras Zapata. (2015). Reservas naturales urbanas: Una necesidad vital para la educación ambiental en Bolivia y Latinoamérica. FAO Revista Parques (Red Latinoamericana de Cooperación Técnica en Parques Nacionales, otras Áreas Protegidas, Flora y Fauna Silvestres 2013 (2): 1 – 33. ISSN 2218-8983 Disponible en: <http://revistaparques.net/2013-2/articulos/reservasnaturalesurbanas/>
- Richard, E., D. I. Contreras Zapata, G. García Crispieri & G. Félix Mendoza (2018a). Cementerios: Expresión de identidad y pertenencia social, recurso patrimonial del paisaje cultural y turismo especializado necrológico. Tres estudios de caso en Latinoamérica (Conferencia). Pp 870 – 885. En: L. Mancheno et al (Eds.) Libro de Memorias del V Congreso Internacional de la Semana de Ciencia Tecnología Emprendimiento e Innovación ESPOCH 2018. Dirección de Publicaciones de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba, Ecuador. ISBN 978-9942-8697-5-3
- Richard, E.; G. García C. & D. Contreras Z. (2018b). Geoparques: Lugar de encuentro para la geofilia, biofilia, cultura de la contemplación y turismo especializado y científico, el caso del Torotoro Geoparque Andino (Potosí, Bolivia). Pp: 12 – 28. En M. A. Díaz Ponce et al (Eds) Dossier académico: Bosques, recursos naturales y turismo sostenible. I Congreso Internacional de Manejo de Bosques; II Seminario Internacional de Turismo Sostenible "Año del patrimonio mundial, natural y cultural" y III Seminario Internacional de Recursos Naturales, Bienes y Servicios Ecosistémicos efectuado en Quevedo, Ecuador los días 25, 26 y 27 de julio 2018. Editorial CIDE, Guayaquil, Ecuador. 167 p. ISBN: 978-9942-759-93-1
- Richard, E., D. Contreras Z. & F. Angeoletto. (2018c). Servicios y funciones terapéuticas, psicológicas, ambientales, biofílicas, de bienestar y vivir bien de los espacios verdes urbanos en el urbanita, instituciones educativas, hospitales, centros de salud e instituciones similares. Pp: 148 – 165. En M. A. Díaz Ponce et al (Eds) Dossier académico: Bosques, recursos naturales y turismo sostenible. I Congreso Internacional de Manejo de Bosques; II Seminario Internacional de Turismo Sostenible "Año del patrimonio mundial, natural y cultural" y III Seminario Internacional de Recursos Naturales, Bienes y Servicios Ecosistémicos efectuado en Quevedo, Ecuador los días 25, 26 y 27 de julio 2018. Editorial CIDE, Guayaquil, Ecuador. 167 p. ISBN: 978-9942-759-93-1
- Sabaté, J. (2008): Paisajes culturales y proyecto territorial en El paisaje en la cultura contemporánea (J. Nogué, Ed.), col. Paisaje y Teoría, Madrid, Biblioteca Nueva.

Sagan, C., (1989). Why scientists should popularize science ?. Am. J. Physics, 57 (4): 295.

Sancho, A. (coord.) (1999) Introducción al turismo. Madrid. O.M.T.

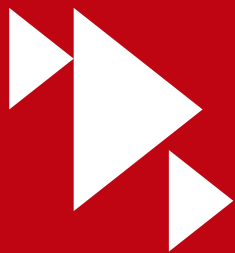
Sauer, C. (1925): The Morphology of Landscape, Berkeley, University of California Publications in Geography, vol. 2, pp. 19-54.

Torrico, E. (ed.) (1999). Industrias culturales en la ciudad de La Paz. Programa de Investigación Estratégica de Bolivia, Serie Documentos de Investigación. Ed. PIEB. La Paz. 111 p.

UNESCO, 1999. Conferencia mundial sobre Educación Superior, 1998: La educación superior en el siglo XXI. CD ROM Interactivo. Ed. Unesco. Paris.

Wackernagel, M. & W. Rees. (1995). Our Ecological Footprint: Reducing Human Impact on the Earth. Gabriola Island, BC and Philadelphia, PA: New Society Publishers.

ÁREA TEMÁTICA



Turismo



# ▶▶ Ponencias



## CANALES DE DISTRIBUCIÓN ELECTRÓNICA: ESTUDIO EXPLORATORIO EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO

Ana María Candell Saldarreaga<sup>1</sup>, acandell@utb.edu.ec, Universidad Técnica de Babahoyo  
Rosa Victoria Guijarro Intriago<sup>2</sup>, rguijarro@utb.edu.ec, Universidad Técnica de Babahoyo  
Víctor Javier Castillo Zúñiga<sup>3</sup>, vcastillo@utb.edu.ec, Universidad Técnica de Babahoyo  
Electra Maricela Izurieta Puente<sup>4</sup>, eizurieta@utb.edu.ec, Universidad Técnica de Babahoyo

### RESUMEN

Los canales de distribución electrónica se han convertido en una herramienta fundamental para la captación de nuevos clientes. El acceso al internet y su cercana relación con la intermediación turística ha hecho que el sector hotelero se preocupe por captar los segmentos de mercado que utilizan plataformas digitales como Booking, Expedia o Trivago para conocer y reservar habitaciones en diversos destinos. Esta situación ha demandado también que los propietarios de establecimientos de alojamiento concentren sus esfuerzos en seleccionar y gestionar sus canales de distribución en línea de manera adecuada. El desconocimiento y la no existencia de investigaciones que determinen el uso de canales de distribución electrónica en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos, han motivado la realización de la presente investigación. El presente artículo tuvo como objetivo determinar el estado de situación actual de la distribución electrónica del sector hotelero de la ciudad de Babahoyo, identificando los factores que han influido en la selección de los canales de distribución utilizados en cada establecimiento de alojamiento de la ciudad. Para ello, se revisó la literatura existente con el fin de determinar los principales canales de distribución en línea utilizados y verificar a través de internet las plataformas digitales utilizadas por cada uno de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Babahoyo. Además, se aplicó un cuestionario dirigido a los propietarios de los hoteles y hostales de la ciudad para identificar cómo se da actualmente la distribución de sus servicios de alojamiento. El análisis de estos componentes permitió descubrir que la utilización de canales de distribución en línea en el sector hotelero de la ciudad de Babahoyo es muy bajo. Se muestra como principales causas el desconocimiento sobre la distribución electrónica por parte de propietarios y trabajadores, además de la incomprensión en la gestión de los mismos. En la actualidad, el sector hotelero de la ciudad depende de canales de distribución tradicionales, sin embargo, el entorno actual en el que se desenvuelve el sector, hace indispensable que se mire más allá de la base actual de clientes captados y diversifiquen las formas de vender sus productos a través de canales digitales para así aprovechar las múltiples ventajas que brinda el internet.

**Palabras clave:** Sector hotelero, plataformas digitales, canales de distribución, servicio de alojamiento.

### ABSTRACT

Online distribution channels have become a fundamental tool for attracting new customers. Access to the Internet and its close relationship with tourism intermediation has made the hotel sector worry about capturing the market segments that use digital platforms such as Booking, Expedia or Trivago in order to know and book rooms in various destinations. This situation has also demanded that owners of accommodation establishments concentrate their efforts in selecting and managing their online distribution channels in an appropriate manner. The lack of knowledge and the non-existence of investigations that determine the use of online distribution channels in hotel establishments in the city of Babahoyo, province of Los Ríos, have motivated the realization of this research. The objective of this article was to determine the current status of the online distribution of the hotel sector in the city of Babahoyo, identifying the factors that have influenced the selection of the distribution channels used in each accommodation establishment in the city. For this purpose, the existing literature was reviewed in order to determine the main online distribution channels used and to verify through the internet the digital platforms used by each of the hotel establishments in the city of Babahoyo. In addition, a questionnaire was applied to the owners of hotels and hostels in the city to identify how the distribution of their accommodation services is currently taking place. The analysis of these components revealed that the use of online distribution channels in the hotel sector in the city of Babahoyo is very low. The main causes are the lack of knowledge about electronic distribution by owners and workers, as well as the lack of understanding in the management of them. Nowadays, the hotel sector of the city depends on traditional distribution channels, however the current environment in which the sector operates, makes it indispensable to look beyond the current customer portfolio and diversify the ways of selling its products through digital channels to take all the advantages offered by the internet.

**Keywords:** Hotel sector, digital platforms, distribution channels, hosting service.

## COMPETENCIAS COMUNICATIVAS EN LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DE PEDERNALES: ANÁLISIS DE LOS PROCESOS ENSEÑANZA APRENDIZAJE DEL INGLÉS EN LOS ESPACIOS TURÍSTICOS DE PEDERNALES



Rocío Carolina Delgado Morán  
carolina6delgado@hotmail.com

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

El cantón Pedernales ubicado en la Provincia de Manabí, constituye un importante punto de destino turístico Nacional e Internacional, su mayor atractivo son sus 54 km de playas por ser amplias y extensas adornadas por un corredor natural de 17 km de palmeras, únicas en el perfil costero ecuatoriano. Además es considerada un paraíso natural en la mitad del mundo en la costa del Pacífico. Todas estas características y algunas otras, hacen que cada año sea visitada por turistas nacionales y extranjeros, y que exista la demanda de que los servidores turísticos estén en la capacidad de atender las necesidades que los turistas extranjeros requieren, tomando en cuenta que la mayoría de ellos hablan inglés. En ese sentido, la presente investigación está orientada a describir el estado actual de las competencias comunicativas del inglés en los servidores turísticos de la Ciudad de Pedernales, entre los principales objetivos se encuentran como ha sido el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera (inglés) en los espacios turísticos y, si se pretende convertir el turismo en una de las principales fuentes de ingresos de la ciudad, es necesario analizar el manejo de las competencias comunicativas de la lengua extranjera (inglés) en los servidores turísticos del cantón a fin de promover proyectos que desarrollen las competencias comunicativas en inglés, conocer la población estudiantil con acceso a una enseñanza bilingüe desde los primeros años de escolaridad, de esta manera aportar al fortalecimiento del turismo y el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos. Aunque existe evidencia de que algunos servidores turísticos se han capacitado en sus años de escolaridad, las competencias comunicativas no son adquiridas o desarrolladas de manera adecuada para interactuar con los extranjeros que hablan inglés. La comunicación en términos de competencias como función social, contribuye a la divulgación de conocimiento científico, a la solución de problemas prácticos, a la movilización de la información; sin contar los grandes beneficios que aportan para desarrollar procesos de comunicación altamente efectivos y eficaces que movilizan acontecimientos tanto históricos como culturales.

**Palabras claves:** comunicación, adquisición de una lengua extranjera, métodos, servidores turísticos

### ABSTRACT

The canton Pedernales located in the Province of Manabi, is an important point of national and international tourist destination, its biggest attraction are its 54km of beaches for being wide and extensive adorned by a natural corridor of 17km of palm trees, unique in the Ecuadorian coastal profile It is surrounded by numerous cabins and restaurants and the majority of the population is dedicated to tourism. It is also considered a natural paradise in the middle of the world on the Pacific coast. All these characteristics and some others, cause that every year it is visited by national and foreign tourists, and that there is the demand that the tourist servers are in the capacity to attend the necessities that the foreign tourists require, since the majority of them speak english, the present investigation is oriented to describe the current state of the communicative competences of English in the tourist servers of the City of Pedernales, between the points to develop they are as it has been the process of acquisition of a foreign language (English) In tourist spaces, to convert tourism into one of the main sources of income of the city, it is necessary to analyze the management of communicative competences in a foreign language (English) that the tourist servers of the canton have. The purpose is to promote projects that develop communicative skills in English, to know the student population with access to bilingual education from the first years of schooling, in this way contribute to the strengthening of tourism and the improvement of the quality of life of citizens. Although there is evidence that tour operators have been trained some, in their years of schooling, communicative skills are not acquired or developed adequately to interact with foreigners who speak English. Communication in terms of competencies as a social function contributes to the dissemination of scientific knowledge, to the solution of practical problems, to the mobilization of information; not to mention the great benefits of developing highly effective and effective communication processes that mobilize both historical and cultural events.

**Keywords:** communication, acquisition of a foreign language, methods, tourist servers

## EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE

Gonzalo Gustavo Cortez Cortez  
gustavo.cortez@uleam.edu.ec

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

El agroturismo es cualquier actividad turística realizada en un lugar rural incluyendo las áreas naturales, integrando a toda la familia campesina, resguardando sus costumbres y tradiciones, la idea es que la agricultura familiar campesina tenga nuevas alternativas de negocio a través de las cuales pueda complementar y/o diversificar sus ingresos. (MARTÍNEZ, 2000). El objetivo de la presente investigación es determinar que los proyectos de agroturismo son una alternativa de ingresos económicos para la comunidad, especialmente de la zona de Pedernales, para ello se realizó una investigación bibliográfica y de campo. Al llevar adelante las iniciativas de turismo en el agro se pretende establecer planes pilotos bajo el concepto de rutas y alianzas estratégicas con organismos gubernamentales o particulares para construir una plataforma que permitan incursionar en el Agroturismo en el Ecuador, principalmente en la zona de Pedernales. La metodología empleada parte de fuentes primarias, realizando una profunda revisión literaria científica de diferentes autores que han abordado el tema del agroturismo, contemplando un análisis literario crítico-valorativo de acuerdo con el entorno y realidad de la investigación, utilizando el método analítico-sintético, producto de esto se ha entablado una fuerte discusión respecto a desarrollar el agroturismo, ya que se podría poner en riesgo la seguridad ambiental y agraria; determinando que no se debería afectar al ambiente o naturaleza. La actual Constitución de la República del Ecuador otorga susceptibilidad de derechos a la naturaleza, debiendo protegerla antes que afectarla; en vez de talar árboles, se debería pensar en reforestar potenciando el agroturismo. Por lo tanto se concluye que los proyectos de agroturismo tendrían un impacto favorable, no solo por la generación de empleo y recursos para los habitantes de la zona y sus alrededores, sino también como generadora de divisas a nivel provincial y del país, constituyendo un comienzo y ejemplo piloto de implementación de proyectos agro turísticos con las mismas características de otras zonas que han tenido excelentes resultados.

**Palabras clave:** agroturismo, innovación agraria, rural, diversidad de cultivos, ecosistemas naturales.

### ABSTRAC

Agrotourism is any tourist activity carried out in a rural area including the natural areas, integrating the whole peasant family, safeguarding their customs and traditions, the idea is that the rural family farming has new business alternatives through which it can complement and / or diversify your income. (MARTÍNEZ, 2000). The objective of the present investigation is to determine that the agrotourism projects are an alternative of economic income for the community, especially of the area of Pedernales, for this a bibliographical and field research was carried out. When carrying out tourism initiatives in the agricultural sector, it is intended to establish pilot plans under the concept of strategic routes and alliances with government agencies or individuals to build a platform that will allow them to venture into Agrotourism in Ecuador, mainly in the Pedernales area. The methodology used comes from primary sources, making a deep scientific literary review of different authors who have addressed the subject of agrotourism, contemplating a critical-valorative literary analysis according to the environment and reality of the research, using the analytical-synthetic method, As a result of this, there has been a strong discussion regarding the development of agrotourism, since environmental and agrarian security could be put at risk; determining that the environment or nature should not be affected. The current Constitution of the Republic of Ecuador grants susceptibility of rights to nature, having to protect it before affecting it; instead of cutting down trees, one should think about reforestation, promoting agro-tourism. Therefore, it is concluded that the agrotourism projects would have a favorable impact, not only for the generation of employment and resources for the inhabitants of the area and its surroundings, but also as a generator of foreign currency at the provincial and national levels, constituting a beginning and pilot example of implementation of agro tourism projects with the same characteristics as other areas that have had excellent results.

**Keywords:** agrotourism, agrarian, rural innovation, crop diversity, natural ecosystems.

## EL TURISMO DE NATURALEZA COMO OPORTUNIDAD DE DESARROLLO PARA EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DE MANABÍ, ECUADOR

Karla Johana Cornejo Veliz<sup>1</sup>, karla-cv@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
Sheryl Denys Macías Ibarra<sup>2</sup>, sherylmaciasibarr@hotmail.es, Escuela de Educación Básica 24 de Mayo

### RESUMEN

Las tendencias mundiales se encuentran enfocadas en el turismo de naturaleza; para ello, el desarrollo de esta actividad debe ser planificada y sostenible permitiendo la conservación del espacio prístino, el empoderamiento de la cultura rural y aprovechamiento de la geografía del territorio para la innovación de servicios turísticos. En este contexto la problemática del presente trabajo se centra en la escasa diversificación de la oferta y utilización de recursos naturales y espacios rurales del cantón Bolívar para la actividad turística, teniendo como objetivo principal promover los criterios del turismo de naturaleza como línea de desarrollo que conduzca a la consolidación del turismo en el cantón Bolívar; para ello, se aplicó un estudio exploratorio, descriptivo y explicativo del potencial turístico del territorio, se identificaron características sociales, económicas, culturales y productivas, actores principales y se generó el FODA para identificar los elementos que influyen en esta actividad. Los resultados de esta investigación fueron determinantes en establecer que el Turismo de Naturaleza es una alternativa que complementa las actividades productivas del territorio; por lo que, parte del potencial radica en la implementación del agroturismo, se cuenta con 520 fincas de producción de cacao y café, la conformación de 2 asociaciones de acopio para la exportación de pepa de cacao fino de aroma, una de ellas incentivando el mantenimiento de plantas ancestrales de cacao de 80 a 150 años, las cuales producen chocolate, rompopo de cacao entre otros productos. El ecoturismo es factible ya que muchos propietarios de fincas conservan remanentes de bosque primario procedente del sistema de vida del Bosque Protector Carrizal Chone, evidenciándose una importante presencia de flora y fauna. El turismo de aventura también es viable, ya que las condiciones geográficas han creado espejos de agua con gran potencial turístico como el Río Carrizal, principal afluente de la Represa Sixto Durán Ballén, otros afluentes han dado forma a una serie de cuevas y cavernas generando la posibilidad de desarrollar actividades recreativas en tierra o agua, estos aspectos han sido concluyentes para determinar el potencial del territorio y propiciar un turismo sostenido, amigable con la conservación natural y de la identidad cultural de sus habitantes.

**Palabras Clave:** Turismo de naturaleza, desarrollo, agroturismo, ecoturismo, territorio

### ABSTRACT

The world trends are focused on nature tourism; for this, the development of this activity must be planned and sustainable, allowing the conservation of the pristine space, the empowerment of the rural culture and the use of the territory geography for the innovation of tourist services. In this context, the problematic of this work focuses on the scarce diversification of supply and use of natural resources and rural areas of the canton Bolivar for tourism, with the main objective of promoting the criteria of nature tourism as a line of development that leads to the consolidation of tourism in the Bolívar canton; for this, an exploratory, descriptive and explanatory study of the touristic potential of the territory was applied, social, economic, cultural and productive characteristics, main actors were identified and the SWOT was generated to identify the elements that influence this activity. The results of this research were decisive in establishing that Nature Tourism is an alternative that complements the productive activities of the environment; so, part of the potential engrain in the implementation of agrotourism, being a singularity the 520 cocoa and coffee production farms, the creation of 2 storage associations for the export of fine aroma cocoa, one of them encouraging the maintenance of ancestral cocoa plants from 80 to 150 years old, which produce chocolate, cocoa rompopo among other products. Ecotourism is feasible since many owners of farms preserve remnants of primary forest from the life system of Carrizal Chone Protected Forest, evidencing an important presence of flora and fauna. Adventure tourism is also viable, since the geographical conditions have created water mirrors with great tourist potential such as the Carrizal River, the main affluent of the Sixto Durán Ballén Dam, other affluent have shaped a series of caves and caverns generating the possibility of developing activities of recreational nature on land or water, these aspects have been conclusive to determine the potential of the territory and promote sustained tourism, friendly with the natural conservation and cultural identity of its inhabitants.

**Keywords:** Nature tourism, development, agrotourism, ecotourism, territory

## EXPECTATIVAS LABORALES DEL PROFESIONAL EN TURISMO DE LAS UNIVERSIDADES ESTATALES DE LA PROVINCIA DE MANABÍ, ECUADOR

Basurto Valencia Erika<sup>1</sup>, erika2506@hotmail.com, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López"  
Vidal Mendoza Ronald<sup>2</sup>, www.ronaldvidal@hotmail.com, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López"  
Alfonso Alfonso Rodney<sup>3</sup>, rodney7alfonso@gmail.com, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López"

### RESUMEN

Las universidades tienen la responsabilidad de conocer el impacto social que tienen los profesionales y evaluar el desempeño de sus egresados para la solución de problemas en su especialidad. La Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López (ESPAAM MFL), la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) y la Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM) son las universidades estatales de la provincia de Manabí que incluyeron dentro de sus áreas de estudio al turismo; sin embargo, se desconoce el posicionamiento actual de los egresados en esta profesión. Partiendo de esto, se plantea como objetivo: realizar un análisis de las expectativas laborales de los profesionales de turismo egresados de las universidades públicas de Manabí. Se realizó un estudio de tipo exploratorio y descriptivo, con tres fases. Iniciando con un estudio bibliográfico relacionado con los perfiles ocupacionales y profesionales en la actividad turística, así como el alcance de las universidades públicas de la provincia de Manabí, con un análisis documental y la aplicación de entrevistas semiestructuradas para indagar sobre la realidad que las universidades ignoran. En una segunda fase se aplicó un diagnóstico del estado actual de las expectativas de los profesionales de turismo y su contribución al desarrollo de esta actividad, mediante la aplicación de encuestas, donde se determinó los niveles de inserción y las expectativas laborales de los profesionales, tomando una muestra en el periodo 2012-2017, basado en un muestreo aleatorio probabilístico proporcional de población finita. Se analizó las dificultades con las actividades profesionales del turismo y áreas afines, dada su formación en las Universidades en el ámbito Turístico de Manabí. Finalmente se llevó a cabo el planteamiento de estrategias de mejoras y direccionamiento hacia un desempeño pertinente en los puestos de trabajos y la correspondencia con las expectativas generadas de la propia formación universitaria. Los resultados derivados del trabajo están en el exceso de oferta de mano de obra calificada profesionalmente con baja remuneración, justificada por la ausencia de espacios laborales, que en muchos casos son ocupados por personal técnico, sin estudios superiores o de otras áreas de formación. Los cursos de turismo y áreas afines poseen un contenido amplio, sin darle la relevancia a las prácticas laborales. Para el logro de una inserción efectiva de los profesionales y la correspondencia con las expectativas existentes, debe trabajarse articuladamente entre las instituciones públicas de enseñanza superior de Manabí y aquellas responsables por la contratación de personal.

**Palabras claves:** Turismo, expectativas laborales, inserción laboral, profesionales en turismo, perfil profesional, enseñanza turística universitaria.

### ABSTRACT

Universities have a responsibility to know the social impact that professionals have and to evaluate the performance of their graduates to solve problems in their specialty. The Escuela Superior Politécnica Agropecuaria of Manabí Manuel Félix López (spam MFL), the secular university Eloy Alfaro of Manabí (ULEAM) and the State University of the south of Manabí (UNESUM) are the state universities of the province of Manabí that included in from their areas of study to tourism; However, the current position of graduates in this profession is unknown. Based on this, the objective is to analyze the work expectations of tourism professionals graduated from the public universities of Manabí. A study of exploratory and descriptive type was carried out, with three phases. Initiating with a bibliographical study related to occupational and professional profiles in the tourist activity, as well as the scope of the public universities of the province of Manabí, with a documentary analysis and the application of interviews Semi-structured to investigate the reality that universities ignore. In a second phase, a diagnosis of the current state of the expectations of the tourism professionals and their contribution to the development of this activity was applied, through the application of surveys, where the levels of insertion and the expectations were determined of the professionals, taking a sample in the period 2012-2017, based on a proportional probabilistic random sampling of finite population. I have analyzed the difficulties with the professional activities of tourism and related areas, given their training in universities in the tourism field of Manabí. Finally, it was carried out the approach of strategies of improvement and direction towards a pertinent performance in the positions of works and the correspondence with the generated expectations of the own university formation. The results of the work are in excess of the offer of professionally qualified labour with low remuneration, justified by the absence of working spaces, which in many cases are occupied by technical personnel, without higher studies or of Other areas of training. The tourism courses and related areas have a wide content, without giving the relevance to the work practices. For the achievement of an effective insertion of the professionals and the correspondence with the existing expectations, it must work articulately between the public institutions of higher education of Manabí and those responsible for the hiring of Personal.

**Keywords:** Tourism, job expectations, job placement, professionals in tourism, professional profile, university tourism teaching.

## LA GESTIÓN COMERCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO DE LAS PYMES HOTELERAS DE MANABÍ

Johnny Edison Ponce Andrade<sup>1</sup>, johnny.ponce@uleam.edu.ec, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
Dayni Lisseth Palacios Molina<sup>2</sup>, dayni.palacios@uleam.edu.ec, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

### RESUMEN

En esta era de la gestión del conocimiento y el desarrollo de las TIC, resulta imperante para las organizaciones de todo tamaño tener definidas sus estrategias empresariales, dado que si quieren asegurar su supervivencia en el tiempo, deben tener un plan estratégico definido, con acciones y uso eficiente de recursos para alcanzar sus metas; así la gestión comercial se transforma hoy en uno de los aspectos más angulares para las empresas que aplican la administración moderna, permitiéndoles encaminar su crecimiento. La presente investigación utiliza las variables gestión comercial (GC) y crecimiento empresarial (CE) por estar intrínsecamente relacionadas, pues así lo afirman teóricos como, Drucker, Kotler, Armstrong, Stanton Etzel y Walker, entre otros. El propósito del estudio buscaba identificar los principales problemas de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de Manabí, en torno a las variables referidas, con dimensiones e indicadores, que para fines de una estructura científica-investigativa, la GC es la Variable Independiente y el CE la Variable Dependiente. Así mismo, se plantea como objetivo general establecer la incidencia de la gestión comercial en el crecimiento de las PYMES del sector estudiado; de igual manera tres objetivos específicos subsiguientes dan soporte al objetivo general, que son: 1) Establecer en qué medida las prácticas del Marketing influyen en el crecimiento de las PYMES del Sector Turístico Hotelero de la Provincia de Manabí-Ecuador. 2) Establecer en qué medida los programas de capacitación para el RRHH, influyen en el crecimiento de las PYMES del Sector Turístico Hotelero de Manabí-Ecuador. 3) Establecer en qué medida la innovación de los procesos administrativos influyen en el crecimiento de las PYMES del Sector Turístico Hotelero de la Provincia de Manabí-Ecuador. Se aplicaron 246 encuestas a los gerentes/administradores de estas unidades de negocio. El método de investigación es lógico inductivo, a través de la validación de una hipótesis general y tres específicas, utilizando el software estadístico SPSS 21. La prueba de Alfa de Cronbach para validar el instrumento (encuesta en escala de Likert) arrojó un 0.994, significando que existe un alto nivel de confiabilidad en los datos recabados; el Rho de Spearman en la hipótesis general es de 0,966 evidenciando un nivel de correlación positiva significativa, con confiabilidad cercana a 1. Con los resultados logrados en la investigación, se da cuenta del cumplimiento de los objetivos planteados.

**Palabras Clave:** Gestión comercial, Crecimiento empresarial, PYME, Marketing, Turismo.

### ABSTRACT

In this era of knowledge management and ICT development, it is imperative for organizations of all sizes to have their business strategies defined, given that if they want to ensure their survival over time, they must have a defined strategic plan, with actions and efficient use of resources to achieve your goals; Thus, commercial management is today one of the most angular aspects for companies that apply modern administration, allowing them to direct their growth. The present research uses the variables commercial management (CG) and business growth (CE) because they are intrinsically related, since this is what theorists like, Drucker, Kotler, Armstrong, Stanton Etzel and Walker, among others. The purpose of the study was to identify the main problems of the small and medium-sized hotel companies in Manabí, around the referred variables, with dimensions and indicators, that for the purpose of a scientific-investigative structure, the GC is the Independent Variable and the CE the Dependent Variable. Likewise, it is proposed as a general objective to establish the incidence of commercial management in the growth of SMEs in the sector studied; Likewise, three subsequent specific objectives support the general objective, which are: 1) To establish the extent to which Marketing practices influence the growth of SMEs in the Hotel Tourism Sector of the Province of Manabí-Ecuador. 2) To establish the extent to which the training programs for HR influence the growth of SMEs in the Tourism Sector of Manabí-Ecuador. 3) To establish to what extent the innovation of the administrative processes influence the growth of the SMEs of the Hotel Tourism Sector of the Province of Manabí-Ecuador. 246 surveys were applied to the managers / managers of these business units. The research method is logical inductive, through the validation of a general hypothesis and three specific ones, using the statistical software SPSS 21. The Cronbach's Alpha test to validate the instrument (survey on Likert scale) gave a 0.994, meaning that there is a high level of reliability in the data collected; the Spearman's Rho in the general hypothesis is of 0.966 showing a significant positive correlation level, with reliability close to 1. With the results obtained in the investigation, the fulfillment of the proposed objectives is realized.

**Keywords:** Commercial management, Business growth, SMEs, Marketing, Tourism.

## MARCO LEGAL PARA LA ZONIFICACIÓN TURÍSTICA DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES DE BIOCORREDOR, DEL CANTÓN SANTA ANA, MANABÍ

Irene Rodríguez Pincay<sup>1</sup>, ireneroro85@gmail.com, Escuela Superior Politécnica de Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López  
Liliana Azucena Briones Looz<sup>2</sup>, lilabrimon@hotmail.com, Escuela Superior Politécnica de Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

### RESUMEN

Santa Ana es un cantón de la provincia de Manabí que posee valles, rodeado de cerros y montañas, acompañados de balnearios que ofrecen recreación y descanso con variada gastronomía complementada de su identidad cultural y tradición oral. Para este sector la actividad turística es de gran importancia porque la comunidad se beneficia en términos económicos, dicha actividad se centran en el Biocorredor de la ciudad que comprende 41 km desde la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga hasta Poza Honda de la parroquia Honorato Vásquez; pese a esta importancia los impactos generados han ido en contra de la organización y conservación de los recursos naturales y culturales, de esta manera la investigación pretende contribuir con el orden y desarrollo ecológico y socioeconómico del área de estudio, por lo cual se plantea como objetivo para la zonificación turística: Establecer un Marco Legal sobre la Planificación Territorial y desarrollo turístico sostenible del área de estudio. Partiendo de la revisión bibliográfica y método analítico sintético, se analizaron las leyes evaluando su consistencia, luego se aplicaron para sustentar y fortalecer el estudio desde el punto de vista ambiental, económico y socio cultural. En la elaboración del marco legal se analizó datos e información, de fuentes primarias, entre ellos documentos del sector público como: Ley de Turismo, Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, Constitución de la República del Ecuador 2008, Agenda 2030, Ley de Gestión Ambiental, Ley de Recursos Hídricos, usos y aprovechamiento del agua, Código de Ordenamiento Territorial Autonomía Descentralización (COOTAD), Ley para la Conservación y uso sustentable para la biodiversidad, Libro III Régimen Forestal, así como también documentos oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana relacionados con el producto turístico y protección de bien turístico. Para la organización de la información se utilizaron fichas de registro que permitieron identificar y clasificar fácilmente los datos consultados en cada una de las fuentes. Por consiguiente se alinearon los artículos de las leyes, objetivos y políticas de los planes de desarrollo para la compatibilización de las diferentes normas ambientales y de turismo vigente en el país, bajo los principios del desarrollo sostenible y conservación del patrimonio cultural y natural con la participación efectiva y responsable de la población local, obteniendo como resultado la estructura del marco legal que contribuirá como base para la zonificación turística aportando al aprovechamiento de sus recursos y al ordenamiento territorial.

**Palabras claves:** Zonificación turística, sostenibilidad, marco legal, recursos naturales y culturales.

### ABSTRACT

Santa Ana is a city of the Manabí province that has valleys, surrounded by hills and mountains, accompanied by spas that offer recreation and relaxation with varied cuisine complemented by its cultural identity and oral tradition. For this sector the tourist activity is of great importance because the community benefits in economic terms, this activity is centered in the Biocorridor of the city that includes 41 km from the parish of Santa Ana de Vuelta Larga to Poza Honda of the Honorato Vásquez parish; Despite this importance, the impacts that have been generated have gone against the organization and conservation of natural and cultural resources, in this way the research aims to contribute to the order and ecological and socioeconomic development of the study area, which is why raises as objective for tourist zoning: Establish a Legal Framework on Territorial Planning and sustainable tourism development of the study area. Starting from the bibliographic review and synthetic analytical method, the laws were analyzed evaluating their consistency, then they were applied to sustain and strengthen the study from the environmental, economic and socio-cultural point of view. In the elaboration of the legal framework, data and information were analyzed from primary sources, among them public sector documents such as: Tourism Law, National Development Plan 2017-2021, Constitution of the Republic of Ecuador 2008, Agenda 2030, Law on Management Environmental, Law of Water Resources, uses and use of water, Code of Territorial Order Autonomy Decentralization (COOTAD), Law for the Conservation and sustainable use for biodiversity, Book III Forest Regime, as well as official documents of the Autonomous Decentralized Government of Santa Ana related to the tourist product and protection of tourist good. For the organization of the information, registration cards were used to identify and easily classify the data consulted in each of the sources. Therefore, the articles of the laws, objectives and policies of the development plans were aligned for the compatibility of the different environmental and tourism regulations in force in the country, under the principles of sustainable development and conservation of cultural and natural heritage with the participation of effective and responsible for the local population, obtaining as a result the structure of the legal framework that will contribute as a basis for tourist zoning contributing to the use of its resources and territorial ordering.

**Keywords:** Tourist zoning, sustainability, legal framework, natural and cultural resources.



## PROPUESTA CIRCUITO AGROTURÍSTICO DE LA CAÑA GUADUA EN EL CANTÓN MONTALVO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS

Deysi Adriana Pesantes Sangacha<sup>1</sup>, dpesantes@utb.edu.ec, Universidad Técnica de Babahoyo  
Jessica Eliana Filian Rodríguez<sup>2</sup>, jfilian@utb.edu.ec, Universidad Técnica de Babahoyo  
Nelly Esther Castro Molina<sup>3</sup>, nelcastro@utb.edu.ec, Universidad Técnica de Babahoyo  
Johana Alejandra Olaya Reyes<sup>4</sup>, jolaya@utb.edu.ec, Universidad Técnica de Babahoyo

### RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en el cantón Montalvo de la Provincia de Los Ríos, con la finalidad de presentar un diseño de circuito agroturístico que demande la inserción de los agricultores de caña guadua a la actividad turística local. El problema detectado se relaciona con los limitados productos turísticos organizados y desarrollados de forma integral con los que cuenta el cantón. Al determinar la importancia de la producción y usos de la caña guadua, analizar la situación actual del cantón Montalvo en el ámbito turístico, social y económico y establecer estrategias que permitan el desarrollo de un circuito turístico contribuirá notablemente en la mejora de sus indicadores económicos y sociales. El estudio presenta una modalidad cuali-cuantitativa debido a que se realizó un estudio del tipo no experimental mediante el diseño transversal, considerando la situación del agroturismo en Montalvo en torno a la caña guadua a la fecha del desarrollo de trabajo; de la misma manera se utilizaron los métodos enmarcados dentro del nivel empírico del conocimiento, donde destacan: el análisis documental, la observación científica, y la encuesta. Montalvo presenta un elevado potencial turístico gracias a los recursos naturales y culturales existentes, sin embargo, poco se ha realizado para obtener beneficios provenientes del desarrollo del sector. El cantón no presenta un producto turístico desarrollado en torno a su realidad, lo cual ha ocasionado que el turismo existente crezca de forma informal, desorganizada, y muchas veces poniendo en riesgo la captación de turistas debido a problemas relacionados con una oferta de calidad. La investigación permitió evidenciar que la población de estudio y los actores públicos inmersos en el turismo coinciden con la importancia de la caña guadua en el cantón, debido a aspectos de producción, donde destaca la presencia del producto en todo el territorio, y aspectos en cuanto a sus usos, siendo las artesanías, las infraestructuras como viviendas y muebles, e incluso vestimentas, artículos desarrollados en torno al mismo. La evidencia de la realidad del sector turístico del cantón Montalvo, permitió concluir que existe la necesidad de establecer las estrategias que permitan el desarrollo de un circuito turístico en torno a un producto importante como es la caña guadua. El circuito se complementa con actividades de entretenimiento en los balnearios, visita urbanística, gastronomía, transporte, alojamiento, entre otras, con el fin de dinamizar la economía de varios sectores.

**Palabras clave:** Agroturismo, caña guadua, circuito turístico, desarrollo turístico, turismo comunitario.

### ABSTRACT

The present investigation was developed in Montalvo of the Province of Los Ríos, with the purpose of presenting a design of agrotourism circuit that demands the insertion of the farmers of bamboo cane to the local tourist activity. The problem detected is related to the limited tourist products organized and developed in an integral manner with which the canton has. When determining the importance of the production and uses of the bamboo cane, analyzing the current situation of the Montalvo canton in the tourist, social and economic sphere and establishing the strategies that allow the development of a tourist circuit will contribute significantly to the improvement of its indicators economic and social. The study presents a qualitative-quantitative modality due to the fact that a non-experimental study was carried out through the transversal design, considering the situation of the agrotourism in Montalvo around the bamboo cane at the date of work development; In the same way, the methods framed within the empirical level of knowledge were used, where the following stand out: documentary analysis, scientific observation, and the survey. Montalvo has a high tourism potential thanks to existing natural and cultural resources, however little has been done to obtain benefits from the development of the sector. The canton does not present a tourism product developed around its reality, which has caused existing tourism to grow informally, disorganized, and often putting at risk the attraction of tourists due to problems related to a quality offer. The investigation made it possible to show that the study population and the public actors involved in tourism coincide with the importance of the bamboo cane in the canton, due to production aspects, where the presence of the product in the whole territory stands out, and aspects to its uses, being crafts, infrastructure such as housing and furniture, and even clothing, articles developed around it. The evidence of the reality of the tourism sector of the Montalvo canton, allowed to conclude that there is a need to establish the strategies that allow the development of a touristic circuit around an important product such as the bamboo cane. The circuit is complemented by entertainment activities in spas, urban planning, gastronomy, transportation, accommodation, among others, in order to boost the economy of various sectors.

**Keywords:** Agrotourism, bamboo cane, tourist circuit, tourist development, community tourism.

## PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA CIUDAD DE MANTA, ECUADOR



Juliana Anchundia Pazmiño<sup>1</sup>, caroanchundia@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Leydy María Cevallos Barberán<sup>2</sup>, leydy.cevallosb@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

### RESUMEN

Manta forma parte de la provincia de Manabí en Ecuador, está situada en las costas ecuatorianas, lo que hace que este destino, cuente con abundante riquezas naturales, como lo son sus quince playas, su Reserva de Vida Silvestre Marino Costera Pacoche, sus vestigios arqueológicos que se encuentran en sus comunidades, la gastronomía diversa que la identifica, además de ser considerado el primer puerto Marítimo pesquero-turístico del Ecuador; por ello, nace el interés en desarrollar un Plan Estratégico que tenga como objetivo ser un modelo de Gestión basado en la práctica de un Turismo Sostenible conservando los recursos naturales y culturales con la participación de la ciudadanía, e incentivar la economía en conjunto con entidades del Sector Público - Privado, que permita que Manta se posea como un destino turístico a nivel nacional e internacional. La metodología aplicada se basa en la amplia búsqueda de Planes estratégicos de diferentes destinos nacionales e internacionales, que sirvieron como guía en la estructuración del presente trabajo, se recopila toda la información del destino, para luego someterla a un exhaustivo análisis, y tener un contexto global de la situación turística de la ciudad, sumado a este proceso se realizan entrevistas a agentes turísticos del cantón, corroborando la información recopilada con anterioridad, una vez que se plantean los ajustes de la información obtenida, surge la elaboración del diagnóstico del cantón a través de la Matriz DAFO, con cuyos resultados se propone trabajar bajo cuatro componentes que están articuladas a cada una de las estrategias propuestas y responden a los objetivos específicos planteados en el trabajo. La propuesta del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para la ciudad de Manta, responde a las necesidades actuales del cantón en cuanto a su actividad turística, por lo que es viable su implementación con una visión futura e integral, bajo el trabajo mancomunado entre los diferentes actores del sector público – privados y sociedad civil, que permitan fortalecer la cadena de valor, optimizando los resultados. Este plan consolida su actuación bajo un componente clave, que es el desarrollo de la oferta turística; a través de la mejora de la oferta, la diversificación, desestacionalización y la generación de conocimientos, estrategias que se alinean a los objetivos específicos del plan, logrando así maximizar los beneficios de la actividad turística de la ciudad.

**Palabras claves:** Estratégico, desestacionalización, diversificación, desarrollo, diagnóstico

### ABSTRACT

Manta is part of the province of Manabí in Ecuador, is located on the Ecuadorian coast, which makes this destination, has abundant natural wealth, such as its fifteen beaches, its Pacoche Marine Coastal Wildlife Reserve, its archaeological remains that we find in their communities, the diverse gastronomy that the identification, in addition to being considered the first marine fishingtourist port of the equator; For this reason, our interest in developing a Strategic Plan is born, which aims to be a management model based on the practice of Sustainable Tourism. Conserve natural and cultural resources with the participation of citizens, and encourage the economy in conjunction with entities of the Public - Private Sector, which allows it to pose as a national and international tourist destination. The methodology applied is based on the wide search of strategic plans of different national and international destinations, which served as a guide in structuring this work, collecting all the information of the destination, then submitting it to analysis, and having a global context of the tourism situation of the city, in addition to this process, interviews are carried out with touristic agents of the canton, corroborating the information gathered previously, once the adjustments of the obtained information are considered, the diagnosis of the canton is elaborated through the DAFO form, with whose results it is proposed to work under four components that are articulated to each of the proposed strategies and respond to the specific objectives set out in the work. The proposal of the Strategic Plan of Tourist Development for the city of Manta, responds to the current needs of the canton in terms of its tourist activity, so it is feasible to implement it with a future and integral vision, under the joint work between the different actors of the public sector - private and civil society, that allow to strengthen the value chain, consolidating and optimizing the results. This plan consolidates its action under its key component, which is the development of the tourist offer; through the improvement of supply, diversification, seasonality and the generation of knowledge, strategies that align with the specific objectives of the plan and that will maximize the benefits of the city's tourism activity.

**Keywords:** Strategic, Seasonalization, Diversification, Development, Diagnosis

## PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA COJIMIÉS



Eliana Pilar Mera Bravo<sup>1</sup>, eliapila9@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Denisse Aguilar Méndez<sup>2</sup>, denisseaguilar.uleam@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Milton Fabian Bravo Bermello<sup>3</sup>, miltonbravo1982@gmail.com, Pedernales, Manabí, Ecuador

### RESUMEN

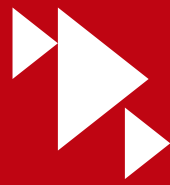
Cojimíes está ubicado a 45 kilómetros de la ciudad de Pedernales y se constituye en una parroquia rural del cantón Pedernales, posee una extensa playa con arena de textura suave de color gris, y oleaje moderado; sus aguas muestran una coloración que va del azul al verde; ideal para nadar, tomar baños de sol y contemplar el ocaso, rodeada de 17 kilómetros de palmeras de coco, es uno de los destinos turísticos de la provincia de Manabí preferido por turistas nacionales, especialmente provenientes de la región Sierra. La mayoría de sus habitantes se dedican a la recolección de productos del mar, manglar, pesca artesanal y en menor escala de cultivos y el turismo. Bajo esta premisa, Cojimies es un destino con una situación geográfica que le confiere una especial singularidad y un conjunto de recursos que lo convierten en un punto de interés turístico, a pesar de esto no cuenta con un Plan de Marketing Turístico que le permita promocionar sus atractivos y posicionarse en el mercado, por esta razón se eligió el Atractivo Cojimies – Pedernales, como producto turístico para el desarrollo de esta propuesta, con el objetivo fundamental de determinar un modelo de desarrollo turístico que promueva el progreso equilibrado, definiendo productos basados en el óptimo aprovechamiento de los recursos que se posee. La metodología utilizada fue la revisión bibliográfica y una investigación de tipo cualitativo definiendo el trazado del Plan de Marketing Turístico que inició con el análisis situacional, formulación estratégica, programas operativos. Por lo tanto, se concluye que es posible posicionar a Cojimies como una zona dinámica con un atractivo turístico diferencial y sustentable que a su vez promueva la generación de empleos directos e indirectos, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de sus habitantes y el cuidado y preservación de los recursos naturales mediante la implementación del Plan de Marketing turístico, el mismo que se planificó a corto y mediano plazo, tomando en consideración los repentinos cambios en el entorno.

**Palabras clave:** Marketing, turismo, recursos, desarrollo, investigación

### ABSTRACT

Cojimies is located 45 kilometers from the city of Pedernales and is a rural parish in the canton of Pedernales. It has an extensive beach with soft gray colored sand and moderate waves; its waters show a coloration that goes from blue to green; ideal for swimming, sunbathing and contemplating the sunset, surrounded by 17 kilometers of coconut palms, it is one of the tourist destinations of the province of Manabí preferred by national tourists, especially from the Sierra region. The majority of its inhabitants are dedicated to the collection of products from the sea, mangroves, artisanal fisheries and, on a smaller scale, crops and tourism. Under this premise, Cojimies is a destination with a geographical situation that gives it a special uniqueness and a set of resources that make it a point of tourist interest, despite this it does not have a Tourism Marketing Plan that allows it to promote its attractive and position in the market, for this reason the Attractive Cojimies - Pedernales was chosen as a tourism product for the development of this proposal, with the fundamental objective of determining a model of tourism development that promotes balanced progress, defining products based on the optimal use of the resources that are possessed. The methodology used was the literature review and qualitative research defining the layout of the Tourism Marketing Plan that began with situational analysis, strategic formulation, operational programs. Therefore, it is concluded that it is possible to position Cojimies as a dynamic area with a differential and sustainable tourism attraction that in turn promotes the generation of direct and indirect jobs, contributing to improve the quality of life of its inhabitants and the care and preservation of natural resources through the implementation of the Tourism Marketing Plan, which was planned in the short and medium term, taking into account the sudden changes in the environment.

**Keywords:** Marketing, tourism, resources, development, research



# Artículos



## ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS EMPRESAS HOTELERAS DEL CANTÓN SUCRE

Pedro Fabián Pazmiño Vergara<sup>1</sup>, fabianpazminovergara@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
Frank Lemoine Quintero<sup>2</sup>, fangel64@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez

### RESUMEN

Este estudio presenta un análisis descriptivo de los aspectos relacionados con la satisfacción al cliente como parte de los indicadores de eficiencia empresarial, así como la importancia de realizar de manera recurrente la medición de los niveles de la calidad percibida por los clientes de una empresa hotelera. El objetivo del presente trabajo es proponer dos métodos para medir la satisfacción de los clientes en las empresas del Cantón Sucre. Se desarrolló una investigación bibliográfica y descriptiva para dar respuestas al objetivo planteado. Se estudiaron dos modelos que desde su conceptualización aportan a la investigación realizada, el primer modelo aporta a la calidad percibida para medir el índice de satisfacción del cliente, los aspectos medidos serán en valores cuantitativos. La fórmula global para determinar la satisfacción al cliente permitirá medir el error del modelo y la importancia del factor. El segundo modelo permitió medir el nivel de satisfacción a partir del cliente oculto "Mystery Shopping", a fin de evaluar a los clientes internos ofreciendo información de las operaciones y de la calidad del servicio ofrecido. Este modelo permite evaluar dos escenarios arrojando resultados efectivos. Las conclusiones estuvieron orientadas a fundamentar el cumplimiento del objetivo propuesto, así como ratificar el nivel de significancia de la verdadera satisfacción al cliente, medida no desde la entidad que presta el servicio, evaluando su nivel de cumplimiento en relación a la oferta promocionada, sino a la percepción del cliente luego de haber recibido los servicios contratados. El grado de satisfacción del cliente puede medirse estableciendo las diferencias entre el valor percibido por el usuario y las expectativas generadas de forma previa a la recepción del servicio contratado, cuyos modelos aportan positivamente desde su estructura y diseño. Se tiene que poner cuidado especial en proteger a los "Mystery Shoppers" de cualquier implicación negativa que la implementación del campo pueda tener tales como posibles efectos en su crédito personal.

**Palabras Claves:** satisfacción; descriptivo; servicio; percibido

### SUMMARY

This study presents a descriptive analysis of the aspects related to customer satisfaction as part of the indicators of business efficiency, as well as the importance of performing recurrently the measurement of levels of perceived quality by the clients of a hotel company. The objective of the present work is to propose two methods to measure the satisfaction of the clients of the companies of Cantón Sucre that contribute to the research project of the Marketing career. A bibliographical and descriptive research was developed to give answers to the proposed objective. We study two models that from their conceptualization contribute to the research carried out, the first model contributes to the perceived quality to measure the customer satisfaction index, the measured aspects will be in quantitative values. The global formula to determine customer satisfaction will allow to measure the error of the model and the importance of the factor. The second model allows to measure the level of satisfaction from the hidden "Mystery Shopping" client, which allows evaluating the internal clients offering information about the operations and the quality of the offered service. This model allows to evaluate two scenarios yielding effective results. The conclusions were oriented to base the fulfillment of the proposed objective, as well as to ratify the level of significance of true customer satisfaction, measured not from the entity that provides the service, evaluating its level of compliance in relation to the promoted offer, but to the client's perception after having received the contracted services. The degree of customer satisfaction can be measured by establishing the differences between the value perceived by the user and the expectations generated prior to receiving the contracted service, whose models contribute positively from its structure and design. Special care must be taken to protect the "Mystery Shoppers" from any negative implications that the implementation of the field may have such as possible effects on their personal credit.

**Keywords:** satisfaction; descriptive; service; perceived

## INTRODUCCIÓN

La satisfacción al cliente es un elemento de gran importancia para el desarrollo de las empresas hoteleras, constituyéndose en una variable fundamental para la toma de decisiones relacionadas con el incremento de ingresos de entidades del sector. El proceso de satisfacción al cliente no sólo se basa en la búsqueda de clientes, sino en mantenerlos, y una manera de lograrlo es a través de una excelente atención. Ello implica centrarse en el cliente, propiciar una relación que garantice la cobertura de sus necesidades, diseñar el ambiente apropiado que lo motive a permanecer y de ser posible, ampliar el tiempo de estadía en el establecimiento, todo lo cual puede constituir la forma de destacarse de los negocios alternativos o sustitutos. Entre un cliente satisfecho y la firma se permuta valor en función de la utilidad (en términos monetarios) o de los beneficios recibidos, generándose un entramado donde el aporte de valor se traduce en compromiso y lealtad con la empresa. Una superior conservación de clientes en forma sistemática conlleva el potencial de más altas utilidades.

Sin embargo, la tarea no resulta fácil, por cuanto en la actualidad una de las características en países desarrollados, son los clientes que presentan un menor nivel de fidelidad, más conocedores y más exigentes. No es suficiente un buen servicio para garantizar los ingresos, ya que los clientes buscan además de satisfacer sus necesidades, ser tratados como personas, que los atienda un empleado amable, no ser un elemento más en la facturación, entre otros aspectos. Por tanto, no es extraño encontrar estadísticas que muestran lo dañino que resulta para la organización una pésima atención al cliente, y más aún un cliente contrariado, y no son simples estadísticas, la pérdida de clientes es indicativa hasta el punto de denotar que la compañía no está creando valor.

La presente investigación aborda inicialmente la definición de cliente y su clasificación; posteriormente se expone la importancia de la medición de la satisfacción del cliente; se detallan dos modelos utilizados como herramientas para la medición de la satisfacción del cliente; y finalmente, las conclusiones derivadas del estudio.

El cliente es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por para el cual se crean productos en las empresas. (Bastos Boubeta, 2007), como tal, no permanece impasible ante la realidad que le rodea, sino que actúa de formas diferentes. Se mueve por necesidades o deseos y su nivel de contacto vendrá determinado por la percepción que tenga en cada momento de esa necesidad o deseo. Esto conlleva un esfuerzo asimilador y de interiorización que es subjetivo en cada individuo, y que determina que un cliente resulte distinto de otro. En primer lugar, y en un sentido general, una empresa u organización tiene dos tipos de clientes:

**1. Clientes Actuales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

**2. Clientes Potenciales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros. (Thompson, 2006).



(Llamas, 2004), expone en su obra “Estructura científica de las ventas”, las características que debe cumplir un individuo para ser considerado como cliente potencial de una entidad, los cuales se detallan a continuación:

- Capacidad adquisitiva (Contar con los recursos para la adquisición)
- Capacidad de decisión (Ser la persona que pueda optar directamente por la opción de compra)
- Necesidades (Deseo relacionado con el satisfactor propuesto)

Manifiesta adicionalmente que si una persona carece de alguno de estos condicionantes, no puede considerárselo como prospecto de cliente, por lo que no debe invertirse tiempo ni esfuerzo en él. (Llamas, 2004). Para (Paz Couso, 2005) el concepto de cliente analizado desde la perspectiva del servicio, tiene diferentes maneras de interpretación, las mismas que son:

- Cliente es aquel que pertenece al público objetivo
- Cliente es el comprador potencial
- Cliente es el comprador eventual
- Cliente es el comprador habitual

A continuación, se detallan los aspectos más importantes señalados por (Paz Couso, 2005), para cada uno de los tipos de clientes: **a)** El cliente que pertenece al público objetivo es aquel al que se hace referencia cuando se define el mercado, a quien dirigimos las campañas de marketing y/o vendemos los productos **b)** El cliente potencial es aquel que no compra todavía, pero forma parte del público objetivo y puede estar comprando a algún competidor. Mientras el público objetivo se define como un grupo de personas o empresas que comparten una serie de características que las relacionan con producto o servicio ofrecido. **c)** El cliente eventual y el cliente habitual comparten una característica que consiste en que ambos son compradores reales o actuales de la empresa. La diferencia entre ambos está en función de su frecuencia de compra, es decir, el primero no es un cliente fiel, mientras que si lo es el segundo. Este es nuestro cliente ideal, con el que mantenemos una relación más estrecha y del que poseemos bastante información, no solo de sus hábitos de compra, productos que elige, etc., sino también de sus gustos, aficiones, etc. Es el tipo de cliente en que nos gustaría que se convirtiesen todos nuestros clientes eventuales.

Otro tipo de clientes son los indirectos. (Varo, 1994) manifiesta al respecto que pueden considerarse como tales: “Aquellas personas no relacionadas con la empresa, a las cuales el producto les afecta de alguna manera, por ejemplo, los individuos que viven en un área geográfica cuyo medio ambiente es considerado contaminado por una fábrica. La satisfacción es una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia recibida percibida entre su experiencia previa/expectativas de nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con nuestra organización, una vez que ha probado nuestro producto. (Vavra, 2003). Para (Botero & Peña, 2006) “La percepción de la calidad en el servicio, debe estar respaldada por una estructura y gestión organizacional, de tal forma que se cree una filosofía de servicio que busque superar las expectativas de los clientes”.

La satisfacción está en función del desempeño percibido y de las expectativas planteadas, si estas se cumplen al usar el bien o el servicio, el cliente se siente satisfecho, en caso contrario queda insatisfecho. (Peñalosa de García, 2004). En el sitio web (ORION2020.ORG, 2004), se expone un resumen del libro “Compitiendo por el Futuro”, de los autores (Hamel & Prahalad, 1996), en donde manifiestan que la satisfacción al cliente es un tema de actualidad y de permanente interés, sin embargo, destacan que al no tener los clientes visión de futuro, es tarea de la empresa desarrollar actividades innovadoras para alcanzar permanentemente la eficiencia en relación con el servicio ofrecido y la calidad percibida por el cliente. Se destaca al final del análisis del texto citado, la siguiente frase: “Si quiere crear el futuro, más que satisfacer al cliente, deberá sorprenderlos”.

Podemos considerar que las necesidades y exigencias del cliente son aquellas características del producto o servicio que representan unas dimensiones importantes. Son aquellas dimensiones

sobre las que los clientes basan su opinión del producto o servicio (Hayes, 2002). Para toda entidad u organización, es fundamental determinar argumentos que demuestren la calidad de los productos ofrecidos en función de las exigencias de los clientes. Es importante tener como base para evaluar la real eficiencia en la entrega de un bien o prestación de un servicio, la concepción y alcance de lo que para el cliente representa la calidad, asociándola exclusivamente a la percepción obtenida de forma directa por cada uno de ellos. La calidad o efectividad de un producto está determinada por el cliente y no por la empresa.

La norma ISO 9000:2005, plantea una definición del término Satisfacción del Cliente, en la sección Fundamentos y vocabularios, la misma que expresa lo siguiente: "Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos". La definición propuesta por la norma ISO 9000:2005, establece que la satisfacción al cliente, está determinada íntegramente por el usuario, en función del sentido de cobertura total o parcial de una necesidad por parte de la entidad que entrega el bien o presta el servicio. Por lo expuesto, se debe tener clara la idea de que la empresa no debe medir la eficiencia en la prestación de los servicios, de acuerdo a estrategias internas que pretendan intuir si el cliente se encuentra satisfecho, sino a través de evidencias que demuestren los diferentes niveles de cobertura de las expectativas según el real criterio del usuario.

La satisfacción del cliente es un factor importante en el logro de la ventaja competitiva sostenible de diferenciación por parte de las empresas hoteleras. (Maté Jiménez, Fernández García, & Campos Soria, 2001). La prestación de un servicio que suponga un elevado valor añadido para el destinatario del mismo, sólo puede alcanzarse implicando a toda la organización en procesos de mejora continua, de acuerdo con la filosofía de la Calidad Total. (Maté Jiménez, Fernández García, & Campos Soria, 2001).

El posicionamiento estratégico (o logro de la ventaja competitiva sostenible) de una empresa dentro de un sector puede alcanzarse a partir de dos vías (Porter, 1982): ser el líder en costes o tener un producto diferenciado. Actualmente, dadas las condiciones particulares en las que se encuentra el sector, la estrategia de reducción de costes debería ocupar un segundo plano a favor de una estrategia basada en la diferenciación del producto (Camisón, 1996b). Las variables que componen la diferenciación pueden ser de carácter extrínseco e intrínseco (Zeithaml, 1988). Las primeras no son propias del servicio prestado por cada establecimiento, pues recogen el precio del servicio, el nombre de la marca, la reputación y el nivel de publicidad; por el contrario, las segundas sí son específicas de cada servicio, pudiendo ser de carácter tangible e intangible. El consumidor es especialmente sensible a los atributos intrínsecos cuando infiere la calidad del servicio recibido. De acuerdo al criterio de (Romero, 2006), el respeto y aplicación de los principios éticos de una entidad resultan esenciales en la generación de calidad en la prestación de un servicio, señalando al respecto que: "La relación de los principios y valores éticos con el proceso de atención a los clientes es el resultado de la actitud profesional asumida por el personal de atención, el cual debe dirigirse con cortesía ética, mayor disposición y propiciar y mantener unas relaciones asertivas entre institución y cliente".

### **Metodología.**

Método estadístico descriptivo: Para Borderleau (1987) "En el caso de la investigación estadística descriptiva, la indagación va dirigida a responder a las preguntas quién, qué, dónde, cuándo, cuántos". Este método tiene como objetivo la descripción del evento de estudio, se asocia al diagnóstico que se realizó en las playas, para esto se trabajó con varios eventos de estudio teniendo en cuenta las variables del caso de estudio.

En la presente investigación se utilizaron técnicas e instrumentos como:

- Lectura científica: Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial y el análisis de técnicas o herramientas que permitan evaluar niveles de turismo en la zona.





## RESULTADOS

Desde la concepción científica según estudios de revisión bibliográfica se parte del estudio de técnicas de medición de la satisfacción del cliente. Muchas empresas desarrollan como una herramienta para medir la satisfacción del cliente, la creación de un sistema para que los usuarios manifiesten sus inconformidades, conocido en algunas instituciones como “buzón de sugerencias” o “centro de quejas”, sirviendo en ocasiones, la información receptada, como elemento para mejorar alguna etapa del proceso de prestación del servicio. Lógicamente la presencia de permanentes y numerosas sugerencias, es un indicador que genera gran preocupación, ya que claramente se puede evidenciar una marcada disminución del grado de satisfacción del servicio recibido, por varias causas que de acuerdo a la percepción empresarial eran caminos adecuados para culminar con efectividad un proceso de venta.

Una situación opuesta, es decir la no presencia de sugerencias o quejas, no debe constituirse en un elemento que una entidad pueda interpretar como idoneidad del sistema establecido para la entrega de bienes o prestación de servicios, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre cliente y empresa, o que las quejas se realizan, pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor. El grado de satisfacción del cliente puede medirse estableciendo las diferencias entre el valor percibido por el usuario y las expectativas generadas de forma previa a la recepción del servicio contratado. El valor percibido es aquel valor que el cliente considera haber obtenido a través del desempeño del producto o servicio que adquirió. Las expectativas en cambio, conforman las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo.

Ante los aspectos que dependen directamente de la empresa, esta se encuentra con el dilema de establecer el nivel correcto de expectativas, ya que las expectativas demasiado bajas no atraen suficientes clientes; pero las expectativas demasiado altas generan clientes decepcionados luego de la compra. Un detalle muy interesante a tener en cuenta es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente, no siempre está asociada con una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente, algo atribuible a las actividades del marketing.

Las entidades deben considerar la medición de la satisfacción al cliente, no en el grado en que la empresa ha cumplido con los servicios ofrecidos, sino en función de las necesidades o expectativas cubiertas de acuerdo a la evaluación realizada por el propio usuario o cliente. A manera de ilustración, puede decirse que, el hecho que un profesor haya cumplido con el programa de una materia en un curso, no garantiza que el estudiante haya asimilado satisfactoriamente todo el contenido de la asignatura. En este ejemplo se está evaluando la cobertura de una necesidad desde la perspectiva de quien presta el servicio y no de quien lo recibe.

Otro aspecto importante en la determinación del nivel de satisfacción al cliente, es la selección del método y las técnicas de medición, así como la muestra para realizar el estudio. Existen métodos cualitativos y cuantitativos para establecer en qué medida el cliente se siente satisfecho. Ambos pueden presentar debilidades, sin embargo, todo depende del nivel de confiabilidad que a juicio de la administración de la empresa genere el método escogido. Las técnicas que se utilicen, dependerán del método que se vaya a aplicar, de tal manera que, si se escoge un método cualitativo, se realizará una entrevista; y si el método es cuantitativo, se realizará un cuestionario con preguntas cerradas. Para determinar la muestra, se debe aplicar una fórmula que determine un resultado que represente la tendencia de la población o mayoría de los clientes que recibieron el servicio. Existe el riesgo de incluir por ejemplo dentro de una encuesta a personas equivocadas, que pueden incrementar el margen de error en los resultados obtenidos. Por ejemplo, si se desea conocer la satisfacción de los clientes de un hotel, debe interrogarse a los huéspedes y no a quienes acuden solamente al restaurante. Así mismo es importante que se aplique el instrumento a quienes ya recibieron el servicio, para conocer de forma integral sus observaciones y criterios.

Un aspecto que debe considerarse al escoger la muestra, es la diferencia que existe entre cliente y usuario. (Varo, 1994), señala que el cliente es la persona o entidad de compra y paga un bien o servicio, y el usuario es quien se beneficia de las bondades del elemento adquirido, aunque no haya sido de forma directa el comprador. El Ministerio de Fomento del gobierno de España a través de la (FUNDACIÓN CETMO, 2006), publicó un “Manual para la implementación de calidad”, abordando en el capítulo cinco, aspectos relacionados a la medición de la satisfacción del cliente. El documento señalado destaca diferentes métodos para obtener el nivel de satisfacción:

- Panel de usuarios (focus group), grupos de discusión y entrevistas en profundidad.
- Informes del personal en contacto con los clientes (grupos de diagnóstico)
- Investigaciones de mercado
- Encuestas de satisfacción de clientes (ESC)
- Cliente Oculto (“Mystery Shopping”)
- Seguimiento de las muestras de insatisfacción
- Análisis de indicadores operativos internos
- Medidas directas de prestación

## DISCUSIÓN

### MODELOS SUGERIDOS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE EMPRESAS HOTELERAS

Dada la importancia de conocer periódicamente el nivel de satisfacción de los clientes de las empresas hoteleras como parte del proceso de gestión administrativa eficiente, se proponen dos modelos que pueden ser considerados para alcanzar el fin propuesto. El primero se enmarca dentro de las encuestas de satisfacción de clientes y análisis de indicadores operativos internos, denominado “Medida de la calidad percibida”, propuesto por el Ministerio de Fomento del gobierno de España a través de la (FUNDACIÓN CETMO, 2006), en el “Manual para la implementación de calidad”. El segundo modelo se denomina “Cliente Oculto (“Mystery Shopping”)” y el proceso de aplicación es el planteado por (ESOMAR Asociación Mundial para la Investigación de Mercados, Social y de la Opinión, 2005), en su “Guía ESOMAR para los estudios “Mystery Shopping”.

### PRIMER MODELO: MEDIDA DE LA CALIDAD PERCIBIDA

La medida de la calidad percibida es necesaria porque permite conocer la opinión de los usuarios sobre el servicio recibido. Se realiza mediante encuestas y el resultado final se conoce como Índice de Satisfacción del Cliente. El objetivo de este tipo de índices es obtener una medida de la satisfacción del cliente. En la actualidad la mayoría de operadores de transporte de tamaño medio/grande ya realizan estudios de este tipo. Pero, la metodología usada para realizarlos y los aspectos medidos varían mucho entre las compañías. Estas diferencias pueden clasificarse en los siguientes grupos:

**Procedimiento:** desde entrevistas personales en la estación, pasando por entrevistas telefónicas o por correo.

**Frecuencia:** habitualmente una vez al año. En algunos casos mensualmente o trimestralmente.

**Escala:** desde escalas tipo 0-1 (Satisfecho / No satisfecho), hasta escalas del 0 al 10.

**Aspectos medidos:** generalmente entre 11 y 20.

**Siempre incluyen:** seguridad, limpieza, tiempo de espera/frecuencia, información, sistema de venta de billetes, y capacidad del conductor.

**Se incluyen algunas veces:** Puntualidad, Velocidad comercial, y Contestación a las reclamaciones.

### Características del sistema del ISC

A continuación, se describen determinadas características que el método de medida de la satisfacción del cliente debería cumplir:

1. El sistema debe estar basado sólo en el cliente y no deben hacerse hipótesis arbitrarias.

2. El proceso debe ser riguroso y detallado, para eliminar cualquier sesgo.
3. Todos los aspectos medidos deben ser fácilmente expresables en valores cuantitativos para permitir una fácil comparación entre ellos.
4. En todas las fases del proceso deberían controlarse los errores o posibles incoherencias.
5. Debe realizarse una correcta determinación de los pesos de los distintos aspectos estudiados. Esta es la característica más importante, ya que una buena determinación de estos pesos permitirá posteriormente la integración de todos ellos y la obtención de un buen indicador global de la calidad percibida por el cliente. También hay que ser capaz de renovar estos pesos en función de las variaciones del mercado y de los cambios de tendencias.
6. Un proceso riguroso que aproveche el máximo de la información producirá una reducción del tamaño de la muestra que reducirá unas 5 veces el coste de un estudio realizado con los sistemas habituales.

### Construcción del modelo de obtención del ISC

Para poder medir la satisfacción primero habrá que construir un modelo que lo permita. A continuación, se presentan los pasos para construirlo:

**A. Identificación del cliente.** Lo primero que habrá que determinar será de qué personas nos interesa conocer su opinión sobre el servicio ofrecido. Aparentemente, la respuesta parece obvia, pero no lo es. Está claro que los pasajeros deben ser entrevistados, pero: ¿qué sucede con los no usuarios y con los titulares del servicio? En general se recomienda un estudio mixto, es decir, entrevistar tanto usuarios como no usuarios en la proporción correcta.

**B. Modelo matemático.** La fórmula global de la satisfacción del cliente responde a la siguiente expresión:

$$Y = \sum_{i=1}^P \alpha_i \cdot X_i + R, \text{ donde:}$$

- Y = Nivel de satisfacción global del cliente.
- X<sub>i</sub> = Aspecto X del estudio.
- α<sub>i</sub> = Peso del aspecto i-ésimo (importancia del factor).
- R = Error del modelo

Se supone también que:

La media matemática del error es nula (E(R) = 0).

$$\sum_{i=1}^P \alpha_i = 1, \text{ (todos los pesos deben sumar 1 y cada uno de ellos debe ser positivo).}$$

Los aspectos seleccionados en el estudio deben ser independientes.

**C. Identificación de los aspectos a estudiar.** Para realizar un estudio de este tipo deben seleccionarse los aspectos sobre los que se va a preguntar a los encuestados. Para seleccionar estos aspectos se recomienda llevar a cabo tanto entrevistas de grupo como reuniones en grupo en las que saldrán los aspectos que la gente considera importantes en la calidad de un servicio de transportes. D. Selección de los aspectos y determinación de su importancia. Esta es la fase clave del modelo, ya que es en la que se deciden los aspectos sobre los que se va a preguntar y el peso que tendrá cada uno de ellos en el índice global. Este proceso incluye entrevistas a una muestra de unas 200 personas, seleccionadas aleatoriamente, donde se les pregunta sobre la importancia de los 50/70 aspectos seleccionados con anterioridad.

A los resultados obtenidos en estas entrevistas se les aplican técnicas estadísticas de análisis multivariante (regresión, análisis casual, etc.), después de eliminar las respuestas incoherentes, y se obtienen los siguientes resultados:

1. El número final de aspectos seleccionados para realizar la encuesta.
2. Cómo realizar la pregunta para cada uno de ellos.



3. El peso de cada uno de ellos en el índice global de satisfacción.

Esta sería la metodología a aplicar en el diseño de un I.S.C. Pero en la actualidad la mayoría de empresas que realizan un estudio de este tipo lo que hacen es preguntar a los encuestados la importancia de los aspectos al mismo tiempo que se les pregunta sobre ellos. Esta metodología no es correcta por dos razones: La importancia de los aspectos es muy similar para todos ellos (para el cliente todo es importante). El valor que el encuestado da a los distintos puntos no es el mismo con que valora sus decisiones.

En esta metodología pueden usarse cuatro métodos distintos para obtener los pesos de cada uno de los factores:

1. **Directo:** el peso es proporcional al valor dado por el cliente.
2. **Declarado:** el peso es proporcional al valor estandarizado.
3. **Regresión:** los más importantes son las que mejor prevén el valor global.
4. **Modelo:** se realiza la media entre el método directo y la regresión.

En general se recomienda usar el último de ellos, ya que es el que proporciona mejores resultados. También debe destacarse el fenómeno conocido como efecto global, que proviene de la utilización de distintos tipos de escalas para medir la satisfacción del cliente y que puede producir distorsiones en el resultado. En el caso de tener una escala de sólo dos valores (satisfecho/insatisfecho) se recomienda el uso de la regresión logística para encontrar los pesos de los distintos aspectos.

### Medición

La última fase del estudio consiste en diseñar el tamaño de la muestra y el análisis de los resultados obtenidos con la encuesta. Un tamaño de muestra entre 400 y 3000 encuestas se considera correcto para un estudio de este tipo. No obstante, con una muestra de 400 encuestas es posible obtener niveles de significancia del 95%. De forma general, el error puede estimarse de la siguiente forma:

$$\varepsilon = \sigma_c \cdot \sqrt{\frac{p \cdot q}{n}}, \text{ con } \sigma_c = 1,96 \text{ (Distribución normal) y } p = q = 0,5$$

Por lo tanto, queda  $\varepsilon^2 = 0,9604 / n$  y  $n = 0,96047 / \varepsilon^2$ . Asignando un valor al error máximo permitido se puede obtener el número mínimo de encuestas. Es común trabajar con errores del orden de 0,05. En la muestra debe estar representado todo el espectro de pasajeros y también los no clientes. En lo que respecta al análisis de los resultados, éste debe ser detallado y no limitarse a las típicas medias. Todos los datos deben ir acompañados de su correspondiente intervalo de confianza para observar las diferencias entre los valores que se comparan. Se recomiendan también los análisis por segmentos como edad, sueldo, etc. En resumen, es importante analizar con detalle todos los aspectos del estudio para poder sacar conclusiones y tomar las decisiones adecuadas.

### SEGUNDO MODELO: CLIENTE OCULTO (“MYSTERY SHOPPING”)

El objetivo de los estudios “Mystery Shopping” es ayudar a los profesionales en la mejora del servicio a clientes, ofreciendo información de las operaciones y de la calidad del servicio proporcionado. Los estudios “Mystery Shopping” pueden incluir desde las simples observaciones de punto de venta o servicio focalizándose en aspectos como la señalización, la limpieza, el tiempo de espera y/o respuesta, el estado del equipo, el cumplimiento de las normas de la compañía, etc. Los estudios “Mystery Shopping” también pueden extenderse hasta hacer una compra o solicitud de servicio cuando el evaluador actúa como si fuera un cliente actual o potencial.

Los estudios “Mystery Shopping” implican el uso de “Mystery Shoppers” (compradores simulados)

a los cuales se les encomienda observar, experimentar y medir cualquier aspecto del proceso de servicio, realizando una serie de acciones determinadas para evaluar el servicio en aspectos concretos y reportando su experiencia de una manera comparable y consistente.

Los estudios “Mystery Shopping” pueden recaer sobre:

- El servicio prestado por la organización que solicita el estudio. - Los agentes intermedios (detallistas, distribuidores, consultores, etc.).
- La competencia. Las técnicas de “Mystery Shopping” utilizadas pueden incluir: - Observación. - Visitas. - Llamadas telefónicas.
- Correo o fax. - Correo electrónico/Visitas web.

### **CONSIDERACIONES BÁSICAS**

Una característica de los estudios “Mystery Shopping” es que los sujetos objeto del estudio normalmente no conocen, en el momento que se realiza la observación, que están participando en un estudio, ya que el conocimiento de dicha circunstancia podría llevar a un comportamiento atípico e invalidar los resultados del estudio. Cuando los estudios son implementados profesionalmente y con los apropiados controles en lo relativo a los derechos de los sujetos estudiados, los estudios “Mystery Shopping” son una actividad válida y legítima. Los investigadores, a la hora de implementar los estudios “Mystery Shopping”, tienen que poner toda la atención y cuidado para asegurar al máximo que la privacidad individual es respetada y que los sujetos afectados no sean dañados o perjudicados por el resultado del estudio.

Los estudios “Mystery Shopping” tienen que ser conformes a la legislación de protección de datos y tienen que existir los adecuados controles de seguridad, tanto en el cliente como en el instituto, garantizar que cualquier dato personal no sea accesible a partes no autorizadas. En todos los casos es esencial observar la legislación y jurisprudencia que pueda gobernar las maneras concretas de obtener la información en el estudio “Mystery Shopping” (por ejemplo, contacto vía teléfono o correo electrónico). Los estudios que sean usados como un método de incrementar la distribución o ventas creando una apariencia de demanda del consumidor no se deben realizar. De igual manera, los hallazgos basados en un estudio “Mystery Shopping” no se pueden usar para fines disciplinarios o para producir cualquier tipo de desventaja en los individuos involucrados en el estudio. En general, se pueden desarrollar dos tipos de estudios “Mystery Shopping”:

En el primer tipo, el anonimato de los sujetos está salvaguardado y todos los datos recolectados son tratados como confidenciales y usados solo con fines de investigación. En el segundo tipo, el anonimato no se produce porque los datos de los sujetos son tratados individualmente para otros fines no directamente relacionados con la investigación propiamente dicha. Diferentes tipos de requisitos legales deben ser aplicables según estos dos tipos de estudio. Los casos donde todos los datos personales son tratados de forma completamente confidencial y no son usados para otro fin que el de la investigación propiamente dicha son considerados investigación de mercado y llamados ““Mystery Shopping” Research”. Si los datos personales no son completamente confidenciales y son usados también para otro fin que el de la investigación propiamente dicha, (por ejemplo en conexión con la formación del personal, el refuerzo de los esfuerzos de ventas o la creación de incentivos), el estudio no es considerado exclusivamente investigación de mercado y no puede definirse como ““Mystery Shopping” Research” sino ““Mystery Shopping” Project”.

En cualquiera de los dos escenarios, los estudios tienen que ser seguros en el sentido que no se puede solicitar a la persona encargada de realizar el campo que haga algo ilegal o que ponga en riesgo su seguridad personal, por ejemplo por razones de localización, incapacidad, género o etnia. Se tiene que poner cuidado especial en proteger a los “Mystery Shoppers” de cualquier implicación negativa que la implementación del campo pueda tener tales como posibles efectos en su crédito personal.

## DISCUSIÓN

Partiendo de los resultados analizados a partir de diferentes criterios de autores y de los modelos seleccionados para el estudio de satisfacción en el servicio hotelero se define que la metodología recomendada es la MYSTERY SHOPPING, por lo que se definen los requisitos de esta.

Para la realización de los estudios “Mystery Shopping”, los investigadores tienen que observar los siguientes requisitos generales que se aplican, tanto si se trata de ““Mystery Shopping” Research” como de ““Mystery Shopping” Projects”:

**a.** Cuando se llevan a cabo estudios en la organización del cliente que encarga el estudio, dicho cliente tiene que haber notificado con anterioridad al personal afectado y a las organizaciones de personal relevantes (sindicatos, etc.). La notificación tiene que incluir:

- Que la actividad se realizará en un periodo de tiempo futuro.
- Los objetivos y la naturaleza general del estudio - Si los datos personales serán identificados o no.
- Si audio, video u otras formas de grabar u observar a los entrevistados serán llevados a cabo. (Incluyendo adecuada información de para que se grava, de qué manera y cómo se almacenarán las grabaciones).
- Que tratamiento se dará a las pérdidas de salario por el tiempo empleado con el “Mystery shopper” (en los casos en el que el salario del personal depende de comisiones o bonos).

**b.** Los estudios “Mystery Shopping” llevados a cabo en la organización del cliente que encarga el estudio tienen que ser llevados a cabo de una manera transparente. El cliente tiene que conocer el tiempo empleado y otros posibles costes operacionales relacionados con el estudio y estar de acuerdo con ellos previamente.

**c.** Los agentes del cliente y distribuidores autorizados del cliente que organiza el estudio (de igual manera que cualquier organización que dependa del mismo) deben ser tratados de la misma manera que los estudios en la organización del cliente suponiendo que tienen la misma relación directa con el cliente. El personal de estas organizaciones debe recibir similar información como si estuvieran trabajando para el cliente que organiza el estudio. Para el caso de que no exista una relación formal entre las organizaciones, tienen que ser tratados de la misma manera que en los casos de competidores u otras organizaciones.

**d.** En los casos de estudios “Mystery Shopping” en competidores u otras organizaciones es importante que el tiempo y las actividades producidas por el estudio, sean razonables y mantenidas en un nivel mínimo. Los estudios “Mystery Shopping” en competidores u otras organizaciones solo deberán llevarse a cabo cuando se pueda asumir que ninguna desventaja sustancial resultará del estudio en las personas observadas o en su organización. Esto aplica particularmente en el caso de autónomos u otro tipo de profesionales, etc. donde el tiempo empleado en una entrevista puede implicar literalmente una pérdida de dinero.

**e.** En situaciones donde no se produce ninguna compra de producto o servicio, el periodo de tiempo empleado tiene que ser razonable en relación a la naturaleza del mercado y el tipo de solicitud de información. El tiempo implicado debe ser lo más corto posible y no debe desperdiciar los recursos de los investigados más de lo que haría una solicitud de información de un cliente normal. El nivel aceptable de duración de la observación podría venir determinado por la práctica local.

**f.** Si el estudio “Mystery Shopping” es del tipo en el que la evaluación implica algún tipo de actividad de seguimiento posterior por parte de la organización observada (por ejemplo, provisión de un folleto, etc.), el tiempo implicado en esta actividad debe ser mantenido también al mínimo.

**g.** Si el estudio “Mystery Shopping” implica realizar una reserva o solicitar una provisión, u otro tipo

de servicio o acción posterior que no forma parte de la tarea principal del estudio, dichas reservas deberían ser canceladas en cuanto sea posible una vez completado la entrevista.

**h.** Se deben establecer medidas de seguridad para evitar el procesamiento, pérdida y destrucción o daño de los datos recolectados que no estén autorizados.

**i.** Las grabaciones no deben ser mantenidas más de lo necesario para cumplimentar los objetivos principales del estudio. La entrega de las grabaciones al cliente u otros terceros implicados solo se realizará con consentimiento de las personas gravadas y solamente para el uso acordado previamente.

### **REQUISITOS ADICIONALES PARA LA INVESTIGACION “MYSTERY SHOPPING”**

Para los estudios que puedan calificarse como “Mystery Shopping Research”, además de los requisitos arriba descritos, deberán observar los siguientes requisitos adicionales:

**a.** Los datos personales individuales no deben ser revelados o ser identificables.

**b.** Los entrevistados no deberán ser gravados electrónicamente o por otros medios si esto pudiese poner en peligro el anonimato de los sujetos y si es imposible obtener el acuerdo para ello.

**c.** Si el cliente va a recibir una lista de lugares (por ejemplo tiendas) usados para la observación o realización del campo, el resultado deber ser dado en forma que no pueda llevar a la identificación de las personas individualmente.

**d.** Sin embargo, si la identificación de las personas puede ser posible porque solamente hay una persona encargada en el punto donde la observación o visita ha sido realizado o si a través del día o la hora de la visita el cliente puede descubrir por sí mismo la identidad de las personas, entonces este estudio no debería describirse como “Mystery Shopping” Research”.

### **CONCLUSIONES**

Los modelos propuestos para medir el nivel de satisfacción al cliente, son objetivos, ya que a través de técnicas cualitativas y cuantitativas, se obtiene información real de los involucrados directamente en el estudio, sin dejar espacio para ambigüedades y sesgos en las opiniones o criterios de los clientes.

La satisfacción al cliente no se mide por el cumplimiento de los elementos cubiertos por parte de la empresa, que forman parte del servicio ofrecido, sino por la cobertura de las expectativas generadas por la entidad, medida desde la percepción o criterio del cliente.

La empresa es la responsable de trabajar con visión de futuro, ya que el cliente carece de ella en cuanto a la innovación de los diferentes servicios que le serán propuestos o de las necesidades reales o supuestas que pueda generar en lo posterior.

La principal tarea de satisfacción al cliente, radica en generar valor agregado y ventajas competitivas al servicio ofrecido, aumentando permanentemente las expectativas que puedan ofrecerse, sin descuidar los recursos necesarios para cumplirlas eficientemente.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Bastos Boubeta, A. I. (2007). Fidelización del Cliente. Vigo: Ideas Propias Editorial S.L.

Botero, M. M., & Peña, P. (Septiembre de 2006). Calidad en el servicio: El cliente incógnito. *Suma Psicológica*, 13(2), 217-228.

ESOMAR Asociación Mundial para la Investigación de Mercados, Social y de la Opinión. (2005). Guía ESOMAR para los estudios Mystery Shopping. Obtenido de [https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR\\_Guia-para-los-estudios-mystery-shopping.pdf](https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR_Guia-para-los-estudios-mystery-shopping.pdf)

FUNDACIÓN CETMO. (NOVIEMBRE de 2006). [www.fomento.gob.es](http://www.fomento.gob.es). Obtenido de <http://www.fomento.gob.es>

m e n t o . g o b . e s / N R / r d o n - lyres/46E6424E-F140-4F6B-9463-FD0B2CAA31A8/25587/Cap5Medirlasatisfacciondelosclientes 1.pdf

Hamel, G., & Prahalad, C. (1996). *Compitiendo por el Futuro*.

Hayes, B. E. (2002). *CÓMO MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: Desarrollo y utilización de cuestionarios*. Barcelona: Grupo Planeta.

Llamas, J. (2004). *Estructura Científica de la Venta*. México: LIMUSA.

Maté Jiménez, C., Fernández García, M., & Campos Soria, J. A. (2001). *LA MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE HOTEL ESTADO DEL ARTE Y NUEVAS PERSPECTIVAS SOBRE SU MEDICIÓN*. *Estudios Turísticos*, 23-55.

ORION2020.ORG. (2004). *WWW.orion2020.org*. Obtenido de [http://orion2020.org/archivo/articulos/compitiendo\\_futuro.pdf](http://orion2020.org/archivo/articulos/compitiendo_futuro.pdf)

Paz Couso, R. (2005). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Vigo: Ideaspropias Editorial S.L., 2005.

Peñaloza de García, M. (2004). *La clave para el éxito empresarial... ¡La satisfacción del cliente!* *Visión Gerencial*, 39-50.

Romero, G. (2006). *Principios y valores éticos en las organizaciones bancarias respecto a la calidad del servicio y atención al cliente*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 638-651.

Thompson, I. (Julio de 2006). <http://www.promonegocios.net/>. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>

Varo, J. (1994). *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios: un modelo de gestión hospitalaria*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Vavra, T. G. (2003). *CÓMO MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN LA ISO 9001-2000*. FC EDITORIAL.



## DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO – HISTÓRICO UBICADO EN EL CANTÓN PEDERNALES

María Yessenia Dominguez Loor<sup>1</sup>, jessydominguezloor@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Keily Jefferson Zambrano Arteaga<sup>2</sup>, keylyzambrano@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Lilia Moncerrate Villacís Zambrano<sup>3</sup>, liviza@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Carlos Enrique Chica Medranda<sup>4</sup>, carlositode@yahoo.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí -Extensión Bahía de Caráquez

### RESUMEN

La investigación permitió diagnosticar la situación del patrimonio cultural e histórico de los asentamientos humanos de culturas precolombinas del cantón Pedernales, El mismo que puede integrarse dentro del listado de patrimonio nacional que tiene el INPC y el Mintur para mejorar los productos turísticos que oferta este cantón en la zona norte de la provincia de Manabí, se ha encontrado evidencias en este sector perteneciente a la cultura Jama-Coaque, Chorrera, Valdivia, Manteña, Bahía, las mismas que no han sido insertada en un museo de primer orden para su protección y custodio del patrimonio material de restos arqueológicos mejorando significativamente la historia del cantón con el génesis del nombre Ecuador, los sitios con restos arqueológicos e históricos son parte fundamental para desarrollar el turismo e integrar con otros productos potenciales para el turismo nacional, existe ya la construcción de rutas históricas con otros cantones de la zona 4, por lo que se hace fundamental la integración de este cantón a esta ruta, algunos de ellos ya tienen posicionado a nivel nacional e internacional productos turísticos culturales basados en la arqueología e historia. Se utilizó el método descriptivo a partir del levantamiento de información utilizando una ficha de levantamiento de atractivos en lugares donde existe historia y arqueología. Por lo que se vio importante desarrollar políticas y acciones que permitan integrar las diversas piezas arqueológicas como patrimonio cultural, dentro de la oferta turística basado en el rescate de la cultura el mismo que ayudará al desarrollo turístico que genere beneficios tanto para los turistas como para las comunidades de la zona. Además, El artículo proporciona una aproximación inicial a la preservación y difusión de rasgos de la cultura ancestral a través de espacios físicos, los mismos que se pudieran trasladar a lugares digitales y redes sociales. Analizando someramente la presencia de las sociedades originarias sudamericanas en el universo web, se concluye que el diagnostico permitió realizar una revisión a nivel bibliográfica a nivel empírico que a su vez admitió verificar las existencias de objetos arqueológicos existente en la zona, los mismos que al ser presentado a organismos pertinentes del Estado Ecuatoriano, pueden convertirse en productos turísticos culturales de primer orden, mejorando la actividad turística patrimonial de la cual carece en gran medida este Cantón de la provincia de Manabí.

**Palabras claves:** Atractivo, arqueológico, cultura, patrimonio.

### Summary

The investigation allowed to diagnose the situation of the cultural and historical heritage of the human settlements of pre-Columbian cultures of the canton Pedernales, the same that can be integrated into the list of national heritage that has the INPC and the Mintur to improve the tourism products offered by this canton in In the northern area of the province of Manabí, evidence has been found in this sector belonging to the Jama-Coaque, Chorrera, Valdivia, Manteña and Bahia cultures, which have not been inserted into a museum of first order for their protection and custody. of the material heritage of archaeological remains significantly improving the history of the canton with the genesis of the name Ecuador, sites with archaeological and historical remains are a fundamental part to develop tourism and integrate with other potential products for national tourism, there is already the construction of routes historic buildings with other cantons in zone 4, so The integration of this canton into this route is fundamental, some of them already have positioned at the national and international level cultural tourism products based on archeology and history. The descriptive method was used from the survey of information using an attractive survey card in places where there is history and archeology. For what it was important to develop policies and actions that allow integrating the various archaeological pieces as cultural heritage, within the

tourist offer based on the rescue of the same culture that will help tourism development that generates benefits for both tourists and tourists. communities in the area. In addition, the article provides an initial approach to the preservation and dissemination of features of the ancestral culture through physical spaces, which could be transferred to digital sites and social networks. Analyzing briefly the presence of the South American original societies in the web universe, it is concluded that the diagnosis allowed us to make a review at the empirical level that at the same time admitted verifying the existence of archaeological objects in the area, the same as being presented to relevant organizations of the Ecuadorian State, can become cultural tourism products of the first order, improving the heritage tourism activity of which this Canton of the province of Manabí is largely lacking.

**Keywords:** Attractive, archaeological, culture, heritage.

## INTRODUCCIÓN

Un atractivo arqueológico posee un valor cultural con identidad única debido a que contiene una serie de historias y antigüedades que han marcado una cultura a lo largo del tiempo, dando paso al turismo arqueológico el cual se caracteriza por tener una modalidad cultural en promover el interés de personas a visitar sitios históricos o antiguos. Para Boas (1931) la cultura incluye las manifestaciones de los hábitos sociales en una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres, citado por Zino (2013). “La cultura significa Cultivo, implica el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales del hombre” (García Cuetos, 2012). Se define a la cultura como el conjunto de ideas, valores, conocimientos, costumbres, creencias y tradiciones creadas por el hombre, permitiendo caracterizar e identificar a un grupo de personas o una sociedad debido a los comportamientos generados por los individuos que forman parte de ella. La cultura de paz es un conjunto de valores, actitudes y comportamientos que reflejan el respeto a la vida, al ser humano y su dignidad. La cultura de paz pone en primer plano los derechos humanos, el rechazo a la violencia en todas sus formas y la adhesión a los principios de libertad, justicia, solidaridad y tolerancia, así como la comprensión entre los pueblos, los colectivos y las personas.

Patrimonio Cultural es todo aquello que hemos heredado de nuestro pasado y que representa a nuestra sociedad por sus características y peculiaridades. Por esta definición podemos entender que el Patrimonio puede ser de muy diferente naturaleza. Tenemos Patrimonio material (yacimientos arqueológicos, edificios emblemáticos, obras de arte, vestigios de culturas ancestrales y lo que es algo trascendental como la cuna de la línea equinoccial del Ecuador, que hoy se declara fecha como el Día del Rescate del Patrimonio Histórico Cultural de la Provincia de Manabí y Pedernales, Génesis del Nombre Ecuador.

Desde el 12 de agosto de 2010, el Municipio de la ciudad y el Consejo Provincial establecieron la declaratoria Pedernales, Génesis del Nombre Ecuador, que está relacionada con el estudio de la Misión Geodésica Francesa que estableció que la latitud cero de la tierra está en Punta Palmar, lugar donde está el centro de la tierra. Y la declaratoria patrimonial la estableció, en el 2010, la Asamblea Nacional, para que el 14 de agosto se lo recuerde como Día del Rescate del Patrimonio Histórico Cultural de la provincia de Manabí.

En el Ecuador el arqueoturismo le falta mejorar en algunos aspectos tales como la falta de disfunción o de fortalecimiento en el ámbito del desarrollo en cuanto al turismo arqueológico en comparación al nivel mundial de otros países. En el Ecuador específicamente en la región costa se localizan sitios de gran interés para la comunidad científica y arqueológica que merecen ser conocida por el turista entre estos tenemos el asentamiento de la Tolita, y los hallazgos arqueológico en la isla y agua blanca.

En la región Andina ecuatoriana los sitios arqueológicos de mayor interés son Las Tolas o Montículos artificiales de tierra y los Pucaraes construido como palacios o fortalezas militares. La serranía ecuatoriana conserva el legado de las primeras etnias migratorias del Ecuador en lugares como Chobshy y La Vega. También en la misma se podrá localizar restos de culturas andinas representativas de nuestro país como los Caras Puruhaes, los Panzaleos, los Cañares entre otros. Esta región también se caracteriza por huellas que dejaron en la conquista inca las mismas que se encuentran reunidas en las actuales provincias de Loja, Azuay y Cañar correspondiendo al territorio incorporado al Tahuantinsuyo.

Los sitios de mayor interés arqueológico en la amazonia en el Ecuador lo constituyen plataformas artificiales montículos de tierra centros ceremoniales, habitacionales y petrogrifo entre ellos tenemos a las cuevas de los Tayos y el sitio arqueológico de río Upano denominado Hupala. El legado socio cultural en el Ecuador es bastante complejo. Los sitios arqueológicos de Ecuador que mayor interés turístico han despertado por sus posibilidades de acceso son: Cochasqui, el Museo Arqueológico de Tulipe, Guano, Ingapirca, Tomebamba, Sumpa y Agua Blanca. Las riquezas del pasado arqueológica y ancestral del Ecuador se aprecian en el museo del Banco Central del Ecuador así mismo también como en los diferentes museos que se encuentran en el país lo que constituye un extraordinario patrimonio de los ecuatorianos.

En Pedernales se puede apreciar una diversidad de culturas que se asentaron en la población como son Chorrera, Jama Coaque, Valdivia Manteñas, aunque la mayoría de vestigios culturales que se encuentran en la recolección de piezas arqueológica son la cultura chorrera, Jama Coaque. Luis Puertas Días que es dueño de los vestigios culturales menciona, que antes del terremoto, poseía un museo con el nombre de Museo Centro Cultural Puertas, que en estos momentos se encuentra inhabilitado por el terremoto del 16 de abril del 2016. Actualmente el lugar está habitado por el Señor Puertas según datos del trabajo de campo, pero existe otros lugares importantes para el desarrollo del turismo patrimonial y arqueológico.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El método a utilizar es el método descriptivo contextualización por actores que se relacionen al tema investigativo. La investigación se estructuró en dos fases:

**FASE1:** Estructura del estado de arte que fundamenta la investigación

**FASE2:** Diagnóstico que enmarca la cultura y asentamiento de comunidades indígenas que incluye un estudio a nivel de cultura de obra y conservación de las piezas arqueológicas existente en colecciones privadas, además del levantamiento de una ficha de atractivos turísticos y una entrevista estructurada en cuatro preguntas al propietario de la colección privada.

Cojimíes es una parroquia importante ya que la historia afirma que hace 100 años o más fue un importante puerto natural, lo que permitía un mejor desenvolvimiento comercial. Allí habitaba una tribu de Cayapas-Colorados. Debido a que las formas y el acabado de las piezas son notablemente diferentes a otros estudios hechos con anterioridad, los hallazgos de cerámica dan cuentas de un desarrollo cultural por varias etapas de lo que fue la cultura Jama Coaque.

¿Quién le dio la idea de realizar un museo privado?

¿Nombre y Ubicación del Museo o colección privada?

¿Las vías de acceso que conduce a lo atractivo son accesibles?

¿Actualmente como se encuentran el atractivo arqueológico e histórico?

Se aplicó la ficha cuyo objetivo estuvo direccionado a conocer, saber el estado y conservación de las piezas arqueológicas.

## **RESULTADOS**

División por periodos culturas de la costa del Ecuador:

**Período Precerámico (8000 – 3.500 A.C.)**

Los primeros habitantes  
Cultura Las Vegas

**Período Formativo (3.500 – 300 A.C.)**

Agro-Alfareros Tempranos  
Cultura Valdivia  
Cultura Machalilla  
Cultura Chorrera

**Período de Desarrollo Regional (300 A.C – 800 D.C.)**

Señoríos Regionales  
Cultura Bahía  
Cultura Guangala  
Cultura La Tolita  
Cultura Jama Coaque

**Período de Integración (800 – 1535 D.C)**

Confederaciones y Sociedades Complejas  
Cultura Manteño - Huancavilca  
Cultura Milagro Quevedo  
Cultura Jama Coaque II

**Cuadro Nro. 1: Diagnóstico de zonas con evidencias históricas – arqueológicas**

Provincia	cantón	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Sub tipo	Jerarquía
Manabí	Pedernales	Zona arqueológica Atahualpa	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona arqueológica	II
Manabí	Pedernales	Museo y colección privada Pedernales	Manifestaciones Culturales	Museo	Museo de arqueología	III
Manabí	Pedernales	Zona arqueológica e histórica Coaque	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona Histórica	II
Manabí	Pedernales	Zona Histórica Juananú	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona arqueológica e histórica	III
Manabí	Pedernales	Zona arqueológica Punta prieta	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona arqueológica histórica	II
Manabí	Pedernales	Coñiñes	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona arqueológica histórica	II

Atahualpa esta considera como un lugar donde se ha extraído una gran cantidad de piezas arqueológicas que ahora reposan en los principales museos del Ecuador y del mundo, este lugar tiene una similitud con el centro ceremonial de San Isidro como es un yacimiento importante de todas las culturas que fueron asentadas en la costa de Manabí, además en este lugar también se afirma de lugareños que fue sacada la famosa mascara del sol que ha sido un icono en la moneda del Sucre a nivel nacional antes de la dolarización.

Pedernales cuenta con una colección importante de piezas arqueológicas de la familia Puertas Santana, donde hasta antes del terremoto se exhibía cerca de 400 piezas en buen estado y una importante colección de sellos de la cultura Jama Coaque en donde estuvo asentada esta cultura

en el norte de Manabí, el museo fue afectado por lo que sus dueños tienen guardada la colección de nuevo buscando ayuda económica para su levantamiento definitivo. La hacienda Juananu, en el marco histórico de Pedernales es un icono de su historia, según datos del recorrido de Francisco Pizarro, este lugar fue donde desembarco el conquistador español, para desde este lugar empezar la conquista de todos los pueblos que fueron hallados hacia su camino por el sur. Punta prieta es otro lugar donde en la actualidad solo existe un letrero que indica que los viajeros están pasando la mitad del mundo, en este sitio la misión geodésica francesa de la Condamine midió el primer meridional de la latitud 0, este lugar tiene una historia fascinando desde viene el origen del nombre Ecuador.

La parroquia de Coaque es otro lugar con una historia importante tanto a nivel arqueológico como histórico, este lugar fue según los historiadores el sitio donde Pizarro tomó el segundo botín más grande de la conquista en oro, plata y piedras preciosas, también está considerado que 200 españoles fueron enterrados luego de enfermarse con un virus conocido como verruga peruana de la cual fallecieron en contacto con los nativos de esta zona.

Cojimíes es una península que ha servido para el embarque y desembarque de productos para las camaroneras y el agro, lugar que ha permitido la pesca de productos importante del estuario, este lugar contiene la última generación de nativos conocidos como Chachis, siendo el último grupo de una cultura viva de la costa del Ecuador.

AUTORES/ES	Categoría	Estudio	Relación
<b>(Javier Tamblay. 2004)</b>	Artículo	Impacto ambiental arqueológico en la región de antofagasta	Alto
<b>Luis Alberto López Wario(2016)</b>	Artículo	Arqueología de salvamento y programas constructivos en México	Alto
<b>Concepción Gutiérrez, Ana Laborde Marqueze (2001)</b>	Artículo	La conservación arqueológica	Bajo
<b>Ignacio Rodríguez Temiño (21010)</b>	Artículo	Patrimonio cultural	Medio

## DISCUSIÓN

La conservación es el método a través del cual preservamos un objeto material o inmaterial. Esta actuación constituye un acto de fe en el futuro. La principal tarea de los museos es preservar aquellos objetos del pasado para las generaciones presentes y futuras. Estas son entre otras las razones de la memoria colectiva, porque cada País, cada pueblo, se identifica con su pasado, por medio de las creaciones que constituyen el patrimonio, y que son su historia misma, en la que individual y colectivamente se reconoce su identidad. Al respecto de cultura e historia el poeta Ingles T.S. Eliot dijo en una ocasión “que incluso el más humilde de los objetos materiales, que es producto símbolo de una civilización, es un emisario de cultura y un testimonio de la historia de la cual proviene”. De acuerdo a este pensamiento los objetos actúan como emisarios, y el patrimonio histórico es mensajero de cultura en el que se fundamenta las nociones de continuidad o cambio histórico cultural. El cantón Pedernales tiene una fuente importante de recursos arqueológicos e históricos, los mismos que no han sido estudiados e investigados a profundidad, se requiere en el corto plazo la construcción de rutas y subrutas que integren todos estos elementos históricos – arqueológicos, para que el turismo sea una fuente inagotable de recursos frescos generando empleos y promoviendo el flujo hacia este sector tanto nacionales como internacionales.

## CONCLUSIONES

El estudio permitió establecer que el cantón ha sido asentamiento de culturas milenarias conocidas como: Chorrera, Jama Cuaque, Valdivia, Manteñas, las mismas que dejaron una huella importante en los restos que poseen en colecciones privadas ciudadanos de este Sector de la provincia de Manabí.

Se sugiere impulsar en el Cantón Pedernales un museo Público o Municipal que integre todas las colecciones privadas que poseen los ciudadanos, estableciendo un modelo de conservación del patrimonio arqueológicos que tiene Pedernales para el turismo nacional e internacional.

Impulsar investigaciones de otros lugares con evidencias arqueológicas e históricas y convertirlo en el corto plazo un potencial atractivo para el desarrollo turístico del cantón Pedernales.

Los resultados demuestran que el sector de Coaque es conocido como el poblado más grande que encontró Pizarro, por lo que las investigaciones arqueológicas no se han completado en el lugar, conocido que en el sitio están enterrados 200 españoles con sus elementos propios de la conquista española.

## BIBLIOGRAFÍA

Díaz Andreu, M. (2013). TURISMO Y ARQUEOLOGÍA. UNA MIRADA HISTÓRICA A UNA RELACIÓN SILENCIADA. An. Antrop., 48-II (2014), 9-40, ISSN: 0185-1225.

García Cuetos, P. (2012). El patrimonio cultural. Conceptos básicos. España: Universidad de Zaragoza.

Gómez E. (2007). INTRODUCCIÓN A LA ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL. USA: Creative Commons 3.0 BY-NC-SA.

López, I. S. (2004). IMPACTO AMBIENTAL ARQUEOLÓGICO EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA. PASOS, 523-529.

MERCHAN CHOÉZ, M. Y. (2018). LOS RECURSOS NATURALES CON EL POTENCIAL TURÍSTICO DEL PERFIL COSTERO DE LA PARROQUIA SAN MATEO DEL CANTÓN MANTA. Jijapa. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1141/1/UNESUM-ECU-Ecoturismo-2018-13.pdf>

Romero Montero, A. (9 de Julio de 2015). Rural Empresarial. Obtenido de ARQUEOTURISMO, PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO COMO RECURSO TURÍSTICO: <http://www.ruralempresarial.com/arqueoturismo/>

Ruiz Zapatero, G. (2009). LA DIVULGACIÓN ARQUEOLÓGICA: LAS IDEOLOGÍAS. Departamento de Prehistoria, Facultad de Geografía e Historia. Universidad Complutense de Madrid., 1-11.

Zino, J. (13 de Octubre de 2013). Antropología, Transmisión Cultural, Educación (Social), Relato de vida. Obtenido de <https://antropologies.wordpress.com/2013/10/13/definiciones-de-cultura/>

ESTRADA, E., 1962 – Arqueología de Manabí Central, 205 pp.; Guayaquil: Publicaciones del Museo Vistor Emilio Estrada n.º 7.

GRABBER, Y., 2008 – Aux origines du «señorio de Salangome». Occupation territoriale préhispanique de la côte sud de Manabí (Équateur). Les nouvelles de l'archéologie. Des mers de glaces à la Terre de Feu, Archéologie Française en Amérique. n.º 111-112, Avril 2008: 59-65; París: Éditions de la maison des sciences de l'homme. Éditions Errance.

GUINEA BUENO, M., 1984 – Patronos de asentamiento en la arqueología de Esmeraldas (Ecuador). Memorias de la Misión Arqueológica Española en el Ecuador, vol. 8; Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores.

JEREZ, F. 1972 [1534] – Verdadera Relación de la Conquista del Perú; Madrid: Historia 16.

JIJÓN y CAAMAÑO, J., 1930 – Una gran marea cultural en el noroeste de Sudamérica. Journal de la Société des Américanistes, n.º 22: 107-197; París.

## ESTADO Y CONSERVACIÓN DE LOS ATRACTIVOS ARQUEOLÓGICOS UBICADOS EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO

Keily Jefferson Zambrano Arteaga<sup>1</sup>, keylyzambrano@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía de Caráquez  
Jeniffer Elizabeth Mendoza Zambrano<sup>2</sup>, mendozajeniffer4@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía de Caráquez  
Frank Ángel Lemoine Quintero<sup>3</sup>, fangel64@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía de Caráquez  
Lilia Moncerrate Villacís Zambrano<sup>4</sup>, liviza@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía de Caráquez

### RESUMEN

Este trabajo se enmarca dentro del proyecto de investigación "Diseño de ruta turística arqueológica –histórica, caso costa norte de la provincia de Manabí". Por lo que este estudio tiene como objetivo realizar un diagnóstico de los asentamientos arqueológicos existente en la zona objeto estudio que aporte significativamente al proyecto. La revisión bibliográfica permitió analizar los aportes de investigaciones realizadas en el ámbito arqueológico, patrimonios y en asentamientos de civilizaciones en la parroquia de San Isidro. El método a descriptivo reconoció la contextualización por actores e investigadores referente al diagnóstico realizado. Se estructuro la investigación en dos fases, las cuales se diseñaron con una estructura acorde al estudio realizado. El levantamiento a nivel de manifestaciones culturales accedió a verificar el tipo de atractivo y el nivel jerárquico del mismo. La matriz de estudio cognitivo aprobó definir de las bibliografías encontradas cuales tienen mayor relevancia e importancia al tema investigativo para futuras indagaciones. Se realizó un levantamiento a nivel de asentamientos culturales donde la cultura Chorrera fue la más representada con un 46.3% de cantidades de obras existentes. Dentro de las obras arqueológicas la más representada corresponden las vasijas con un 64.02% a nivel de unidades. Se concluye que el instrumento aplicado arrojó resultados satisfactorios para la continuidad de otras investigaciones referente al tema de investigación.

**Palabras claves:** arqueología; manifestaciones; diagnóstico; atractivo; asentamientos.

### ABSTRACT:

This work is part of the research project "Design of archaeological -historical tourist route, north coast case of the province of Manabí. So this study aims to make a diagnosis of the existing archaeological sites in the study area that significantly contribute to the project. The bibliographic review allowed us to analyze the contributions of research carried out in the archaeological field, patrimonies and settlements of civilizations in the parish of San Isidro. The descriptive method recognized the contextualization by actors and researchers regarding the diagnosis made. The research was structured in two phases, which were designed with a structure according to the study carried out. The survey at the level of cultural manifestations agreed to verify the type of attractiveness and the hierarchical level of it. The cognitive study matrix approved the definition of the bibliographies found which have greater relevance and importance to the research topic for future inquiries. A survey was carried out at the level of cultural settlements where the Chorrera culture was the most represented with 46.3% of existing works. Among the archaeological works, the most represented correspond to the vessels with 64.02% at the unit level. It is concluded that the applied instrument yielded satisfactory results for the continuity of other investigations related to the research topic.

**Keywords:** archeology; demonstrations; diagnosis; attractive; settlements

### INTRODUCCIÓN

La cultura es un legado que se transmite de generación en generación a través del tiempo en la raza humana, lo cual deja una identidad única de cada pueblo, ciudad, o país Establecidas y cultivada con el pasar del tiempo tales como costumbre, tradiciones, entre otras que se mantienen hasta tiempos actuales. El patrimonio arqueológico tanto material como inmaterial en un determinado territorio están a disposición del hombre, esto conocido o desconocido tiene gran importancia en cuanto a la historia de un lugar, pueblo o país motivo por el cual es necesario su conservación para evitar la pérdida o desgaste de los mismos. En este sentido, el patrimonio cultural no sólo está formado por bienes culturales materiales, también abarca otros bienes inmateriales, como son la lengua, las relaciones sociales, los rituales, las ceremonias, los comportamientos colectivos, las creencias, etc. que en conjunto forman la identidad de un pueblo y representan la

cultura a la que pertenece (Van Leeuwen, E.; Kourtit, K. y Nijkamp, P, 2013); identidad en la que se puede ver el proceso histórico de una sociedad, la transformación de los pueblos y de las culturas (Da Silva, J., 2013).

Se resalta que el turismo cultural empieza a desarrollarse a partir de la década de los ochenta y las principales motivaciones de viaje son "la visita a lugares que destacan por su riqueza patrimonial, principalmente monumental y artística, y por las costumbres, las tradiciones y la idiosincrasia de su gente." (Crespi, M. y Planells, M, 2003). Es importante reconocer que el turismo cultural o histórico es una modalidad de turismo que resalta los aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. El Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

El turismo cultural está relacionado actualmente con la atracción que ejerce "lo que las personas hacen" (Singh, S, 1994) sobre los turistas potenciales, incluyendo, como indicaba la anterior definición, la cultura popular, el arte y las galerías, la arquitectura, los eventos festivos individuales, los museos y los lugares patrimoniales e históricos, con el propósito de experimentar la "cultura" en el sentido de una forma distintiva de vida (Hughes, H. L., 1996) y participar en nuevas y profundas experiencias culturales, tanto en lo estético como en lo intelectual, emocional o psicológico. Las actividades llevadas a cabo para satisfacer tal "curiosidad" podrán consistir en la participación en eventos locales. Otro elemento a tener en cuenta es la antropología sociocultural es reconocida por especialistas y mercadólogos como un elemento del turismo cultural. Nació con el propósito de estudiar las culturas humanas de forma comparada, y orientada muy específicamente al conocimiento de las culturas que, en el siglo XIX, las que se les llamaban primitivas. (Gómez E, 2007).

En cambio, es importante reconocer que dentro de las culturas están implícitos los patrimonios que forman parte de estas culturas o sub culturas que predominan en el tiempo, estas a su vez se convierten en atractivos de índole arqueológica, esta no es equivalente a un periodo del pasado, sino que es una ciencia utilizada para comprender comportamientos humanos a través del estudio de los restos materiales de sociedades antiguas hasta la actualidad. Se trata de un concepto básico que, sin embargo, da lugar a muchas confusiones y malinterpretaciones por parte del público en general. Debe entenderse como algo inherente a los objetivos comunicacionales de todos los procesos de divulgación científica, asociado a la presentación del patrimonio arqueológico ya que es la base esencial para el entendimiento de la ciencia arqueológica.

La arqueología, como disciplina científica, está situada en el límite entre las ciencias sociales y las ciencias naturales. Tradicionalmente, siempre ha estado más relación con las ciencias sociales al compartir un objetivo común. "La arqueología es, en parte, el descubrimiento de los tesoros del pasado, el trabajo meticuloso del analista científico y el ejercicio de la imaginación creativa. Pero es también la tarea esmerada de investigación que nos permite entender que significaron los restos de la cultura material en la historia de la humanidad". (Renfrew, C. y Bahn, P., 1993). A partir de la apertura de la ciencia arqueológica, allá por el siglo XVIII, la relación existente entre arqueología y turismo ha sido ciertamente distante debido a la mentalidad de los arqueólogos y de las connotaciones eminentemente destructivas del desarrollo turístico espontáneo. Para muchos arqueólogos la industria turística representa otro grupo más que podría apropiarse y manipular su trabajo; y la industria turística a menudo considera a los arqueólogos como un elemento propenso a interferir y complicar los planes de promoción turística de los destinos (Sariego, L., 2017). La demanda productos turísticos arqueológicos está creciendo constantemente desde hace varias décadas a nivel internacional. El turismo arqueológico se ha extendido desde los territorios lo cual lo convierte en un destino turístico. El turismo arqueológico se encuentra dentro del turismo cultural para lo cual se define a la arqueología como la disciplina que estudia los procesos sociales a través de los restos materiales entonces interpretamos que el arqueoturismo es una forma de obtener conocimiento y saber de los mismos mediante los restos arqueológico permitiendo entender sus costumbre, estilos de vida y así hacerse una idea a la época de cómo eran dichos periodo de tiempo.



Durante los últimos tiempos se ha debatido insistentemente sobre la necesidad de dinamizar el sector del patrimonio cultural y de superar los viejos modelos de gestión de tipo dirigista que mantenían en manos de las administraciones públicas todo el peso de la gestión, mientras se dejaba al margen a la sociedad en su conjunto. En este sentido, la nueva estrategia no debe apoyarse en una élite intelectual como se ha venido haciendo tradicionalmente, sino en dar protagonismo a los turistas y a los consumidores. De acuerdo con esta visión, la sociedad civil se involucraría gradualmente en la conservación de los recursos, desde el conocimiento que proporciona el acceso al patrimonio. El patrimonio arqueológico y el turismo han convivido de una manera natural sin ningún esfuerzo de cooperación entre ambos campos. (Pinter, T.L, 2005) sostiene que a pesar de que la arqueología es actualmente un componente significativo del turismo mundial, la comunidad arqueológica no está integrada en la industria turística con una estrategia coordinada. La potenciación de una gestión coordinada es, sin duda, lo más interesante para alcanzar los mejores resultados globales. Para ello, se requiere la formación de grupos de trabajo interdisciplinarios que sean capaces de desarrollar verdaderos servicios y productos turísticos con creatividad, innovación, planificación y capacidad de gestión.

Es importante reconocer que la demanda de turismo arqueológico está en pleno crecimiento siguiendo las mismas tendencias que la demanda del turismo cultural. Es responsabilidad de los gestores de los recursos turísticos arqueológicos y de los destinos, trabajar de forma adecuada para crear una oferta turística innovadora, educativa y atractiva con el fin de seguir aumentando el interés de la sociedad por conocer el patrimonio arqueológico. (Reinoso,R., 2017) en su libro arqueología del Ecuador define que la arqueología nos permite conocer mejor al mundo, tomar mejores y oportunas decisiones, evitar volver a cometer los mismos errores dentro de circunstancias similares; es decir, aprovechar de las experiencias del pasado para procurarnos una vida positiva y de beneficio personal y social cuidando el porvenir para las generaciones futuras.

Para la conservación de estos atractivos de índole culturales en el Ecuador se han desarrollado normativas, leyes y políticas encaminada a la conservación a través de la SUBSECRETARÍA DE PATRIMONIO que dentro de sus funciones esta regular, planificar, coordinar y dirigir la ejecución y cumplimiento de la Política Nacional de Cultura, mediante la generación, fomento e implementación de políticas, normas metodologías e instrumentos técnicos necesarios, para la conservación, salvaguarda y puesta en valor de los bienes culturales y patrimoniales garantizando el acceso público al conocimiento del patrimonio cultural para el fortalecimiento de la identidad nacional. El patrimonio arqueológico está integrado dentro del patrimonio cultural y, por tanto, el turismo arqueológico forma parte del turismo cultural. Si tuviéramos que resumir lo que es el turismo arqueológico podríamos decir que es la actividad turística que conlleva visitar lugares que formen parte del patrimonio arqueológico. Este tipo de turismo también recibe el nombre de arqueoturismo que a su vez se convierte en un vehículo para acercar a los turistas y a la gente en general la Historia y el Patrimonio Cultural.

En el Ecuador el arqueoturismo tiene el poder preservar estos lugares con el objetivo de acercar a los visitantes la realidad, transmitir un mensaje de orgullo y pertenencia para la población local y dar a conocer la infinita tradición que hay a lo largo y ancho de los 283.520 km<sup>2</sup> por los que se extiende en todo el país. En el Ecuador específicamente en la región costa se localizan sitios de gran interés para la comunidad científica y arqueológica que merecen ser reconocida. En la región Andina ecuatoriana los sitios arqueológicos de mayor interés son Las Tolas o Montículos artificiales de tierra y los Pucaraes construido como palacios o fortalezas militares. La serranía ecuatoriana conserva el legado de las primeras etnias migratorias del Ecuador en lugares como Chobshy y La Vega. También en la misma se podrá localizar restos de culturas andinas representativas de nuestro país como los Caras Puruhaes, los Panzaleos, los Cañares entre otros. Esta región también se caracteriza por huellas que dejaron en la conquista inca las mismas que se encuentran reunidas en las actuales provincias de Loja, Azuay y Cañar correspondiendo al territorio incorporado al Tahuantinsuyo.

Los sitios de mayor interés arqueológico en la amazonia en el Ecuador lo constituyen plataformas artificiales montículos de tierra centros ceremoniales, habitacionales y petroglifo entre ellos tene

mos a las cuevas de los Tayos y el sitio arqueológico de río Upano denominado Hupala. El legado socio cultural en el Ecuador es bastante complejo. Los sitios arqueológicos de Ecuador que mayor interés turístico han despertado por sus posibilidades de acceso son: Cochasqui, el Museo Arqueológico de Tulipe, Guano, Ingapirca, Tomebamba, Sumpa y Agua Blanca. Las riquezas del pasado arqueológica y ancestral del Ecuador se aprecian en el museo del Banco Central del Ecuador así mismo también como en los diferentes museos que se encuentran en el país lo que constituye un extraordinario patrimonio de los ecuatorianos.

La Cabecera Parroquial de San Isidro, se encuentra asentada estratégicamente, permitiendo la comunicación directa con esta zona consolidada desde todas las comunidades, sitios, recintos pertenecientes al territorio e incluso de comunidades pertenecientes a Cantones como Chone, San Vicente y Jama; se movilizan hacia el centro poblado a proveerse de lo más esencial para la subsistencia y vender los productos agropecuarios, ventaja que promueve el comercio y el turismo de la localidad. La fuerza económica de la parroquia está representada en su poderío agrícola y comercial, actividad esta última que permite la subsistencia de la mayoría de los parroquianos. Al llegar al lugar el ambiente está siempre perfumado a maracuyá, naranja y café, productos que permiten el sustento de miles de pequeños y medianos agricultores. Además, es una zona de enorme potencial ganadero, turístico y arqueológico, donde sus habitantes, provenientes de un centenar de comunidades rurales, convierten cada domingo en un colorido festival comercial, litúrgico y de costumbres ancestrales.

Se desconoce la fecha en que el hombre llegó a poblar este recinto. Éste está adornado por dos colinas y dos ríos que forma una planicie de 40 hectáreas, en cuyo centro se levanta majestuoso el Centro Ceremonial Jama Coaque, hoy con 17 metros de altura, 100 metros de diámetro y 88.458 m<sup>3</sup> de tierra. Construidos con las manos de los primeros hombres que vinieron a vivir en este lugar, allí están estampadas las huellas de los grandes artistas manabitas prehispánicos. Cuando comenzó el Huaquerismo en su área parroquial el Profesor José García Vélez puso en alerta al Banco Central sugiriéndole que estaba en capacidad de hacer un rescate de salvataje de las piezas arqueológicas que salían de nuestra zona, de comprarlas y vendérselas a los museos, propuesta que fue aceptada. Durante más de 20 años logró adquirir una cantidad de 5.000 piezas que hoy reposan en la reserva del Ministerio de Cultura de Guayaquil y Quito.

El Museo recoge esculturas y otros objetos de las civilizaciones Machalilla, Chonera, Bahía, Jama-Coaque, encontradas en la cuenca del río Jama, zona arqueológica más importante del Ecuador, pero se desconoce el número de escultura a nivel de asentamientos indígenas en la zona, por lo que esta investigación pretende realizar un estudio para verificar el estado de estas obras. La deficiente conservación de las obras existente de estas civilizaciones y su no exposición en un museo con los parámetros de calidad no permiten una mayor asistencia de público, turistas nacionales e internacionales con una frecuencia continua, así como la presencia de investigadores que puedan realizar estudios que argumenten estas esculturas existentes. El análisis contribuye con el proyecto institucional de la extensión “Diseño de ruta turística arqueológica –histórica, caso costa norte de la provincia de Manabí”, donde uno de sus objetivos es evaluar el estado de conservación de las reservas arqueológicas e histórica de la zona objeto estudio con la finalidad de direccionar estrategias que posicionen a la arqueología y patrimonios como un opción de un destino turístico que a su vez fortalezca el nivel cognitivo de jóvenes y personas al conocimiento de las civilizaciones existente en la provincia. Por otra parte, dentro de las estrategias de posicionamiento de este destino al fortalecimiento del turismo, la económica y las comunidades de la zona, que estos objetos sirvan como estudios científicos arqueólogos que definan a través de sus estudios precisiones de estas civilizaciones.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El método a utilizar es el descriptivo que parte de la contextualización por actores e investigadores referente al objeto de la investigación y de la aplicación de instrumentos que permitirán evaluar el atractivo para poder describir el estado de conservación de las obras arqueológicas existente en el museo ubicado en la parroquia de San Isidro. El tamaño de la muestra será aleatorio debido a que se escogerá un día de la semana no específico que permita aportar mejor a los ítems del

cuestionario. La investigación se estructurará en dos fases que permitirá cumplir con los objetivos propuesto en la investigación. Este estudio direccionado al análisis de la existencia de culturas arqueológicas existente en la zona tributa a la carrera de Turismo de la Extensión con el objetivo de fortalecer el conocimiento de docente y estudiantes y con la finalidad de fortalecer la actividad turística a nivel de comunidades del destino turístico Sucre-San Vicente-Jama-Pedernales. Por lo que se estructuro el estudio en dos fases, en las cuales se designaron por actividades para una mejor comprensión y organización del estudio, tales como:

**FASE1:** Estructura del estado de arte que fundamenta la investigación

**FASE2:** Diagnóstico que en marca la cultura y asentamiento de comunidades indígenas que incluye un estudio a nivel de cultura de obra y conservación de las piezas arqueológicas existente en el museo. Se diseña una ficha de observación cuya estructura parte de la ubicación del atractivo hasta su caracterización, oferta y demanda de los servicios que brinda el museo ubicado en esta ciudad.

## RESULTADOS

El Catastro de actividades turísticas, es el producto final del proceso de recopilación de los insumos utilizados, se torna en una herramienta referencial y de relevante importancia dentro de los procesos para el registro y actualización de datos de los establecimientos legalmente registrados en el Ministerio de Turismo. A partir del levantamiento estadístico realizado por MIDUVI (Ministerio de Desarrollo Humano y de Vivienda del Ecuador) en conjunto con el MINTUR y los Gobiernos Autónomos Descentralizado (GAD) en la cabecera cantonal expresa las existencias de atractivos y manifestaciones culturales a nivel de parroquia. A partir del catastro de establecimientos turísticos y atractivos turístico de Ecuador nos permitió realizar un análisis a nivel interpretativo de los atractivos a nivel de categorías, tipo, sub tipo y nivel jerárquico a nivel de parroquia con el objetivo de verificar la presencia de los atractivos arqueológicos existente en la zona, tal como se muestra en la tabla 1.

**Tabla 1. Levantamiento de manifestaciones culturales.**

PROVINCIA	CANTON	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	JERARQUÍA
Manabí	San Vicente	Zona arqueológica tabuchila	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona arqueológica	I
Manabí	San Vicente	Zona arqueológica Rosa blanca de Briceño	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona Arqueológico	II
Manabí	San Vicente	Zona arqueológica el recreo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona arqueológica	II
Manabí	Sucre	Zona arqueológica de San Isidro	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zona arqueológica	III

Fuente: MIDUVI

Este estudio concebido por 5 elementos claves para evaluar el atractivo permitirá desarrollar mejores estrategias dirigidas a la caracterización y descripción desde el orden científico y descriptivo de los parámetros evaluados, por lo que se parte de:

### Estudio del estado del arte

La estructura se define a partir del análisis en cuatro elementos conformado en primer lugar por

los autores cuyas referencias o estudios sean pertinentes al tema investigativo y que a su vez aporte desde el orden bibliográfico al estudio. Segundo elemento es el nivel de categoría de sus obras que pueden reconocidas en libros, monografías o artículo con la finalidad de conocer a nivel de plataforma web los estudios relacionados al objeto de esta investigación con la finalidad de buscar una correlación sobre estudios realizados en otras latitudes del mundo. El tercer elemento es la descripción de la temática del autor y el cuarto elemento es el impacto que tiene cada anteriormente analizado según criterio de experto se definirá el impacto en alto, medio o bajo con la finalidad de conocer su aporte a la temática objeto estudio.

La metodología para desarrollar esta matriz parte de conocer que el elemento de relación es de orden interpretativo que permite ponderar de acuerdo a criterios de experto teniendo en cuenta que el valor 1 se considera como los elementos que tengan un importe alto, 2 serán impactos medios y el 4 será el de menor impacto. Los resultados se reflejan a continuación en la tabla 2.

Tabla 2: Matriz de estudio cognitivo.

AUTORES/ES	Categoría	Estudio	Relación
(López, 2017)	ARTICULO	Descriptivo referente a las relaciones que contribuyen a la definición de una tipología turística basada en el patrimonio arqueológico teniendo en cuenta sus particularidades	ALTO
(Díaz Andreu, 2013)	ARTICULO	Enfocado hacia el incremento del saber sobre el pasado para consolidar la estructura histórica que sustentaba la memoria nacional, y el otro centrado en el beneficio económico que conllevan las actividades relacionadas con el ocio	ALTO
(García, 2016)	LIBRO	Abordo una caracterización más íntima de la antropología para enseguida desnudar la importancia y los efectos sociales y políticos de la arqueología en la comprensión del devenir de las sociedades humanas pasadas, pero siempre teniendo en mente que los resultados de la interpretación arqueológica	BAJO
(Ruiz Zapatero, 2009)	ARTICULO	La divulgación se dirige a diferentes públicos o audiencias y los formatos de divulgación señalados contienen discursos ideológicos muy marcados y, generalmente, ocultos.	MEDIO
(Barba, 2010)	LIBRO	La prospección arqueológica y definiciones de arqueología.	MEDIO
(Sáinz, 2009)	LIBRO	Centra su estudio de la observación directa de las piezas antiguas, desde los terracotas originales y su manufactura hasta la técnica de fabricación empleada.	ALTO
(Arbiol, 2010)	LIBRO	Arqueología, texto e inscripciones y su coincidencia con la Biblia.	BAJO
Reinoso <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	R <input type="checkbox"/> LIBRO	El poblamiento de América, aquí exponemos las teorías más aceptadas sobre la presencia de los primeros cazadores recolectores en América y el Ecuador.	ALTO
<input type="checkbox"/> oreno <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	A <input type="checkbox"/> ARTICULO	Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia	ALTO
(Cruz, N., 2014)	ARTICULO	Estrategias para la puesta en valor del sitio arqueológico Cantamarca, para el desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Canta	MEDIO

**Fase 2:** Diagnóstico situacional de asentamientos arqueológicos.

Los estudios realizados han sido encaminados a obtener el diagnóstico situacional del componente Arqueológico o asentamientos estructura se realizó un estudio a partir de cuatros parámetros que enmarcan las culturas existentes en la zona de San Isidro en diferentes épocas y año de permanencia según argumentos del señor José García historiador y propietario del museo. Afirma que bajo su custodia existen piezas de cuatro culturas existentes en diferentes épocas después de Cristo. Identifica el número de obras existentes a nivel de cultura con la finalidad de exponer desde su perspectiva científica que los asentamientos de cada una de estas culturas en esta parroquia juegan un papel patrimonial de orden arqueológico del país. En la tabla 3 se muestra un levantamiento de las culturas.

**Tabla 3. Levantamiento de asentamientos culturales en la parroquia de San Isidro.**

Cultura	año de asentamiento	cantidad de obras	%
Valdivia	1662	350	24.9%
Machalilla	200 de periodo	250	17.8%
Chorrera	500 de periodo	651	46.3%
Jama-coaque	1200 años antes de Cristo	155	11.0%

Fuente: Elaboración propia.

Las civilizaciones más representativas en número de objetos encontrado en la zona son representadas por la cultura Chorrera con una cantidad de 350 objetos representados por sus particularidades que denota según hallazgo que tuvo una mayor presencia en las comunidades de San Isidro. Una muestra de estas culturas se muestra a continuación:

**Figura 1. Cultura Valdivia**



**1.2.1 Estado de conservación**

Con la finalidad de conocer a nivel de pieza arqueología el estado de conservación de la misma se realiza un estudio de las obras existentes según sus denominaciones y su estado de conservación con la finalidad de cuantificar el número de existencias de las mismas y lo que representa en por ciento de la totalidad de objetos conservados en el museo, tal como se muestra en la tabla 4.

**Tabla 4. Cantidad de existencia de obras arqueológicas**

OBRAS	CANTIDAD DE OBRAS	%
Esculturas	399	7.98%
Vasijas	3201	64.02%
Otros	1400	28%

**Fuente:** Elaboración propia.

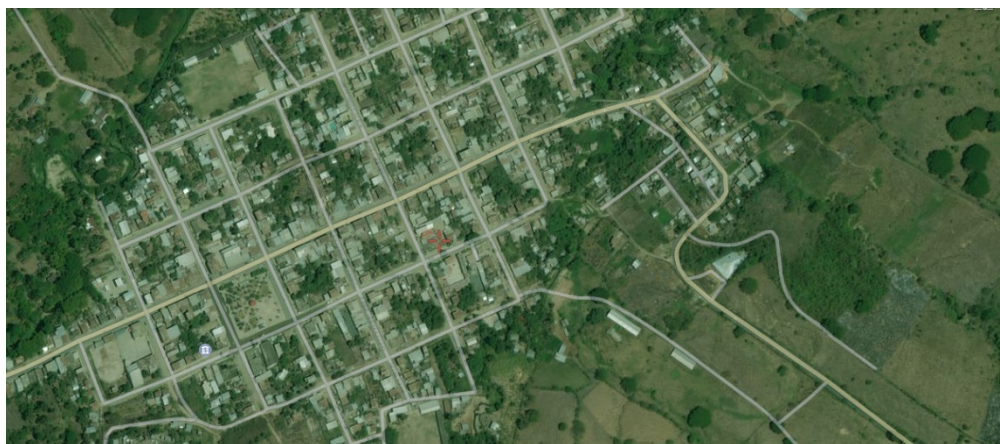
En la tabla se representaron a nivel grupal para tener un criterio sobre las existencias a nivel de obras, aunque existe un 25% de vasijas rotas que no se cuantifican por su estado pero son conservados para estudios posteriores, según argumentos del propietario del museo. Muestra de imágenes a nivel de obras se anexan al trabajo.

## DISCUSIÓN

San Isidro, se encuentra en cadenas Montañosas, con su principal característica los suelos alcalinos pesados que se agrietan en época seca y tienen origen sedimentario terciario. La ganadería es una de las principales actividades económicas en la parroquia, agrupa principalmente a pequeños y medianos productores de la zona. Sin embargo de esto, la ganadería es de carácter extensivo, no considera medidas de protección y cuidado de los recursos naturales, y tiene muchas debilidades tecnológicas.

El señor Jorge García se encontró con su propio destino, cuando en 1968 se realizaron sorprendentes hallazgos de cerámica arqueológica que conmovieron al país y al mundo. Desde ese momento y por los últimos 40 años el profesor se ha dedicado a recopilar piezas, llegando a constituir una tiestoteca de la cultura Valdivia de la 8va fase (1600 años a. C.). El Museo recoge también esculturas y otros objetos de las culturas Machalilla, Chonera, Bahía, Jama-Coaque, encontradas en la cuenca del río Jama, zona arqueológica más importante del Ecuador, tal como se muestra en la figura 2.

**Figura 2: Vista satelital de la parroquia San Isidro.**



**Fuente:** MapsGalaxy.

Según estudios bibliográficos realizados en esta investigación se verifico que existe a nivel de plataforma digital un total de 970 libros que abordan sobre la temática de arqueología lo que representa el 88.3%, un 3.2% represento el número de artículos que aportaban a estudios semejante al realizado y 8.6% de monografías referente a la temática, donde se aprecia que existe soporte bibliográfico que fundamente tanto a nivel de conceptualización y a nivel de estudios polémicas de civilizaciones y culturas arqueológicas. Esto permitió un aporte desde el orden investigativo epistemológico para poder comprender mejor la estructura de la investigación. En la tabla 5 se muestra a nivel de revisiones de bibliografías.

Tabla 5. Revisiones a nivel de soporte web.

Año	libros	artículos	Monográficos	Totales	%
2018	131	5	12	148	13.47%
2017	408	10	31	449	40.86%
2016	431	20	51	502	45.68%
	970	35	94	1099	100%
	88.3%	3.2%	8.6%		

Fuente: Elaboración propia.

La ficha aplicada se estructuró en tres parámetros evaluativos, el primero referencia los datos generales, el segundo aborda sobre la situación actual del recurso o atractivo y transporte y accesibilidad y como último parámetro las facilidades y actividades turísticas que se desarrollan en la periferia de ubicación del museo. Esta se tomó de fichas diseñadas por el MINTUR del Ecuador para la categorización y jerarquización de los atractivos en el país.

El primer parámetro recoge el nombre del atractivo, el cual se denomina Museo Arqueológico José García, ubicado en la parroquia de San Isidro, el mismo se encuentra dentro de la comunidad, donde la comunidad más cercana es la de Piquigua, la cual dista a la distancia de 2km alrededor de la ubicación del museo. Otro indicador medido es si el atractivo tiene algún uso por parte de la comunidad local la cual el propietario respondió que No, por la razón que el museo se encuentra en fase constructiva. La demanda que tiene el atractivo aproximadamente es los días feriados, aunque la frecuencia es estacional, o sea donde mayor número de asistencia en ciertas épocas del año, principalmente en los días festivos. La demanda del mismo es a nivel regional, nacional e internacional, siendo las más representativas las internacionales.

El segundo parámetro referente a la situación actual del recurso o atractivo se evidencia que se encuentra en reforma, siendo una colección privada del señor José García, donde se han realizado gestiones para su conservación y restauración en colaboración con el gobierno autónomo descentralizado del cantón sucre y entidades gubernamentales.

El tercer parámetro referente al transporte y accesibilidad se evidencio que las vías de acceso están disponibles durante todo el año las misma que se encuentran pavimentada para llegar al atractivo se puede acceder a través de bus, camionetas, taxi etc.

El cuarto parámetro referente a las facilidades y actividades turísticas evidencio que los servicios turísticos que existen actualmente en el atractivo o sus alrededores son de guianza local, koisko de comida bares adicional a esto se puede realizar como actividades recreativas la observación de flora y fauna.

La estrategia de posicionamiento para el destino arqueológico fundamentado en el diseño de la marca como elemento imprescindible para desarrollar publicidad en el ámbito de la cultura arqueológica, en base a:

- 1. Según sus características:** fundada en las propias características técnicas que posea el producto arqueológico para resaltarlo frente a sus competidores a nivel local, regional y nacional.
- 2. En base a sus beneficios:** según de los aspectos clave en este tipo de posicionamiento que es resaltar el beneficio que te ofrece el producto arqueológico desde el orden histórico que intentamos promocionar. Es la necesidad que el consumidor intenta cubrir, pero también puede tener otros beneficios complementarios que ayudaran a la fidelización del consumidor sobre el producto.
- 3. La diferenciación** es un factor importante dentro del posicionamiento. Por la relevancia de la arqueología como patrimonio cultural y por su importancia histórica.

Del orden de estrategia de sostenibilidad alineada con los valores de su organización genera beneficios como:

- Promover la permanencia del museo a largo plazo a través del desarrollo del marketing de contenido
- Mejora la imagen del museo y rediseñar logo y eslogan.
- Sintonizar al museo con regulaciones y leyes del registro de la propiedad intelectual.

## CONCLUSIONES

El estudio bibliográfico referente a la investigación aportó significativamente al desarrollo de la investigación a través de la matriz de nivel cognitivo que definió de las categorías los impactos más relevantes en el estudio realizado.

El diagnóstico realizado tanto a nivel de civilizaciones o asentamientos como a nivel de obras permitió conocer sobre la existencia física de cada obra arqueológica existente en la comunidad de San Isidro.

El instrumento aplicado arrojó resultados satisfactorios para definir estrategias competitivas de posicionamiento y de sostenibilidad del destino para potencializar el atractivo arqueológico existente en la zona objeto estudio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arbiol, C. J. (2010). Que se sabe de... La Biblia desde la arqueología. ISBN: 9788499450117. España: Vervo Divino.
- Barba, L. M. (2010). LA ARQUEOLOGÍA. Una visión científica del pasado del hombre. www.fondodeculturaeconomica.com. México, D.F.
- Crespi, M. y Planells, M. (2003). Patrimonio Cultural. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cruz, N. (2014). ESTRATEGIAS PARA LA PUESTA EN VALOR DEL SITIO ARQUEOLÓGICO CANTAMARCA, PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA PROVINCIA DE CANTA. Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM (Vol. 17-I, N° 33, Lima), 61.
- Da Silva, J. (2013). Impactos do turismo na identidade cultural. Impacts of tourism on cultural identity. En Exedra Revista Científica, n° 7, pp. 20-24. Exedra, 20-24.
- Díaz Andreu, M. (2013). TURISMO Y ARQUEOLOGÍA. UNA MIRADA HISTÓRICA A UNA RELACIÓN SILENCIADA. An. Antrop., 48-II (2014), 9-40, ISSN: 0185-1225.
- García, I. R. (2016). LA ARQUEOLOGÍA EN MÉXICO. Cultura y privatización. México.
- Gómez E. (2007). INTRODUCCIÓN A LA ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL. USA: Creative Commons 3.0 BY-NC-SA.
- Hughes, H. L. (1996). Redefining cultural tourism. Annals of Tourism Research. Tourism Research, n. 23, 707-709.
- López, I. S. (2017). Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia. PASOS, 163-180.
- Pinter, T.L. (2005). Heritage Tourism and Archaeology: Critical issues", The SAA Archaeological Record, vol. 5. 9-12.
- Reinoso, R. (2017). ARQUEOLOGÍA DEL ECUADOR. ISBN: 978-9942-30-035-5. Ecuador: Editorial Miraflores.
- Renfrew, C. y Bahn, P. (1993). Arqueología. Teorías, Métodos y Práctica. Madrid: Akal.
- Ruiz Zapatero, G. (2009). LA DIVULGACIÓN ARQUEOLÓGICA: LAS IDEOLOGÍAS. Departamento de Prehistoria, Facultad de Geografía e Historia. Universidad Complutense de Madrid., 1-11.
- Sáinz, M. L. (2009). Arqueología experimental: estudios sobre la antigua manufactura de terracota hispanorromanas (ss. I a.C- s. II d.C). El Cid Editor.
- Sariego, L. (2017). Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia. Pasos, 166.
- Singh, S. (1994). Cultural tourism and heritage management. New Delhi: Rawat Publications. Madrid: Endymion.
- Van Leeuwen, E.; Kourtit, K. y Nijkamp, P. (2013). Residents' appreciation of Cultural Heritage in Tourist Centres: a micro-simulation modelling approach to Amsterdam. Tinbergen Institute Discussion Paper, 1-25.



## GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE EN CANTONES COSTEROS DESDE LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS

Proaño Ponce, William Patricio<sup>1</sup>, mantawilliam@yahoo.com, Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí  
Peña Ponce, Diana Katuska<sup>2</sup>, dianikatiu@hotmail.com, Universidad Estatal del Sur de Manabí

### Resumen

El mundo globalizado atrae turistas con expectativas y motivaciones. Ante esta situación, los cantones costeros receptores deben estar aptos para satisfacer las necesidades de turistas. No sólo es suficiente contar con recursos, es preciso que exista una planificación que transforme los mismos en atractivos turísticos con: accesibilidad, servicios, control y cuidado. En Ecuador, esta actividad ha disfrutado de iniciativas turísticas sostenibles por parte del Ministerio del ramo quien plantea convertir a cada uno de sus sitios en destinos de excelencia. La humanidad afronta una necesidad de transformar estilos de desarrollo económico. En este argumento, es importante observar los derechos de la naturaleza así como los derechos del ambiente en el marco del Buen Vivir. La propuesta nace del diagnóstico sistemático a partir de una investigación exploratoria, deductiva, descriptiva, con el objetivo de precisar elementos que connotan la gestión del turismo sostenible en cantones costeros. Los contenidos en el actual trabajo, responden a las necesidades y requerimientos identificados en el manejo de las actividades turísticas por parte de sus actores. En este sentido, se observó que la gestión turística realizada en diversos cantones costeros de Ecuador tiene efectos negativos importantes respecto a: contaminación ambiental de ríos, quebradas, playas, además de la ordenación y equipamiento, que han conllevado al uso desordenado y expansivo en estos sitios. En este sentido, el desarrollo de la actividad turística debe proteger y optimizar las oportunidades futuras y enfocarse hacia una gestión que logre el equilibrio anhelado en las dimensiones de la sostenibilidad y con esto garantizar los recursos de los que depende. A partir de los resultados de la investigación se observa la necesidad de ampliar estudios que permitan identificar procedimientos para poder fortalecer la gestión en esta actividad. Además, es significativo expresar que el desarrollo de esta actividad debe tener procedimientos apropiados que permita capacidad de reacción y recuperación ante una crisis. Esta propuesta contribuyó al diseño de un modelo único en la gestión del turismo sostenible en cantones costeros desde los Gobiernos Autónomos Descentralizados que responde al contexto de su territorio y corresponde un proceso de adaptación hacia el destino. La idea de diseñar este modelo es hacerlo como “traje a la medida” y no bosquejar una producción de estos en serie.

**Palabras Clave:** Gestión, Turismo, Desarrollo, Sostenible.

### ABSTRACT

The globalized world attracts tourists with expectations and motivations. Given this situation, the coastal cantons should be able to meet the needs of tourists. Not only is it enough to have resources, there is a need for planning that transforms them into tourist attractions with: accessibility, services, control and care. In Ecuador, this activity has enjoyed sustainable tourism initiatives by the Ministry of the sector, which aims to convert each of its sites into destinations of excellence. Humanity faces a need to transform styles of economic development. In this argument, it is important to observe the rights of nature as well as the rights of the environment within the framework of Good Living. The proposal was born from a systematic diagnosis based on exploratory, deductive and descriptive research, with the aim of specifying elements that connote the management of sustainable tourism in coastal cantons. The contents in the current work, respond to the needs and requirements identified in the management of tourism activities by their actors. In this sense, it was observed that the tourism management carried out in several coastal cantons of Ecuador has important negative effects with respect to: environmental pollution of rivers, streams, beaches, besides the management and equipment, which have led to the disorderly and expansive use in these sites. In this sense, the development of tourism activity must protect and optimize future opportunities and focus on a management that achieves the desired balance in the dimensions of

sustainability and thereby guarantee the resources on which it depends. Based on the results of the research, it is necessary to expand studies that allow the identification of procedures to strengthen the management of this activity. In addition, it is significant to express that the development of this activity must have appropriate procedures that allow capacity for reaction and recovery in the face of a crisis. This proposal contributed to the design of a unique model in the management of sustainable tourism in coastal cantons from the Decentralized Autonomous Governments that responds to the context of its territory and corresponds a process of adaptation towards the destination. The idea of designing this model is to do it as "tailor-made suit" and not to sketch a production of these in series.

**Key words:** Management, Tourism, Development, Sustainable,

## INTRODUCCIÓN

El mundo globalizado atrae turistas con expectativas y motivaciones. Ante esta situación, los espacios costeros receptores deben estar aptos para complacer. No sólo es suficiente contar con recursos turísticos, es preciso que exista una planificación que transforme los mismos en atractivos turísticos con accesibilidad, servicios, control y cuidado. La gestión de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), es la encargada de organizar los componentes del sistema turístico a través de un modelo que se adecue a su realidad. Haulot (1974), expresa que el turismo es una actividad generalizada, donde los seres humanos se desplazan de un lugar a otro por diferentes motivos. Los aportes de Cheibub y Melo (2010), resaltaron que esta actividad se efectúa acorde a la motivación de las personas. En este sentido, resulta esencial garantizar la sostenibilidad de los destinos para que estos se vuelvan atractivos y competitivos.

Los argumentos de Vera et al. (2011), confirman que la actividad turística está asociada al área donde se desarrolla y ésta impulsa prácticas económicas. Por eso, el desarrollo del turismo debe proteger y optimizar las oportunidades futuras y estar enfocado hacia una gestión que logre satisfacer las dimensiones de la sostenibilidad del espacio donde se efectúe. Por tal razón, una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2004; Grundey, 2008; Kelly et al., 2007; Acuña, 2013).

Estudios previos del Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR, 2014a), sostienen que el desarrollo turístico, ha disfrutado de efectos significativos en la economía, tal es así, que esta actividad representa uno de los principales generadores de ingresos de divisas, a tal punto que, ha llevado a la provincia de Manabí a ocupar el tercer puesto después de Guayas y Pichincha, en beneficios. No obstante, este dinamismo ha generado efectos negativos en el medio ambiente y en el buen vivir de los ciudadanos que habitan en espacios costeros (Salas, 2015). Estos problemas han permitido una gestión voluble del turismo hacia la sostenibilidad de las costas ecuatorianas. La masificación de turistas en las riberas, contaminación ambiental de ríos, quebradas, extracción excesiva de los recursos naturales, crecimiento acelerado de la población costera, inequidad, escasez de agua potable, deforestación, incapacidad turística, son ejemplos de insostenibilidad en estos ecosistemas costeros.

En el ámbito nacional ecuatoriano, el MINTUR (2015), expone que el turismo ha disfrutado de iniciativas para el desarrollo con enfoque sostenible y plantea que Ecuador debe convertir a cada uno de sus sitios turísticos en destinos de excelencia. Se considera que este modelo tiene predominio de comercialización sobre destinos que los intenta enlazar a la demanda nacional e internacional, es decir, se insiste en una administración pública a corto plazo y no en una gestión estratégica del desarrollo sobre bases participativas, democráticas y con enfoque de sostenibilidad (Torres, 2015).

## MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización de la presente investigación se aplicaron diferentes materiales y métodos, entre los que se enfatizan los siguientes:

**Materiales utilizados:** libros, artículos científicos relacionados con el tema de investigación, entre otros.

**El método dialéctico – materialista**, eficaz para explicar el comportamiento histórico del turismo, al analizarlo con un nivel de abstracción mayor. Esto permitió determinar las tendencias en el proceso para la gestión del turismo sostenible en las entidades vinculadas a esta actividad.

**El método histórico y lógico** se utilizó para establecer diferentes procesos del desarrollo sostenible, esto permitió sustentar otros modelos que preceden al propuesto en la presente investigación.

**El método análisis y síntesis**, el cual facilitó el proceso de identificación de la bibliografía necesaria, a partir de la consulta de diferentes materiales informativos y documentales, los cuales permitieron analizar diferentes conceptos, tendencias y enfoques de la temática emprendida.

## **Resultados y discusión**

### **Desarrollo sostenible.**

Este ha evolucionado mucho desde su aparición en el informe de Brundtland (1987), que refería dos futuros: uno viable y otro no. Desde entonces y hasta la actualidad, se ha dejado claro en las diferentes Cumbres de la Tierra la necesidad de provocar cambios encaminados a lograr este desarrollo sostenible. Algunos autores como Ortuño y Martínez (2002), declararon que el Informe de Brundtland es aceptado en el ámbito institucional. Bermejo (2005), advirtió que este informe se constituye en un hito al ser avalado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Lima y Aibar (2009), señalan que el desarrollo sostenible va más allá de la protección del medio ambiente, esto debido a que la idea de sostenibilidad vislumbra a las generaciones futuras, las cuales merecen disfrutar de un entorno natural con una calidad similar a las del presente.

En el año 2012, la ONU señaló que se deben completar más los aspectos económico, social y ambiental; además, reconocer que la buena gobernanza y el estado de derecho en los niveles nacional e internacional, son esenciales en el desarrollo sostenible. Del análisis realizado, se puede determinar que las dimensiones de la sostenibilidad no pueden ser estudiadas de manera parcial, sino desde una perspectiva integradora, donde lo social debe integrarse como un subsistema con el mismo peso que lo ambiental, económico y político-institucional. En este contexto, se forjan cuatro dimensiones. La lógica de estas propuestas conceptuales de ordenamiento tiene como base la organización de la sociedad y los mecanismos de articulación entre diversos grupos, todo esto para cumplir las actividades básicas de producción y reproducción (dimensión social). En esta misma dimensión de ordenamiento social, se pone especial énfasis en las normas de las actividades productivas y de servicio como instrumento para asegurar la supervivencia humana (dimensión económica).

Como parte de las labores productivas, se emplean recursos naturales renovables y no renovables. Como insumos básicos, en la mayoría de los casos ocasionan daños medioambientales: erosión, deforestación, entre otros (dimensión ambiental). Para un correcto funcionamiento de la sociedad cantonal, es necesaria la concertación con las instituciones cuyo objetivo es normar y orientar sus actividades y relaciones (dimensión política-institucional) dirigida a la sostenibilidad.

### **Conceptualización del turismo sostenible.**

Responde a las necesidades de los turistas y de las zonas anfitrionas, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan las necesidades económicas, sociales, ambientales y político-institucionales. El turismo de masas tendría sus comienzos con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial, cuyos antecedentes directos están en las aportaciones de Thomas Cook en 1841. Aunque el primer viaje organizado por Cook fue un fracaso financiero se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del turismo. En torno al origen histórico del turismo se pueden distinguir tres etapas de cómo ha evolucionado, la primera etapa se desarrolló durante la primera mitad del siglo

XX, de lo cual el turismo se experimentó como un fenómeno social. La segunda etapa, tiene su aparición después de la Segunda Guerra Mundial, aquí surgió el turismo en masas como fenómeno económico social, acompañado con el desarrollo del transporte aéreo orientado a la comercialización. La tercera etapa surge con el nacimiento de la Organización Mundial de Turismo (OMT), a partir de este momento se reconoce la contribución del turismo en la economía (Leiper, 1979). El estudio se sumerge en la comprensión del concepto de desarrollo turístico sostenible. Puede verse como un buen número de autores (Butler, 1993; OMT, 1996; Vera et al., 2001; Cardoso, 2007), lo conciben como una forma de gestión asociada a impactos empresariales, donde la voluntad política juega un papel preponderante en el éxito de los objetivos de la sostenibilidad.

Hecha las valoraciones anteriores, Pulido et al. (2008), señalan que el turismo tiene importancia como estrategia en el desarrollo económico, especialmente por su capacidad para difundir efectos en cadena sobre el conjunto de la economía a través del multiplicador del gasto turístico. Es importante acotar que el turismo se relaciona con el desarrollo, debido a su capacidad de generar oportunidades. Sin embargo, conlleva una inversión por parte de los actores locales de la región, que, de no tener la solvencia necesaria, sería una utopía realizar las apreciaciones dadas. La OMT (2014), establece que en los desafíos del turismo se destaca la gobernanza y coordinación entre gobiernos nacionales, regionales, locales, de manera que se deben desarrollar productos innovadores con seguridad real percibida por sus visitantes, sin descuidar la capacitación del capital humano.

### **Conceptualización de la gestión del turismo sostenible en cantones costeros desde los gobiernos autónomos descentralizados.**

La costa es una zona dinámica donde ocurren procesos naturales de interacción mutua y transición entre la tierra y el mar, que alberga valiosos recursos estratégicos del país. De acuerdo al Programa de Manejo de Recursos Costeros (PMRC, 2008), una zona costera es el área geográfica que se extiende desde el borde de la plataforma continental hasta el límite de los cantones que tienen frente al mar o estuarios. La gestión de los cantones costeros se integrará obligatoriamente en la planificación gubernamental y será la base de los planes de desarrollo local.

Instaurar estrategias de desarrollo cantonal en la gestión del turismo, conduce a armonizar los procesos, técnicas y herramientas (Hernández, 2011; Pérez, 2013). En este sentido, la gestión del turismo realizada de manera integrada, admite un desempeño mancomunado inter actoral a diversos niveles administrativos en el ámbito público y privado, que conlleva a lograr mejores resultados en el desarrollo de la actividad turística. Pons (2006), considera que un cantón costero tiene gestión cuando dispone de procesos y acciones que incluyan diagnósticos y medidas de regulación de uso. Respecto a la gestión del turismo, McIntosh, Goeldner y Ritchie (1999), consideran que el instrumento básico es la planificación del sitio turístico. Por tanto, el invertir en una buena planificación, determinará el éxito y la conservación de los cantones turísticos receptores. De la misma manera, esta se centra, a menudo, en términos de uso del suelo y de planificación territorial, lo cual desemboca, en ocasiones, en un trato irrespetuoso con la comunidad (Ramírez, 2015).

Es necesario destacar que la gestión del turismo conlleva funciones de coordinación, tanto en el ámbito nacional como cantonal, para que los administradores articulen el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PD y OT) con los programas emitidos por el Ministerio de Turismo (MINTUR), a través de las Direcciones Zonales de Planificación. Corresponde a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), el desarrollar procesos de planificación, organización, implementación y control. Por eso, a medida que se adentre en la discusión de los aportes antes expuestos, se propone como concepto de gestión del turismo sostenible en cantones costeros desde los GAD: el proceso de manejo de cantones costeros, desde un Gobierno Autónomo Descentralizado, a partir de la multidimensionalidad y de estrategias de desarrollo Inter actorales con mirada desde lo local y su conexión con lo nacional, que permitan superar las desigualdades entre las diferentes dimensiones, que promuevan el desarrollo turístico planificado desde el aprovechamiento de los

recursos endógenos y exógenos y la satisfacción de necesidades presentes, sin provocar efectos negativos en beneficio de las futuras generaciones, garantizando el buen vivir.

En Ecuador, no existen normativas legales en cuanto a la gestión del turismo sostenible. Sin embargo, es justo mencionar que el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV, [SENPLADES], 2013), señalaba en su estrategia 8.9, el consolidar un modelo para la gestión que sea descentralizado y desconcentrado, con capacidad de planificación y gestión territorial. En este sentido, lo que se plantea es un reto multidimensional que desafía la práctica de la gestión pública.

El estudio comparativo realizado de diferentes modelos de gestión del turismo sostenible, permitió determinar un conjunto de aportes metodológicos que sirvieron de base para la propuesta de modelo a realizar, así como un grupo de limitaciones que pretenden ser resueltas con este.

### **Consideraciones sobre el modelo de gestión del turismo sostenible en cantones costeros desde los gobiernos autónomos descentralizados**

Las características cualificadas del modelo están en el ámbito de su actuación, por tal razón constituye una herramienta que permite: identificar actividades turísticas, diseñar estrategias participativas, ejecutar y controlar actividades turísticas dirigidas al beneficio de la comunidad. Por otro lado, el modelo debe adaptarse a la realidad del entorno, encauzarse a la sostenibilidad, ser flexible a los espacios donde se aplica, así como ajustarse a las necesidades presentes y futuras derivadas por cambios en el entorno. Por tanto, se asume como componentes los proporcionados de su representación gráfica, el cual está compuesto por elementos y relaciones esenciales concadenadas. Cabe expresar que el modelo está delineado para solucionar inconvenientes complejos en la gestión del turismo, a través de un proceso armónico integrador de estrategias y participación ciudadana y que se instituye como una herramienta dirigida hacia actores locales que intervienen en cantones costeros con orientación turística.

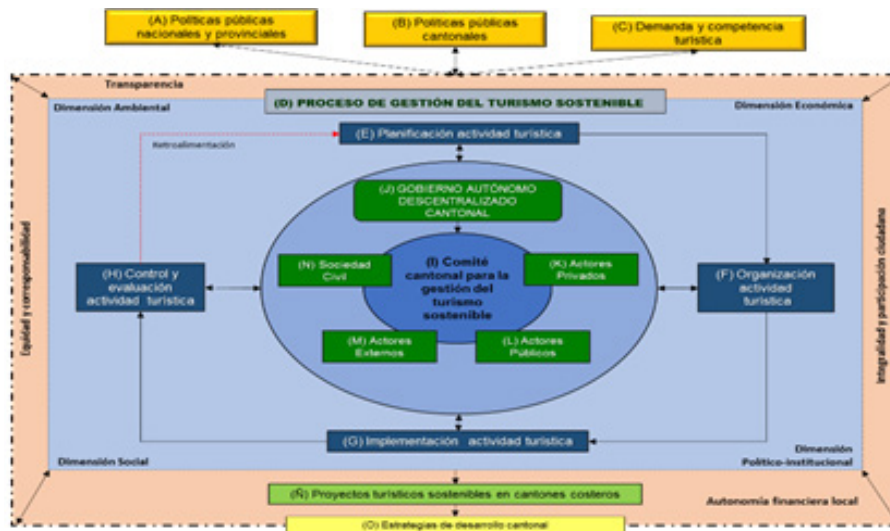
### **Diseño del modelo**

A partir de la fundamentación teórica y metodológica, se analiza la gestión del turismo sostenible en cantones costeros y con mayor particularidad los citados del sur de Manabí. De manera simultánea, el modelo se construye con enfoque sostenible y toma como cimiento el buen vivir, donde el ser humano es sujeto y fin de cualquier esfuerzo por el desarrollo. El modelo reúne elementos conceptuales y aportes de gestión en el turismo de anteriores modelos, los cuales no poseen gestión a partir de estrategias de desarrollo cantonal y sinergias inter actorales en función del aprovechamiento de los recursos endógenos y exógenos con base en el desarrollo sostenible. Las bases que fundamentan al modelo desde el punto de vista teórico son:

- El análisis comparativo entre diferentes modelos orientados a la gestión del turismo sostenible, esto proveyó soporte teórico al modelo propuesto.
- Resultados en aplicación de instrumentos permitieron justificar el diseño del modelo.
- Análisis de estrategias de desarrollo impulsados por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES).
- Análisis de los fundamentos teóricos y sus implicaciones en la gestión del turismo sostenible en espacios costeros desde el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD).

### **Componentes del modelo y sus relaciones**

Un modelo se constituye como esquema referencial para la gestión de procesos, el cual debe estar sustentado en relaciones esenciales que le permitan dar soporte a su enunciación teórica, y que se estructure a partir de la identificación de elementos sustanciales tales como: objetivo, premisas, principios, procesos, enfoques, fronteras y retroalimentación (De la Nuez, 2005; Chia-venato, 2007; Vargas, 2013; Torres, 2015). Además, para poder implementarse requiere de una metodología que responda a las exigencias y particularidades del mismo. El modelo está representado de manera gráfica en la figura 2. El modelo, requiere de una serie de premisas que permitan su orientación, a consideración del autor se deben dar las siguientes:



- Deben existir mecanismos (convenios) que permitan instrumentar y hacer cumplir la voluntad política para que el GAD y los actores comprendidos en la conformación del comité cantonal, apliquen la metodología que asiste al modelo para su implementación.
- Disposición de los actores de la sociedad civil, del sector público y privado, para que accedan a la necesidad que permita sinergia inter actoral mediante procesos a partir de estrategias de desarrollo cantonal.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) debe gozar de competencias exclusivas o concurrentes para la gestión del turismo.
- El cantón debe tener orientación turística y ser decretado como tal, por parte del organismo representante del estado (Ministerio de Turismo), que permitirá fortalecer las potencialidades a nivel local y nacional.

El modelo, requiere de una serie de premisas que permitan su orientación, a consideración del autor se deben dar las siguientes:

- Deben existir mecanismos (convenios) que permitan instrumentar y hacer cumplir la voluntad política para que el GAD y los actores comprendidos en la conformación del comité cantonal, apliquen la metodología que asiste al modelo para su implementación.
- Disposición de los actores de la sociedad civil, del sector público y privado, para que accedan a la necesidad que permita sinergia inter actoral mediante procesos a partir de estrategias de desarrollo cantonal.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) debe gozar de competencias exclusivas o concurrentes para la gestión del turismo.
- El cantón debe tener orientación turística y ser decretado como tal, por parte del organismo representante del estado (Ministerio de Turismo), que permitirá fortalecer las potencialidades a nivel local y nacional.

**El diseño del modelo considera los siguientes principios:**

**Integralidad y participación ciudadana.** Se debe conseguir alianza de todas las formas de organización económica pública y/o privada.

**Autonomía financiera local.** Se debe generar mecanismos de promoción y previsibilidad que permitan planificar a medio y largo plazo.

**Equidad y corresponsabilidad.** Mecanismos para articular e implicar de manera corresponsable con los agentes públicos, comunitarios y privados en la toma de decisiones.

Transparencia. Los actores involucrados en el sector turístico, deben impulsar la cultura de transparencia para el empoderamiento de los procesos. Cada componente defiende la identidad, armonía, igualdad participativa en la toma de decisiones y la interacción sistémica de los procesos que ocurren en el desarrollo turístico sostenible costero del sur de Manabí. De acuerdo a Ferriol

(2011), las relaciones esenciales que fundamentan el diseño de un modelo, se definen como las interrelaciones externas e internas de los elementos principales y decisivos que caracterizan la esencia del objeto y que sustentan de manera teórica. Se consideran las siguientes relaciones esenciales:

- Entorno– Gobierno Autónomo Descentralizado.
- Proceso de gestión del turismo - (GAD).
- Políticas públicas nacionales y provinciales - políticas públicas cantonales - demanda y competencia turística.
- Relación inter actoral.

## CONCLUSIONES

La conducta en el sector turístico a nivel mundial, ha generado un sinnúmero de adversidades en las diferentes sociedades. Estos comportamientos han sido objeto de estudios en los distintos destinos turísticos, para poder identificar los factores que afectan al sector, es indudable que el turismo es un sistema muy sensible a suceso que pueda acaecer en un determinado lugar.

Se logró un modelo para la gestión del turismo sostenible en cantones costeros desde los GAD, el cual concibe desde cantones costeros, la creación de un comité cantonal, sus funciones generales y la de sus actores, así como un sistema de indicadores multidimensional, que constituye una herramienta para los gobiernos autónomos descentralizados en la conducción del turismo sostenible, en función del aprovechamiento de los recursos endógenos y exógenos y la articulación de actores locales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acuña D., S. Y. (2013). Metodología para la evaluación de la sostenibilidad de las actividades de turismo en las áreas protegidas mediante el empleo de las técnicas ANP y DELPHI. Caso de estudio. Parque Nacional Archipiélago Los Roques. (Tesis Doctoral). Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/29892>: UPV.
- Ortuño Gil, I., & Martínez Lucas, V. (2002). Reseña de "Desarrollo Sostenible: un concepto polémico" de Iñaki Barcena, Pedro Ibarra, y Mario Zubiaga . Papeles de Geografía. ISSN: 0213-1781, (36), 260-262.
- Brundtland, G. (1987). Informe Brundtland - "Nuestro Futuro Común". Oxford University Press. Madrid: Alianza.
- Bermejo, R. (2005). Del Desarrollo Sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biotomía. Hegoa. ISBN: 978-84-89916-92-0, (60), 15-17. Bilboa.
- Butler, R. (1993). "Pre- and Post-impact Assessment of Tourism Development". En: Pearce, D.G. & Butler, R.W. *Tourism Research: Critiques and Challenges*, London: Routledge, (12), 135 -155.
- Cardoso Jiménez, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*. E-ISSN: 1870-9036, (11), 5-21.
- Cheibub, Bernardo Lazary, & Melo, Victor Andrade de. (2010). Experiencia turística, ocio/recreación y mediación: Un estudio del proyecto "Turismo Jovem Cidadão" en Río de Janeiro, Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*. ISSN 1851-1732, 19(6), 1037-1052.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos* (8va. ed.). Santa Fé-Bogotá: McGraw Hill.
- De la Nuez Hernández, D. (2005). Modelo de gestión de la calidad basado en el liderazgo como valor instrumental aplicado en empresas de proyectos. Tesis Doctoral. Universidad de Pinar del Río – "Hermanos Saíz Montes de Oca". Pinar del Río, Cuba: UPR.
- Ferriol, F. (2011). Modelo de planificación estratégica para el Ministerio de Educación Superior de la República de Cuba. Tesis Doctoral. Universidad de la Habana, La Habana, Cuba.
- Grundey, D. (2008). Managing Sustainability Tourism in Lithuania: Dream or Reality? *B. J. on Sustainability. Technological and Economic Development*, 14 (2): 118-129.
- Haulot, A. (1974). *Tourisme et environnement : La recherche d'un équilibre* (Marabout monde moderne). Francia. Broche. N° de réf. du libraire 82A83949F36C.
- Hernández, D. (2011). Diseño y aplicación de una tecnología de aprendizaje organizacional para

- la implementación del sistema de gestión integrada de capital humano. Casos de estudio: empresas del grupo empresarial de la construcción de Pinar del Río y de la red capital humano. Tesis Doctoral, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”. La Habana, Cuba
- Kelly, O., Haider, W., Williams, P., & Englund, K. (2007). Stated preferences of tourists for eco-efficient destination planning options. *Tourism Management*. ISSN : 0261-5177, (28),2.377-390 ref.many.
- Leiper, N. (1979). “The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry”. *Annals of Tourism Research*, (6). 390-407.
- Lima, R., & Aibar, C. (2009). Las políticas públicas para el logro del desarrollo sostenible en el contexto internacional (11). 46 – 63. Portugal.
- MINTUR. (2014). Plan Integral de Desarrollo para el Turismo Interno de Ecuador. Subsecretaría de Gestión Turística. Quito - Ecuador: Ministerio de Turismo - Ecuador.
- MINTUR. (2015). Ecotourism and sustainable tourism conference 2015. Viaja Primero Ecuador (6). Quito: Ministerio de Turismo Ecuador.
- McIntosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, J. (1999). *Turismo Planeación, Administración y Perspectiva*. México: Limusa-Wiley.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2014). Informe global sobre la industria de reuniones. Madrid (España): AM Reports - Miembros Afiliados. Obtenido de [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am\\_8\\_meetings\\_esp-red.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf).
- ONU. (2012). Río+20. El futuro que Queremos. Río de Janeiro - Brasil: Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible.
- OMT. (1996). “What tourism managers need to know: a practical guide to the development and use of indicators of sustainable tourism”. Organización Mundial del Turismo. Ottawa: Consulting and Audit Canada.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2014). Informe global sobre la industria de reuniones. Madrid (España): AM Reports - Miembros Afiliados. Obtenido de [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am\\_8\\_meetings\\_esp-red.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf)
- Pérez, I. (2013). Relaciones de actores sociales en el ecoturismo como base al desarrollo territorial en el parque nacional Viñales y su area de influencia, Cuba. La Habana: Universidad de La Habana.
- Pons, A. (2006). Nuevas Formas de gobierno en las áreas protegidas - Trabajar juntos por la conservación de la biodiversidad, el futuro del plan de acción para los espacios naturales protegidos. Parque Nacional de Aigüestortes i Estany de Sant Maurici. España: ESPARC 2006.
- Programa de Manejo de Recursos Costeros (PMRC). (2008). Política costera de Ecuador. Costas vivas y saludables para el Desarrollo Nacional. Quito - Ecuador: Segundo Coello.
- Pulido J, Flores, D., & Vargas, M. (2008). Gestión activa de la deuda externa y desarrollo turístico. Los swaps deuda - turismo sostenible. *Economía Mundial*, 20: 197-227.
- Ramírez, G. (2015). La Gestión del Turismo Sostenible: El caso español. Trabajo de fin de grado, Universidad de Cádiz , España.
- Salas, A. (2015). Modelo de gestión turística local integrada y participativa del cantón Santiago de Pillaro. Tesis Doctoral. Perú.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2013). Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito, Ecuador.
- Torres, C. (2015). Modelo para la gestión de políticas territoriales de desarrollo local a escala municipal. Tesis Doctoral, Universidad de Pinar del Río – “Hermanos Saíz Montes de Oca”, Pinar del Río - Cuba.
- Vargas, T. (2013). Modelo de gestión de la capacitación orientado al desarrollo de competencias para el turismo sostenible en el ámbito local, con enfoque de organización que aprende. Tesis Doctoral, Pinar del Río, Cuba.
- Vera, J., & et al. (2001). “Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores”. Documento de trabajo, Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Geografía, Alicante.



## IMAGEN CORPORATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE MANTA

Wagner Ignacio Coaboy Velásquez<sup>1</sup>, wagnercoaboyvelasquez@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
Yoselin Liceth Delgado Caicedo<sup>2</sup>, decayoli95@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Extensión Bahía de Caráquez  
Frank Ángel Lemoine Quintero<sup>3</sup>, fangel64@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Extensión Bahía de Caráquez  
Javier Antonio Zambrano Mero<sup>4</sup>, javierzmero1@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Extensión Bahía de Caráquez

### RESUMEN

La presente investigación se sustenta en el estudio de la imagen corporativa para el posicionamiento del destino turístico de la ciudad de Manta, en su estudio del posicionamiento de la marca de identidad e imagen corporativa según (Kotler P., 1984) Todas las empresas deben proporcionar un significado visual a aquello que representa la empresa, deben mirar más allá de su presente y elaborar una estrategia a largo plazo que les permita hacer frente a cualquier cambio, en su sector. El objetivo del presente estudio está en posicionar desde una perspectiva de la imagen corporativa el destino turístico de la ciudad de Manta. Se utilizó método de observación partiendo de los comportamientos que presentaban el sector turístico de la ciudad de Manta, método descriptivo este método tiene como objetivo la descripción del estudio, que se asocia al diagnóstico que se realizó en la ciudad de Manta, con lo que se procedió con variantes claves para levantamiento de información, entre las herramientas utilizadas se encuentra el Microsoft Excel para el análisis de datos. Entre los principales resultados se obtuvo: que la imagen corporativa es importante para dar posicionamiento en el destino que con un 97,5% que representa totalmente de acuerdo en la escala de medición, y qué busca dentro de un mercado, además que la imagen corporativa busca diferenciación y posicionamiento estratégico en entornos turísticamente competitivos, 80% totalmente de acuerdo, también el desarrollo empresarial en la ciudad de Manta.

**Palabras claves:** Posicionamiento, Imagen Corporativa, Destino Turístico, Identidad Corporativa.

### ABSTRACT

The present investigation is based on the study of the corporate image for the positioning of the tourist destination of the city of Manta, in its study of the positioning of the brand identity and corporate image according to (Kotler P., 1984) All companies must provide a visual meaning to what the company represents, they must look beyond their present and develop a long-term strategy that allows them to face any change in their sector. The objective of this study is to position the tourist destination of the city of Manta from a perspective of the corporate image. Observation method was used based on the behaviors presented by the tourism sector of the city of Manta, a descriptive method. This method has the objective of describing the study, which is associated with the diagnosis that was made in the city of Manta, with proceeded with key variants for information gathering, among the tools used is the Microsoft Excel for data analysis. Among the main results we obtained: that the corporate image is important to give positioning in the destination that with 97.5% that represents totally according to the scale of measurement, and what it looks for within a market, in addition to the corporate image seeks differentiation and strategic positioning in tourist competitive environments, 80% totally in agreement, also the business development in the city of Manta.

**Keywords:** Positioning, Corporate Image, Tourist Destination, Corporate Identity

### INTRODUCCIÓN

La imagen corporativa se produce al ser recibida. Una organización puede transmitir un mensaje sobre sí misma a sus empleados, sus inversores, a sus clientes y a todo su público, dentro y fuera de la misma. Es posible incluso que desee transmitir una imagen especial sobre sí misma; pero lo importante es la recepción de dicho mensaje. Kotler & Keller (2005) definen la identidad como “La manera en que una empresa trata de identificarse o posicionarse a sí misma o a su producto”. Para Santasmases (2004) la identidad es “La dimensión que debe distinguir a la marca a lo largo del tiempo, desarrollar sus promesas a los clientes y definir las asociaciones que aspira a obtener”. (Kapferer, 2004) Concibe la identidad como “Lo que la empresa le dice a su mercado que es, a

partir de sus productos, acciones y comunicaciones”.

**Identidad corporativa:** Es la suma de la historia y las estrategias de una empresa. No puede cambiarse con facilidad. La mayoría de las identidades evolucionan paulatinamente, pero un acontecimiento importante, como una OPA, puede modificarlas de manera radical. La imagen corporativa no es más que la que un determinado público percibe sobre una organización a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido. Por lo general, cualquier organización entiende que sólo comunica algo cuando quiere hacerlo, pero, desgraciadamente, el fracaso de muchas empresas en el control de sus comunicaciones da lugar a la generación de imágenes confusas de sí mismas (Ind, Nicholas., 1992).

**Estrategia de identidad e imagen corporativa Kotler P (1984)** Describe la estrategia de la siguiente forma: Todas las empresas deben mirar más allá de su presente y elaborar una estrategia a largo plazo que les permita hacer frente a cualquier cambio, en su sector. Deben idear un plan de acción para alcanzar sus objetivos a largo plazo. No existe una estrategia óptima para todas las empresas. Cada una debe decidir qué es lo más conveniente para ella, teniendo en cuenta su posición en el sector y sus objetivos, en oportunidades y los recursos con que cuenta. De esta definición se pueden extraer cuatro ideas principales, que afectarán de un modo u otro a la identidad corporativa:

- La estrategia corporativa asume una visión a largo plazo de la naturaleza cambiante de un determinado sector.
- Cada empresa es especial.
- La estrategia corporativa debe basarse en la comprensión del posicionamiento de la empresa.
- Toda empresa debe entender la naturaleza de los recursos con los que cuenta.

Sin embargo, antes de analizar detalladamente estos puntos debemos entender en términos generales cuál es el papel que desempeña la identidad corporativa con respecto a la estrategia corporativa. Este papel es doble. En primer lugar, la identidad de la organización influirá en la determinación de los objetivos y la estrategia a seguir. Dicho de otro modo, lo que es la empresa afectará a sus metas y a la forma de alcanzarlas. Por ejemplo: si una compañía ha venido desarrollándose bajo una filosofía que respeta la autonomía de las diferentes unidades corporativas que la integran, la estrategia deberá aceptar dicha filosofía o tratar de modificarla, lo que no podrá hacer es ignorarla.

En segundo lugar, la naturaleza de los objetivos marcados y la forma en que la compañía trata de alcanzarlos también afectará a la identidad. Ampliando el anterior ejemplo: si una compañía cree que la clave del éxito en su mercado radica en un control central de sus recursos, la estrategia que adopte deberá tener en cuenta esta idea y tratará de reducir la autonomía de las unidades corporativas que la integran. A nivel empresarial las estrategias en las comunicaciones corporativas, intervienen en el proceso organizacional de la misma, debido a que constituyen el proceso que convierte la identidad corporativa en imagen corporativa, para que mantenga un valor y a la vez, la identidad debe ser comunicada a los empleados, a los clientes y a los accionistas, para que estos tengan el empoderamiento y la concepción de qué es lo que se quiere lograr o que es lo que busca la compañía en proporcionar un significado visual a aquello que representa la empresa, es decir fortalecer estratégicamente a una compañía que ha venido desarrollándose bajo una filosofía que respeta la autonomía de las diferentes unidades corporativas que la integran, la estrategia deberá aceptar dicha filosofía o tratar de modificarla, lo que no podrá hacer es ignorarla, de esta depende la integración y el trabajo de dar posicionamiento la marca.

El marketing no es sinónimo de comercialización o venta sino que, precisamente, es la función que apoya la identificación de esas necesidades, desarrolla los productos para satisfacerlas, ayuda a fijar los precios correspondientes, a ofrecerlos en los lugares adecuados y con buenas estrategias de comunicación y postventa. El marketing orienta todo el proceso mediante el cual las

oportunidades se transforman en productos aceptados por el mercado. Por eso la importancia del marketing resulta cada vez más evidente. En las grandes empresas esto se ve reflejado en complejas estructuras, la cantidad de profesionales en esa actividad y el dinero invertido; en las medianas y pequeñas empresas esa necesidad también se está comprendiendo y los esfuerzos aumentan; incluso en las microempresas el marketing se constituye en uno de los componentes clave para su desarrollo, debido a que la mayoría de ellas se han creado en torno a una fortaleza de producción y no ante la identificación de una demanda insatisfecha (Schnarch, 2010).

Esto surge de una evolución de la función comercial en las empresas. Si bien cierto que dependiendo de las circunstancias y el mercado se pueden dar las tres posibilidades, se puede afirmar que se ha ido avanzando hacia el último enfoque. Estas son:

**Orientación hacia el producto.** Se pensaba que lo primordial era tener una buena oferta o producto y que este solo hecho estaría asegurando su venta. En consecuencia, la máxima preocupación estaba en producción, fabricación, sistemas o diseño. La función de mercadeo estaba reducida a su mínima expresión y prácticamente se limitaba a llevar el producto a los mercados.

**Orientación a las ventas.** Cuando comienza a aparecer competencia, las empresas se dan cuenta que ya no basta con llevar el producto, sino que hay que entrar a convencer y motivar a esos clientes potenciales sobre las bondades de la oferta. Aquí comienza a lograr importancia la labor comercial, por ello crecen en personal y presupuesto, así como se desarrollan técnicas de venta, publicidad y marketing. Pero el producto generalmente sigue siendo responsabilidad exclusiva de fábrica y los precios son fijados con criterio financieros.

**Orientación al cliente.** La situación ha evolucionado más aún y actualmente se considera que si bien es cierto que los productos y la actividad de venta es fundamental, el centro de atención de las empresas debe estar en el cliente, el usuario, el comprador y el consumidor, debido a que la única garantía que va a tener una empresa de estar y progresar en un mercado es satisfaciendo mejor que la competencia las verdaderas necesidades, deseos y expectativas de los clientes. Si aparece otra organización que lo haga de forma superior, el cliente se perderá. "El marketing de destino tenía como finalidad incrementar el número de visitas, considerando el turismo como cualquier otro producto" (ENRIQUE BIGNÉ ALCAÑIZ, XAVIER FONT, LUISA ANDREU, 2000).

Según estos autores el marketing de destino tenía como finalidad incrementar el número de visitantes siempre y cuando sea considerado el turismo como cualquier otro producto, sin embargo se trataba de una orientación miope, en la cual no era considerada como un impacto del desarrollo turístico. El marketing de destinos no se debía considerar como únicamente una promoción del destino, sino que debería ser considerado con la satisfacción de las necesidades de los turistas y la comunidad local. Al ver esta orientación el sector público y privado han trabajado solo una parte del marketing mix al turismo, pero si queremos sobrevivir generando satisfacción para los turistas se deben adoptar una disposición de marketing social en la cual se caracteriza según los autores por:

- \* Control sistemático de los niveles de satisfacción del turista utilizando esto como una parte del criterio de la evaluación, más que el crecimiento en el número de turistas.
- \* Controlar, de forma continua, las reacciones de los residentes ante los turistas ya que la intersección residentes y turista es un equipo muy importante en las experiencias turísticas
- \* Ser consciente de que el desarrollo de las infraestructuras en el destino turístico tiene implicaciones para los tipos de turistas que atraes, en los recursos medioambientales y en la población residente, condicionando el bienestar e intereses de turistas y residentes a largo plazo.

En sí, se puede decir que los destinos turísticos son prácticamente productos turísticos difícil de controlar y también de comercializar, ya que existen una diversidad de intereses que esta implicados en el desarrollo y creaciones de los productos turísticos. Por eso debemos tomar en cuenta que estrategias y acciones deberíamos tomar considerando los deseos de los que participan en lo que se refiere el sistema turísticos ya sea empresarios, inversores o residentes. Es absolutamente incuestionable que el trabajo y el placer deben retroalimentarse constantemente, en una

relación de equilibrio, para alcanzar un rendimiento psicofísico óptimo y mantener una condición saludable. Del consenso de la mayoría de los escritores sobre la mercadotecnia aplicada al turismo, el marketing puede definirse como una actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada la política de las empresas turísticas privadas o estatales en el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios (Guerrero, González, Perla Elizabeth, and Mendoza, José Roberto Ramos, 2014).

### **Aproximación conceptual al turismo y al destino como producto turístico**

La organización mundial de turismo (1994) realiza una aproximación a la definición de turismo que interpreta como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a 1 año con fines de ocio, por negocios y por otros motivos”. Por tanto, el turismo incluye cualquier actividad relacionada con el desplazamiento temporal de personas hacia un destino fuera de los lugares que normalmente viven y trabajan, así como las actividades que realizan durante su estancia en dichos destinos (Tourism Society, 1979). Por ello, de manera más general podemos definir al turista como la persona que está lejos de su hábitat habitual (Jafari, 1994).

A partir de la literatura consultada sobre la conceptualización del turismo vamos a enumerar una serie de aclaraciones de la definición de turismo:

- El turismo no implica necesariamente que haya alojamiento en el destino, aunque deberíamos distinguir entre excursionista y turista, siendo el excursionista el visitante que llega a un lugar y se marcha durante el mismo día, y turista el visitante que pernocta en el destino.
- Se considera turismo no solo a los viajes de placer, sino también a los viajes educativos, religiosos, ecológicos y de negocios.
- Se debe distinguir entre turismo y ocio, porque muchas veces se consideran términos sinónimos y sin embargo no lo son el ocio es una actividad que tiene lugar en la residencia habitual de una persona mientras que el turismo no.

Si no hay desplazamiento de un lugar a otro no hablaríamos de turismo, aunque hay muchas veces que hay desplazamiento y sin embargo no hay turismo como cuando nos desplazamos al trabajo, realizamos compras. Al igual que tampoco se consideraría turismo el turista virtual: aquel que visita un lugar turístico mediante internet, donde no habría desplazamiento de un lugar a otro. Desde el punto de vista del turista, el producto o servicio turístico cubre la completa experiencia desde que sale de su lugar de residencia habitual hasta que regresa a él (Medlik y Middlenton, 1973), definiéndose el producto turístico como la suma de todos los servicios que un turista recibe desde que sale de su domicilio hasta que regresa a él (Serra, 2008).

La Organización Mundial del Turismo (1994) define un destino turístico como aquel lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico. Dentro de este enfoque de demanda otra sería la aportación de Bull (1994) que define el destino turístico como la ciudad, región o país hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo, de ahí que se diga que el destino turístico se conciba únicamente como una zona geográfica perfectamente delimitada.

Desde el punto de vista de la oferta un destino turístico se define como un paquete de facilidades y servicios turísticos que está compuesto por múltiples atributos que de forma conjunta determinan su atractivo (Hu y Ritchie, 1993), además también se tome en cuenta la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas y finalmente también se ha de tener en cuenta la experiencia compleja que resulta de un proceso donde los turistas utilizan múltiples servicios turísticos durante el curso de su visita (Gunn, 2002). Un destino turístico no debe ser solamente un conjunto de instalaciones y servicios a disposición de los indivi

duos (Bigné y Sánchez, 2001; Bigné, 2005), sino que también se debe de tener en cuenta la experiencia personal del propio turista. Como sabemos los destinos turísticos tienen una naturaleza multidimensional; entre las múltiples aproximaciones a su multidimensionalidad existe un modelo teórico de destino turístico que clasifica los destinos turísticos en dos dimensiones (Murphy, Pritchard y Smith, 2000).

**Dimensión entorno del destino turístico que incluye los siguientes atributos:**

- \* Entorno natural: clima
- \* Factores político-legales: estabilidad política.
- \* Factores tecnológicos: comunicaciones
- \* Factores económicos: nivel de precios.
- \* Factores culturales: patrimonio histórico
- \* Factores sociales: hospitalidad de los residentes.

**Dimensión infraestructuras del servicio que a su vez incluye:**

- \* Compras
- \* Recreo y atracción
- \* Acomodación
- \* Transporte turístico,
- \* Restauración
- \* Viaje

Respecto a este modelo se debería destacar la importancia otorgada al entorno del destino turístico, dimensión que han identificado Mo, Howard y Howard y Havitz (1993) como un factor fundamental de la experiencia turística. Por parte como segundo nivel del modelo se hace referencia a un conjunto de servicios que constituyen un componente del destino muy relevante (Hu y Ritchie, 1993). Por lo tanto, tanto el entorno del destino como sus infraestructuras de servicios modelan la experiencia global del turista (Olga Femenía Millet, 2010).

Existe un cierto consenso sobre las dimensiones que integran la imagen de destino turístico que reagrupamos en dos grandes perspectivas: El componente cognitivo y el componente afectivo de la imagen de un destino turístico.

**Componente cognitivo:** La imagen de un destino turístico basada en la percepción cognitiva puede ser definida como la forma en que el turista percibe los atributos físicos o características de una zona turística (Baloglu y Brinberg, 1999; Beerli y Martín, 2004). Como atributos físicos podemos nombrar: paisaje del lugar, naturaleza, sus atracciones y el entorno construido. La seducción del turista estará determinada por la belleza de los paisajes arquitectónicos y naturales y por la comodidad de sus instalaciones. Por lo tanto una percepción negativa del destino generará actitudes desfavorables hacia el lugar, y una percepción positiva generará actitudes favorables hacia el lugar (Yüksel y Akgül, 2007).

**Componente afectivo:** La mayoría de las investigaciones ha definido el afecto como un sentimiento del turista hacia el lugar (Baloglu y Brinberg, 1997) y no como un sentimiento que el lugar expresa hacia el turista. Por lo tanto, el turista según el afecto que le produzca el lugar, se verá animado en mayor o menor medida incentivado el deseo de regresar a visitar el destino.

Tradicionalmente se ha establecido que la imagen de un destino turístico se basa en las creencias y conocimientos del individuo sobre atributos de ese lugar (Baloglu y Brinberg, 1997), sin embargo en la actualidad existe un convencimiento cada vez mayor de la presencia no sólo de creencias, que determinen el componente cognitivo de la imagen, sino que hay también evaluaciones afectivas en la percepción del individuo del destino turístico (Kim y Richardson, 2003; Pike y Ryan, 2004). Estas últimas se corresponden en realidad con los sentimientos del individuo hacia el lugar



(Chen y Uysal, 2002). La coexistencia de las dimensiones cognitiva y afectiva en el estudio de la imagen del destino turístico permite explicar mejor la representación que tiene el turista de un lugar cuyo significado no se limite a las propiedades físicas (Baloglu y Brinberg, 1997).

Una vez revisada la literatura sobre las dimensiones que evalúan la imagen de un destino turístico, vamos a profundizar en el concepto de imagen categorizando las impresiones que tiene el turista sobre el destino turístico: • Impresiones del individuo sobre el destino turístico: Echtner y Ritchie (1991,1993) identifican tres continuos bipolares para delimitar dichas impresiones que produce la imagen de un destino turístico.

**Atributo-holístico:** la imagen no solo debe de estar compuesta de las percepciones de atributos particulares (clima, hospitalidad o acomodación) sino por las impresiones holísticas del lugar -Atributo funcional- psicológico: distingue entre las características del destino que son observables por el turista (son los atributos funcionales) y las características que resultan inmateriales, imprecisas y complicadas de calcular (características psicológicas). Gallarza, Gil y Calderón (2002) realiza una amplia revisión de los atributos donde destacan el paisaje, las atracciones culturales, clima, vida nocturna, nivel de precios y las facilidades de compra como atributos funcionales y la hospitalidad de los residentes, relajación y la seguridad como características psicológicas.

**Atributo común-único:** son las características comunes que poseen los distintos lugares, ya sean funcionales o psicológicos o las características propias que posee cada destino turístico, además conlleva importantes implicaciones estratégicas al configurarse como una auténtica fuente de diferenciación y ventaja competitiva del destino turístico.

#### **Factores asociados con la imagen de un destino turístico**

Para convertirse en una oferta atractiva, no sólo es necesario que el lugar cuente con un conjunto de cualidades, sino más bien, que las personas lo asocien con ellas. En este momento vamos a pasar a analizar los cuatro factores que según la literatura turística están asociados con la imagen de un destino que son: familiaridad, reputación, confianza y satisfacción.

**Familiaridad:** es la percepción que la gente tiene de un servicio basado en su experiencia y amistades anteriores (Luhman, 1988). No sólo se conoce mediante el uso de los productos o servicios, sino también por la búsqueda de información que es recibida por el turista a través de los medios de publicidad. Cuando mayor sea la información de un determinado destino turístico, menor será el número de destinos a seleccionar (Johnson y Russo, 1984).

**Reputación:** es una reacción emocional que implica la estimación general que tienen los turistas de un determinado destino turístico (Fombrun, 1996; Carauna y Chircop, 2000). Según Hart (1988) es el resultado de la consistencia entre lo que una organización garantiza a sus clientes y el real cumplimiento de estas garantías. Tener una buena reputación significa para un destino turístico el incremento de las estancias de los turistas por ello los turistas cuando visitan por primera vez un destino esperan que esto sea verdad, sino en vez de darle una buena reputación recibirá todo lo contrario, una mala reputación que influirá de forma negativa en el lugar.

**Confianza:** son las expectativas positivas que se tiene sobre el comportamiento de otro en unas condiciones no seguras (Rosseau, et al, 1998) y está compuesta por tres elementos: la honestidad, benevolencia y las competencias de la gente que vive en el destino turístico, así como de los organismos privados y públicos que en él operan.

**Satisfacción:** depende de la medida en que el servicio aporta valor en relación con las expectativas del turista. El consumidor se encuentra satisfecho siempre y cuando el servicio percibido sea igual al beneficio esperado (Oliver, 1980).

La imagen de un destino proyectada es considerada como un factor de atracción en el proceso de elección de un destino turístico (Andreu, Bigné y Cooper, 2000) se trata de aquella que se proyecta hacia su mercado de origen mediante los diferentes canales de comunicación. Kotler, Haider y Rein (1993) establecen que el objetivo último de los promotores de un destino turístico debe ser obtener la mayor coincidencia entre la imagen promocionada y la imagen percibida por el turista potencial, llegando a ser valorado este objetivo como el aspecto más decisivo dentro de la promoción del destino turístico.

La incompatibilidad entre lo programado y lo real lleva a que los promotores de ofertas de destinos turísticos modifiquen el posicionamiento efectivo del lugar y desarrollen de forma más adecuada sus productos o servicios. (Calantone et. al, 1989; Ahmed, 1991). Por lo tanto, se debe de promocionar una imagen real, verdadera y capaz de implantarse con un coste válido (Lawson y Baud-Bovy, 1977). No se debe de engañar al turista porque si no puede ofrecer una mala publicidad del destino y eso si que supondría un coste inmensurable.

### **La imagen de un destino turístico: valor, satisfacción y calidad**

La imagen es de vital importancia para cualquier empresa y más aún cuando se trata de una empresa turística, ya que esta imagen influirá en la decisión de los turistas en el momento de adquirir un producto o servicio, el impacto de una imagen impecable de una empresa turística también se verá reflejado en su valor económico, esta imagen integra tres variables importantes como el valor, la satisfacción y la calidad.

### **La creación de valor**

Según (Zeithaml, 1988) definió el concepto de valor como la evaluación global que hacen los consumidores con respecto a la utilidad del producto, según su percepción de la diferencia entre lo que se dan y lo que reciben, siendo los factores que tradicionalmente se han asociado al concepto de valor han sido el precio de venta y la calidad del producto. Lo que Zeithaml asegura es que el valor de un producto o servicio lo determina la percepción que tiene una persona en el momento de hacer uso de un producto o servicio, esto va encadenado con la calidad, pues de esa manera se asigna un precio acorde al valor del producto. Por otro lado, (Rapallo, 2002) plantea que el objetivo de la creación de valor es puramente financiero y técnico, que el objetivo es la creación del valor es beneficiar económicamente al accionista y la empresa. Es decir que de acuerdo al valor que se le asigne a los productos o servicios servirá de apoyo para asignar precios que justifique dicho valor lo que volverá atractivos y deseable los productos y de esa manera los turistas no se verán inconformes con los precios que ellos consideren justos comparados al valor que ellos perciben del servicio o producto.

### **El valor y la satisfacción**

Cuando se habla de valor se hace referencia a todo un conjunto de atributos y beneficios que un turista percibe cuando va a algún destino turístico, existen algunos factores psicológicos y emocionales para que una persona se sienta atraído por un lugar, es así que la satisfacción del turista no solamente la medirá por la calidad del servicio, sino que vendrá influenciada por cualquiera de las variables del valor percibido.

Cuando un turista va a un destino turístico desembolsa una determinada cantidad de dinero para acceder a servicios como: alojamiento, excursiones, transporte, alimentación, entre otras actividades de recreación, sin embargo, a pesar de querer acceder a estos servicios, ellos principalmente se guían por el valor simbólico o emociones que significa estar ese lugar, ese valor puede ser estatus o prestigio social, relajarse o simplemente ampliar sus conocimientos de cultura. Manta es la ciudad más importante de Manabí, asentada en una bahía que le da la característica de poder ser puerto internacional en la Costa del Océano Pacífico. El sol y la brisa irradian todas las mañanas forjando un ambiente ideal para disfrutar de la playa y otros atractivos que se pueden encontrar en el cantón.

Las playas más visitadas son: El Murciélago y Tarqui que favorecen la práctica de pesca deportiva y otras actividades al aire libre. Manta además cuenta con uno de los museos más completos de la región donde se exhiben piezas arqueológicas de las culturas que se asentaron en su territorio. Esta bella ciudad es un símbolo llamativo, que distingue y hace única a la provincia de Manabí y que por supuesto, aporta orgullo al Ecuador. Es conocida como el primer puerto atunero del mundo y por la amabilidad e increíble hospitalidad de su gente que hace que cualquier turista extranjero o local desee regresar, tanto así que en Manta son comunes los programas de intercambios para extranjeros deseosos de aprender español y conocer sus costumbres locales, la ciudad y el país.

La ciudad de Manta conserva cultura, importante rasgo que desean regalar a sus visitantes. Realizan festivales cada cierto tiempo en fechas específicas del año como el Festival del Teatro, que se festeja en septiembre y donde participan grupos teatrales de Ecuador y del mundo, además del Encuentro Internacional “Manta por la Danza” que se lleva a cabo cada junio. Pues sí, esta icónica ciudad es el balneario más visitado, querido y el más importante del Ecuador, por su belleza, frescura, playas encantadoras, hoteles de alta categoría, clubes, bares, discotecas y centros deportivos especialmente ofrecidos para asegurar un pronto regreso y una experiencia increíble en las costas del Pacífico.

## MATERIALES Y MÉTODOS

A nivel empresarial las estrategias en las comunicaciones corporativas, intervienen en el proceso organizacional de la misma, debido a que constituyen el proceso que convierte la identidad corporativa en imagen corporativa, para que mantenga una valor y a la vez , la identidad debe ser comunicada a los empleados, a los clientes y a los accionistas, para que estos tengan el empoderamiento y la concepción de qué es lo que se quiere lograr, consecuentemente así fortalecer las estructuras externas, para el correcto uso, y que de esta manera permitirles que tengan un crecimiento y se puedan mantener en el mercado. Esta investigación fue desarrollada en la ciudad de Manta, en la cual se realizaron los siguientes métodos:

**Método de observación:** Se realizó la observación partiendo de los comportamientos que presentaban los Mipymes de la ciudad de Manta, además de quejas y anomalías de los clientes debido a la carencia de identidad e imagen corporativa de las Mipymes.

**Método estadístico descriptivo:** Para Borderleau (1987) “En el caso de la investigación estadística descriptiva, la indagación va dirigida a responder a las preguntas quién, qué, dónde, cuándo, cuántos”. Este método tiene como objetivo la descripción del estudio, que se asocia al diagnóstico que se realizó en la ciudad de Manta, con lo que se procedió con variantes claves para levantamiento de información.

En la presente investigación se utilizaron técnicas e instrumentos como:

\* **Lectura científica:** Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial y el análisis de técnicas o herramientas que permitan evaluar niveles imagen corporativa y las tendencias al desarrollo empresarial en la ciudad.

\* **Encuesta:** Se aplicó a los ciudadanos de la ciudad con la finalidad de recabar información clave para el estudio.

\* **Instrumentos:** Se aplicó una encuesta estructurada con preguntas cerradas con la finalidad de identificar las principales concepciones de la ciudadanía en referencia a la imagen corporativas y el posicionamiento del destino en el mercado.

## RESULTADOS

Del estudio realizado por medio de encuestas a la ciudadanía de Manta y a las diferentes concepciones, en cuanto a la importancia de la imagen corporativa y las estrategias de posicionamiento necesarias para definir una oportunidad de negocio con creciente progreso en el mercado del sector turístico, se analizaron todas las variables, pero se determinó que las de mayor relevancia



para objetividad esta problemática son las siguiente variables:

**¿Cree usted que la imagen corporativa es importante para los destinos turísticos de la ciudad de manta?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Totalmente de acuerdo</b>	40	50,0%
<b>De acuerdo</b>	38	47,5%
<b>En desacuerdo</b>	2	2,5%
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0	0,0%
<b>Total</b>	80	100%

El 50% del total de los encuestados respondió estar **TOTALMENTE DE ACUERDO** con la pregunta, por otra parte un 47,5% respondió estar **DE ACUERDO**, y el 2,5% **EN DESACUERDO** dando un análisis de porcentaje significativo escala de medición. Los resultados son favorables en cuanto a que el 97,5% notan de gran relevancia la imagen corporativa en el destino turístico de Manta, generando una acepción positiva el marketing en el sector turístico.

**¿Considera usted que la imagen corporativa busca diferenciación y posicionamiento estratégico en entornos turísticamente competitivos?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Totalmente de acuerdo</b>	64	80,0%
<b>De acuerdo</b>	16	20,0%
<b>En desacuerdo</b>	0	0,0%
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0	0,0%
<b>Total</b>	80	100,0%

El 80% del total de los encuestados respondió estar **TOTALMENTE DE ACUERDO** con la pregunta, por otra parte un 20% respondió estar **DE ACUERDO** dejando irrelevante el restante en la escala de medición. Los mantenses sin tener un conocimiento profesional en cuanto al marketing y su perspectiva de la imagen corporativa, tienen una base clara de que para poder ser competitivo y mantener un posicionamiento estratégico en el sector turístico se debe tener una imagen que lo represente para mantener una ventaja competitiva.

**¿Cree necesario formar a los colaboradores para el empoderamiento sobre la identidad e imagen corporativa de la empresa?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Totalmente de acuerdo</b>	59	73,8%
<b>De acuerdo</b>	21	26,3%
<b>En desacuerdo</b>	0	0,0%
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0	0,0%
<b>Total</b>	80	100%

En análisis un 73,8% del total de los encuestados respondió estar **TOTALMENTE DE ACUERDO** con la pregunta, por otra parte un 26,3% respondió estar **EN DESACUERDO** en la escala de medición. En su mayoría creen estar solo **TOTALMENTE DE ACUERDO**, entonces hay una base de inseguridad aun por la falta de idealización en mejorar y estructurar una imagen que consolide e identifique al cliente interno como externo, pero si positivo en totalidad que nos representa un 80% en apoyar la importancia de capacitar al personal para empoderamiento del destino turístico de la ciudad de Manta, además tener en cuenta que existe aún personas que creen que no hay

una auge positivo en la creciente oferta de productos y servicios turísticos.

### ¿Cree que el sector turístico actualmente trabaja en dar posicionamiento de la imagen corporativa de los destino de la ciudad de Manta?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Totalmente de acuerdo</b>	38	47,5%
<b>De acuerdo</b>	32	40,0%
<b>En desacuerdo</b>	10	12,5%
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0	0,0%
<b>Total</b>	80	100,0%

El 47,5% del total de los encuestados respondió estar TOTALMENTE DE ACUERDO con la pregunta, por otra parte un 40% respondió estar DE ACUERDO y un 12,5% estar EN DESACUERDO dejando irrelevante el restante en la escala de medición. Existe un indicador significativo por muy mínimo que sea es de mucho análisis pues aquí interviene que para el destino de la ciudad no le ven la valor de consolidar una imagen pues ellos más bien trabajan por focalizar el crecimiento en sus ventas, sin lugar a dudas, nos ayuda a visualizar que un buen posicionamiento genera un ventaja competitiva y estratégica en el momento de hacer una compra de un producto o servicio turístico.

### DISCUSIÓN

De acuerdo al análisis que se procedió a realizar mediante encuestas, se analizó las distintas perspectivas de los personas de la ciudad de Manta, seleccionando variables como: la imagen corporativa es importante para los destinos turísticos de la ciudad de manta, si la imagen corporativa busca diferenciación y posicionamiento estratégico en entornos turísticamente competitivos, cree necesario formar a los colaboradores para el empoderamiento sobre la identidad e imagen corporativa de la empresa y finalmente si el sector turístico en la actualidad trabaja en dar posicionamiento de la imagen corporativa de los destinos de Manta.

Se argumenta que estos indicadores nos lleva a discernir en las concepciones empresariales, debido a que hay una información empírica, pero que aún falta el conocimiento científico para aportar y ejecutar la técnicas necesarias, Muchos son los aspectos que dieron forma a esta investigación, por ende este análisis de la imagen corporativa para dar posicionamiento al destino turístico, nos dio pautas para enfatizar la importancia de un modelo sinérgico que contribuya al desarrollo sostenible del turismo en la ciudad y al estudio de variantes del comportamiento sectorial del turismo.

### CONCLUSIONES

Dar mejoras en la imagen corporativa es muy importante para emprender y establecer una marca, debido a que dentro del mercado turístico se busca obtener diferenciación y posicionamiento estratégico del destino. Es importante mencionar que en la imagen corporativa se incluyen una serie de factores desde el momento que el turista inicia y termina su visita, los cuales permiten crear una reputación como marca del lugar que visitan de acuerdo a las experiencias percibidas

Un destino turístico es un área geográfica frecuentada por turistas debido a sus paisajes, belleza natural, gastronomía, mercado, servicios y todos los factores que complementan al turismo. De acuerdo al estudio realizados el 97.5% consideran que la imagen corporativas es importante para los destinos turísticos de Manta debido a que permite que los turistas además de conocer la identidad que posee como ciudad puedan receptor emociones proporcionando una imagen positiva y por ende lograr un posicionamiento en las mente de los turistas de acuerdo a las experiencias obtenidas en sus visitas.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Andrade, C. (26 de Mayo de 2016). Sinmiedosec . Obtenido de <http://sinmiedosec.com/pasos-para-registrar-una-marca-o-logotipo-en-el-iepi/>
- Anzola, Sérvulo. (1993). Administración de pequeñas empresas. México: McGraw-Hill.
- Consortio para el Derecho Socio-Ambiental. (s.f.). Legislación Constitucional Relevante. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador Asamblea Constituyente 2008: [http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion\\_Asamblea\\_Ecuador\\_4.html](http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html)
- EL PERSONALISTA. (s.f.). Obtenido de <http://elpersonalista.com/este-deberia-ser-tu-proximo-destino-segun-tu-personalidad/>
- El Telégrafo. (23 de Julio de 2012). Microempresas crecen un 41% en este año. El Telégrafo.
- EL TELÉGRAFO. (04 de octubre de 2017). Manta acogió en feria a 100 emprendedores manabitas. Manta acogió en feria a 100 emprendedores manabitas, pág. 1.
- ENRIQUE BIGNÈ ALCAÑIZ, XAVIER FONT, LUISA ANDREU. (2000). MARKETING DE DESTINO TURISTICO: ANALISIS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLLO. MADRID: ESIC.
- Guerrero, González, Perla Elizabeth, and Mendoza, José Roberto Ramos. (2014). Introducción al turismo. México: Grupo Editorial Patria, 2014.
- Ind, Nicholas. (1992). La imagen corporativa: estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces. Ediciones Díaz de Santos.
- INEC. (12 de Febrero de 2014). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Obtenido de Inec y Senplades presentan el Directorio de Empresas: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-un-futuro-sin-censos/>
- Kapferer, J. N. (2004). The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Loyalty . Long Tern: Keagan.
- Kotler, P. (1984). Marketing Management: Analysis, Planning and Control. New Jersey: Prentice Hall International.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). Marketing Management. Nueva Jersey: Prentice. McGraw-Hil. (2008). Casos de éxito de emprendedores. Business Week, 308.
- Mydomaine.com. (s.f.).
- Olga Femenía Millet. (2010). La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing. España: B - Olga Femenía Millet.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (s.f.). Obtenido de [https://www.unicef.org/ecuador/Plan\\_Nacional\\_Buen\\_Vivir\\_2013-2017.pdf](https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf)
- Plataforma Gubernamental del Ecuador. (08 de 2016). Ministerio de Industrias y Productividad . Recuperado el 12 de 07 de 2018, de Ministerio de Industrias y Productividad : <https://www.industrias.gob.ec/centros-de-desarrollo-empresarial-y-apoyo-al-emprendimiento/>
- Rapallo, M. d. (2002). La creación de valor: una aproximación.
- Santesmases, M. (2004). Marketing: conceptos y estrategias . Madrid.: Ediciones Pirámide.
- Schnarch, K. A. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Sistema Nacional de Información. (24 de 08 de 2016). Ministerio de Industrias y Productividad. Recuperado el 10 de 07 de 2018, de Ministerio de Industrias y Productividad: <https://www.industrias.gob.ec/emprendedores-de-manabi-reciben-apoyo-del-gobierno-para-implementar-centros-de-desarrollo-empresarial/>
- Zeithaml, V. (1988). Las percepciones del consumidor sobre el precio, la calidad y el valor: un modelo de término medio y síntesis de evidencia.

## MÉTRICA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEDIR POSICIONAMIENTO DEL DESTINO TURÍSTICO SUCRE – SAN VICENTE

Alex Rolando Velásquez Catagua<sup>1</sup>, alexnba23k@hotmail.com, Universidad Nacional de Mar del Plata  
Frank Ángel Lemoine Quintero<sup>2</sup>, fangel64@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Extensión Bahía de Caráquez  
Vanessa Maricela Delgado Caicedo<sup>3</sup>, delgavane@gmail.com, Unidad Educativa Autónoma de Manabí  
Yoselin Liceth Delgado Caicedo<sup>4</sup>, decayoli95@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Extensión Bahía de Caráquez

### RESUMEN

El presente trabajo se sustenta en la realización de una métrica para medir el posicionamiento del destino turístico Sucre – San Vicente. Como problema se encontró que después del evento telúrico del 16 de abril del 2016, muchos de los sitios turísticos como los servicios de alojamiento y alimentación que fueron afectados en dicho acontecimiento, actualmente presentan problemas de calidad y cobertura en lo que corresponde a la oferta turística. Para esto se tomó como referencia las zonas más afectadas de dichos cantones, teniendo como objetivo diseñar una métrica de planificación estratégica para potenciar el destino turístico Sucre – San Vicente. Entre los métodos utilizados para la investigación se aplicó el cualitativo para determinar las cualidades del sector turístico, se aplicó también encuestas dirigidas a los usuarios para establecer la calidad de los servicios que ofertan a los diversos clientes y consumidores. Se aplicó método cualitativo por medio de la entrevista donde se adquirió información de los sectores por parte de los propietarios y método estadístico aplicando encuesta la cual ayudó a conocer los servicios y la calidad que percibe el usuario. La utilización de la matriz Mckinsey permitió ver la posición estratégica y competitiva de cada elemento evaluado y el análisis PESTA para medir niveles de impactos. La presente investigación consta de dos fases: En la fase diagnóstica se identificó limitaciones, años de creación y población de Sucre – San Vicente y en la fase operativa se realizan dos tipos de análisis: En el primero se procedió a obtener información de los servicios hoteleros, identificando que en Sucre en lo que corresponde a hotel, hostel, hostel residencial, hostería, pensión y cabañas existe un total de 282 habitaciones con un total de 995 en número de plaza y San Vicente cuenta con 387 habitaciones y 967 en número de plaza. En el segundo análisis se elaboró la Mckinsey, para conocer la posición competitiva de los sitios que poseen los cantones, donde se obtuvieron los siguientes resultados: En los centros de hospedajes el 36% se encuentran ubicados en el cuadrado Gestión Selectiva Buscando Beneficios, en restaurantes el 33% están ubicados en el cuadrado Gestión Selectiva Buscando Beneficios y en recursos y atractivos turísticos el 33% se encuentran en el cuadrado Gestión Selectiva Buscando Beneficios, evidenciando que la mayor parte deben concentrar sus inversiones en fragmentos que conlleven a alta rentabilidad con un mínimo riesgo.

**Palabras claves:** Métrica, planificación estratégica, posicionamiento.

### ABSTRACT

The present work is based on the realization of a metric measure the positioning of the tourist destination Sucre - San Vicente. As a problem it was found that after the event on April 16, 2016, many of the tourist sites such as accommodation and food services that were affected in that event, present quality and coverage problems in what corresponds to the tourism offer. For this, the most affected areas of these cantons were taken as a reference, with the objective of designing a strategic planning metric to enhance the Sucre - San Vicente tourist destination. Among the methods used for the research, the qualitative was applied to determine the qualities of the tourism sector. Surveys were also applied to the users to establish the quality of the services offered to the different clients and consumers. Qualitative method was applied through the interview where information was acquired from the sectors by the owners and statistical method by applying a survey which helped to know the services and the quality perceived by the user. The use of the Mckinsey matrix allowed to see the strategic and competitive position of each item evaluated and the PESTA analysis to measure levels of impacts. The present investigation consists of two phases: In the diagnostic phase limitations, years of creation and population of Sucre - San Vicente were identified and in

the operative phase two types of analysis are carried out: In the first one, information of the hotel services was obtained, identifying that in Sucre in what corresponds to hotel, hostel, hostel, inn, boarding house and cabins there are a total of 282 rooms with a total of 995 in number of square and San Vicente has 387 rooms and 967 in number of square. In the second analysis the McKinsey was elaborated, to know the competitive position of the sites that have the cantons, where the following results were obtained: In the lodging centers, 36% are located in the square Selective Management Seeking Benefits, in restaurants 33% are located in the Selective Looking for Benefits box and in resources and tourist attractions 33% are located in the square Selective Management Seeking Benefits, evidencing that most of them must concentrate their investments in fragments that lead to high profitability with a minimum risk.

**Keywords:** Metric, strategic planning, positioning

## INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país con una vasta e inigualable riqueza natural y cultural caracterizada por la diversidad de sus cuatro regiones donde existen cientos de miles de especies de flora y fauna. Está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km<sup>2</sup> del mundo donde la mayor parte de fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el estado. La planificación es una actividad en la que se establecen los objetivos y la manifestación pragmática de la estrategia a partir de acciones concretas para alcanzarlos; y por otro lado, avanzando en el proceso de planeación, se plantean las metas en los diferentes asuntos con el nivel de detalle requerido para trabajar de manera concreta y materializar el cumplimiento de los objetivos (Tapia, 2011).

Según (Muchnick, 1999), el concepto de planificación estratégica está referido principalmente a la capacidad de observación y anticipación frente a desafíos y oportunidades que se generan, tanto de las condiciones externas a una organización, como de su realidad interna. Como ambas fuentes de cambio son dinámicas, este proceso es también dinámico. Citado por (Dumorné, 2013). La planificación estratégica se centra en la realización de análisis en el cual comprende factores internos - externos con la finalidad de identificar oportunidades y amenazas existentes en el mercado, facilitando la toma de decisiones y por ende crear estrategias que permitan alcanzar los objetivos planteados de acuerdo a la realidad interna que posee la empresa.

El país posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la Amazonía, presentan una gran riqueza. Entre sus objetivos esta posicionar a la provincia como destino turístico a nivel nacional, regional y mundial, así como difundir el potencial turístico de la región entre los operadores, mayoristas, agencias, inversionistas y prensa especializada, según manifiesta el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR). La Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR en sus publicaciones ha manifestado sobre el comportamiento del turismo en el país, en el 2017 se registraron 1'617,914 llegadas internacionales al país, lo que representa un crecimiento del 14% en relación al 2016, y que en dólares significa \$1,204.5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% en relación al año 2016.

Durante el feriado de fin de año, se generó una dinamización económica de 50 millones de dólares, se estima que se realizaron más de 904 mil viajes a escala nacional, las cifras representan un incremento de 25% y 27% respectivamente, en relación al año anterior. (Vera, 2018). Conforme a los resultados definitivos proporcionados por la Coordinación de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, las cinco principales provincias visitadas fueron: Guayas (18.6%), Santa Elena (16.9%), Manabí (15%), Pichincha (12.7%) y Esmeraldas (8.8%), es decir, la mayor cantidad de viajes se realizó a las provincias ubicadas en la región costa, representando el 59.3% del total de viajes. El sector hotelero obtuvo una tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento a nivel nacional del 42% con una tarifa promedio por habitación de \$61 dólares, asimismo, el gasto promedio fue de \$55 por viaje.

De los datos que se poseen, hasta el 3er trimestre del 2017, existían 498,385 personas empleadas dentro de la actividad de alojamiento y restauración, lo que equivale a un crecimiento del 2,4% en relación al año 2016, esta cifra representa el 6,4% del total de empleados en la economía nacional, lo que ubica a la actividad de alojamiento y servicios de comida entre las 5 industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional.

El sector turístico, arrancó este 2018 con la noticia de la nueva política de “cielos abiertos” para el transporte aéreo, adoptada mediante Decreto Ejecutivo 256, el MINTUR prevé que la política de cielos abiertos contribuirá a la consecución de la denominada meta 1x1, que consiste en que llegue a Ecuador un turista extranjero por cada habitante que tiene el país. Facilitará también la conectividad con el mundo y la promoción del turismo ecuatoriano, así como el fortalecimiento de la integración y el intercambio turístico en Latinoamérica. Sin embargo, existen ciertos aspectos como el arribo a Manta de los navieros (cruceiros) Prinsedam, Marina y Silver Muse con 2,594 pasajeros y 1,660 tripulantes, quienes conocieron algunos de los atractivos turísticos de Manta, que se trasladan a diferentes atractivos de la provincia Manabí, principalmente a la zona de playas.

De acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) entre las actividades económicas de mayor importancia están el turismo. El crecimiento de la actividad turística ha propiciado el desarrollo de la actividad inmobiliaria, que se observa en las cercanías de las playas. La producción acuícola-camaronera se desarrolla en el interior del bosque de manglar y representa el 12% de las exportaciones no petroleras, además una de las acciones de la matriz productiva es potenciar el turismo a través de la dotación de infraestructura, la generación de capacidades en el talento humano, con ello también se pretende impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

Las playas manabitas son las más apreciadas por los turistas nacionales y extranjeros, las cuales se puede mencionar en el siguiente “recorrido virtual” desde el norte, en el cantón Pedernales donde están las playas más hermosas de la costa ecuatoriana. Son propicias para la práctica de deportes acuáticos. Continuamos hacia el sur en Jama, donde está ubicado “El Mirador del Pacífico” o Punta Prieta, que es una formación de roca maciza donde hay un lugar para hospedarse, apreciar la flora y fauna de la zona (Gobierno Provincial de Manabí, 2017)

Lemoine, Carvajal, y Alcívar (2017) exponen que en esta provincia se encuentra ubicado el cantón San Vicente el mismo que posee aproximadamente 33 kilómetros de playas de arena blanca, 18 km desde la playa de Los Perales, Punta Napo, Briceño, Canoa, y 15 km desde Cabo Pasado, Punta Chinita y Cabuyal, sus aguas son aptas para el surf, el sky, paseos en bananeras y motos acuáticas, vale indicar que en esta misma provincia también pertenece el Cantón Sucre con un sin número de atractivos que la identifican como atractivos rurales y urbanísticos acentuando productos turísticos.

Esta investigación tiene como finalidad diseñar un plan estratégico para la reactivación turística de los cantones Sucre-San Vicente de la provincia Manabí. Ecuador 2016. Es importante resaltar que la temática investigativa fue elegida con la finalidad de potenciar el destino turístico en la zona objeto estudio, debido a que estos dos cantones fueron afectados por el evento telúrico del pasado 16 de abril, es por ello que estos lugares son visitados frecuentemente por los servicios turísticos que ofrecen.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El estudio se sustenta en una métrica con la finalidad de desarrollar una metodología que permita el mejor método de análisis. El método cualitativo aportó en el conocimiento de las cualidades del sector turístico, mediante la entrevista se adquirió información de los sectores por parte de los propietarios, así mismo la encuesta ayudó a conocer los servicios y la calidad de estos que percibe



el usuario. La utilización de la matriz Mckinsey permitió ver la posición estratégica y competitiva de cada elemento evaluado del sector turístico. Se estudió y se analizó el comportamiento de las fuerzas actuantes en el entorno del sector hotelero, gastronómico y turístico a través de la matriz PESTA (político, económico, social, tecnológico y ambiental) para medir sus niveles de impactos. Todos los elementos anteriores permitieron desarrollar un Plan estratégico efectivo para la reactivación del turismo y su gestión.

La Matriz Mckinsey es un modelo para realizar un análisis de la cartera de negocios de una corporación, a partir de los análisis de las unidades estratégicas del negocio que posee (Cabrera, Gordillo, Luciano, Márquez, & Pozo, 2015). La Matriz de Mckinsey busca posicionar los negocios de acuerdo a dos criterios:

- \* El atractivo a largo plazo del mercado en el que el negocio opera, que puede ser identificado a través del análisis PEST-EL y el modelo de las 5 fuerzas de Porter.
- \* La fuerza competitiva de esa unidad estratégica de análisis en el mercado que puede ser concretada mediante un análisis de la competencia.

De esta manera, se determina el tamaño del mercado y la participación en el mercado. Esta matriz se convierte en una guía estratégica para saber el posicionamiento que tiene una unidad de negocio y ayuda a tomar decisiones acerca de: si potenciar o no la inversión en la unidad estratégica de análisis, invertir de manera selectiva en ella o abandonarla.

### **Estructura y toma de decisiones de la Matriz Mckinsey**

La matriz Mckinsey tiene dos ejes principales. En el eje horizontal se ubica el criterio de competitividad mientras que en el vertical el atractivo de mercado. Estos dos criterios se evalúan en una escala de tres notas: débil, media y alta. De esta forma, la matriz se subdivide en 9 celdas que determinan la decisión a tomar en el mercado. En el origen se encuentra la celda que combina débil atractivo con débil competitividad por lo que se recomienda desinvertir (abandonar). En la última celda siguiendo por el eje de competitividad se encuentra la situación débil atractivo de mercado, pero alta competitividad. En este caso se recomienda mantener el posicionamiento, pero no embarcarse en grandes inversiones. Se trata de cosechar lo invertido y mantener un perfil bajo.

En la esquina superior izquierda de la matriz existe una combinación de alto atractivo de mercado, pero baja competitividad. Lo ideal en esta situación es llevar a cabo un desarrollo selectivo. Esto es, invertir con cautela, buscar oportunidades que sean rentables. En la esquina superior derecha de la matriz está la situación de alto atractivo de mercado y alta competitividad. Es claro entonces que lo recomendable es ejecutar una estrategia ofensiva que permita invertir para crecer. Las otras celdas (5), corresponden a casos intermedios que requieren de un análisis adicional, ya sea revisando las calificaciones o complementando con información adicional. Entre las estrategias a considerar se encuentran: replantear, reorganizar, desarrollar, salir ordenadamente, etc.

Es necesario que las PYMES tomen decisiones estratégicas y correctas sobre nuestra cartera de productos. Esta toma de decisiones ayuda a priorizar la inversión de recursos dependiendo de la importancia sobre la consecución que éstos tengan sobre los objetivos de marketing fijados. La matriz de McKinsey, al igual que el resto de matrices estratégicas de marketing, es muy visual, ayudando ver con claridad aspectos que, desde otro prisma, nos son más difíciles de detectar.

En el eje X, o de abscisas, se encuentra la variable "posición competitiva" y posee 3 valores: débil, media o fuerte. Donde la empresa deberá valorar la capacidad del producto para competir contra otras opciones existentes en el mercado y clasificarlo en uno de sus tres parámetros. En el eje Y, o de ordenadas, se encuentra la variable "atractivo del mercado" en esta se analiza el atractivo de mercado en el que opera el producto para, posteriormente, y al igual que en el eje anterior, se clasifican los productos en atractivo del mercado: bajo, medio o alto. En este punto, el que decide

si es atractivo para el mercado es el propio mercado.

Una vez dibujada la matriz se debe ir colocando los productos de la cartera en los diferentes cuadrantes resultantes de esta matriz, siendo en total 9 cuadrantes. A continuación, se mostrará el significado de cada cuadrante:

**Zona Invest (Invertir/Crece):** Es la zona a la que da prioridad 1 al momento de destinar los recursos. Si se invierte en estos productos, el crecimiento será más rápido por tal razón se debe realizar una inversión mayor posible en los productos que se encuentren ubicados en ese cuadrante. Considerando que esta es la zona del producto estrella.

**Zona Protect (Seleccionar/Beneficios):** En este cuadrante se puede invertir, pero con un cuidado especial y dependiendo del análisis de cada caso. En caso de inversión existen dos estrategias:

1. Invertir únicamente para mantener la situación actual en la que se encuentra
2. Invertir una mayor cantidad de nuestra partida presupuestaria puesto que se observa que existe potencial de crecimiento.

**Zona Harvest y Divest (Cosechar/Desinvertir):** Se aconseja observar esta área a corto plazo, retirar las inversiones, recoger beneficios e intentar vender para eliminar el stock. Suele ser la zona de productos descatalogados, saldos.

## RESULTADOS

### FASE 1. DIAGNÓSTICO

#### Ubicación

El sistema Nacional de Información (2012) dice que el cantón San Vicente posee 739,03 km<sup>2</sup>, está ubicado en el centro norte de la provincia de Manabí; limita al NORTE con el Océano Pacífico y el Cantón Jama, al SUR con el estuario del Río Chone que separa a los cantones Sucre Sur y Tosagua, al ESTE con las parroquias San Antonio, Boyacá y Eloy Alfaro del cantón Chone y el cantón Sucre Norte y al oeste el Océano Pacífico.

El cantón Sucre se encuentra ubicado al Nor-este de la provincia de Manabí, tiene una población de 57.159 habitantes. El 21 de octubre de 1867 se da la primera creación del cantón Sucre y el 3 de noviembre de 1875, se lo legaliza definitivamente y se suscribe la primera acta constitutiva, Su cabecera cantonal es la ciudad de Bahía de Caráquez.

#### Población y muestra

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010) expone que el cantón San Vicente tiene una población 22 025 habitantes en las áreas urbana y rural. Esta posee dos parroquias que son San Vicente y Canoa. El área rural cuenta con una población de 12 206 habitantes, de los cuales 6 451 son hombres y 5 755 mujeres y el área urbana con de 9.819 habitantes, de los cuales 4 813 son hombres y 5 006 son mujeres.

Así mismo el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010) manifiesta que el Cantón Sucre cuenta con una población de 28.94 habitantes esta posee 4 parroquias siendo sus parroquias urbanas Bahía de Caráquez (Parroquia), que posee una población de 1384 habitantes: Leónidas Plaza con un total de habitantes de 3.974 y las rurales Charopotó con una población de 20.022 y San Isidro con un número de habitantes de 2721.

### 2. FASE OPERATIVA

De los resultados del levantamiento que se realizó en la localidad de Bahía de Caráquez se analizaron los diferentes tipos de establecimientos turísticos que realizan sus actividades actualmente, por lo que se obtuvo el siguiente resultado:



Tabla 1: Servicios Hoteleros del Cantón Sucre

Categoría	N°	% por	N°	% de	N° de	% de
	Categoría	Categoría	Habitaciones	Habitaciones	Plaza	Plaza
Hotel	4	18%	61	22%	194	19%
Hostal	4	18%	63	22%	207	21%
Hostal	4	18%	64	23%	222	22%
<b>Residencial</b>						
Hostería	3	14%	19	7%	95	10%
Pensión	5	23%	62	22%	207	21%
Cabaña	2	9%	13	5%	70	7%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>	<b>995</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Elaboración propia

Tabla 2: Servicios Hoteleros del Cantón San Vicente

Categoría	N°	% por	N°	% de	N° de	% de
	Categoría	Categoría	Habitaciones	Habitaciones	Plaza	Plaza
Hotel	4	24%	20	5%	100	10%
Hostal	3	18%	139	36%	252	26%
Hostal	2	12%	43	11%	81	8%
<b>Residencial</b>						
Hostería	3	18%	30	8%	100	10%
Pensión	3	18%	103	27%	220	23%
Cabaña	2	12%	52	13%	214	22%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>	<b>967</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Elaboración propia

**MATRIZ MCKINSEY:** McKinsey elaboró una matriz multicriterio, a veces conocida como matriz de atractivo-competitividad, un poco más elaborada que la matriz BCG pero que proporcionase todavía una aproximación sencilla. En lugar de utilizar un solo indicador por cada una de las dimensiones de la matriz, que seguirían siendo el atractivo del mercado y la competitividad de la empresa, se utilizarían varios. La matriz Mckinsey es una herramienta que se utiliza para medir el grado del atractivo del servicio o producto que se va a ofrecer y por medio de ella conocer la posición competitiva que existe en el mercado, conociendo los factores externos e internos de la organización, mediante este contexto se puede expresar que ayuda directamente a designar presupuestos para el mejoramiento de la oferta. Para realizar la matriz Mckinsey se tomó como referencia las variables propuestas por:

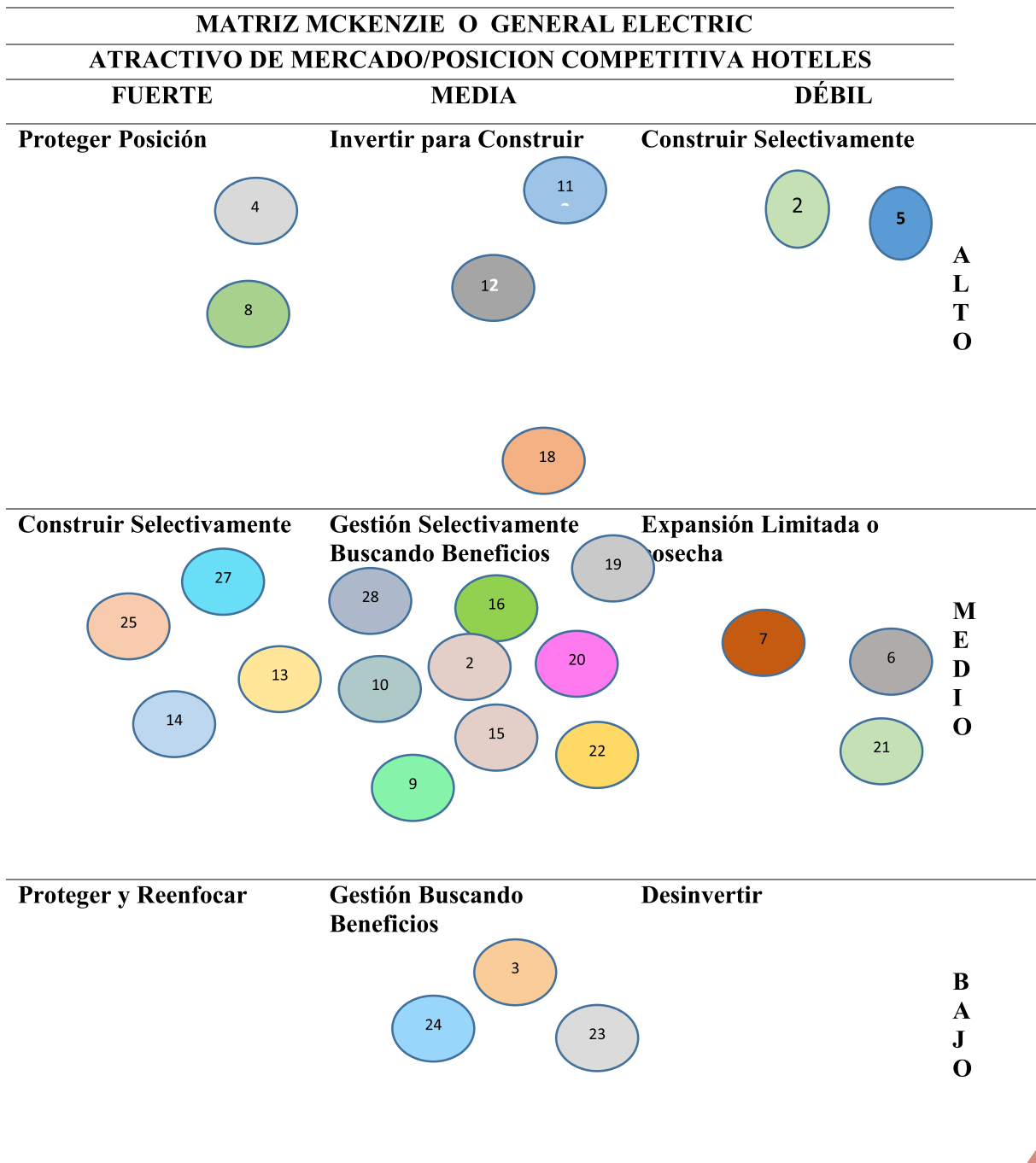
#### Atractivo de Mercado (Factores Externos)

- \* Tamaño del mercado
- \* Tasa de crecimiento anual del mercado
- \* Intensidad competitiva
- \* Requerimientos tecnológicos

- \* Requerimientos energéticos
- \* Impacto medio ambiental
- \* Aspectos políticos y legales

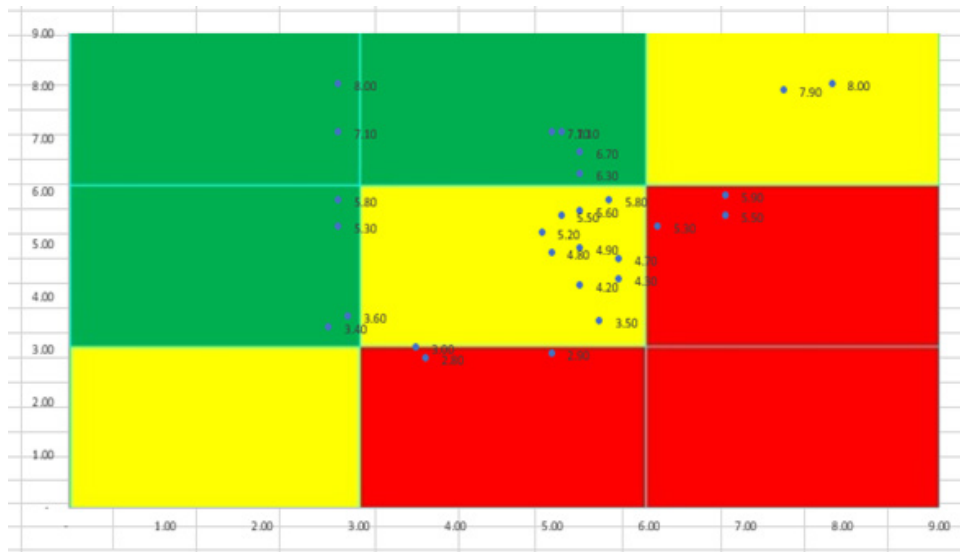
**Posición Competitiva (Factores internos)**

- \* Cupo de mercado
- \* Crecimiento de la cuota
- \* Calidad/Precio
- \* Reputación de la marca
- \* Canales de distribución
- \* Efectividad de las promociones
- \* Costos por peso de ingreso
- \* Variedad de la oferta
- \* Investigación y desarrollo



<b>ITEMS</b>	<b>HOTELES ESTUDIADOS</b>	<b>Atract. Mercado</b>	<b>Posicionamiento</b>
1	Hotel Palacio del Sol	7.10	5.10
2	Canoa Beach Hotel	4.80	5.00
3	Hotel Macondo	3.00	3.60
4	Hotel Bambú	8.00	2.80
5	Hotel Canoa Wonderland	8.00	7.90
6	Hostal Mi Sol	5.90	6.80
7	Hostal katuska	5.30	6.10
8	Hostal Amalur	7.10	2.80
9	Hostal País Libre	5.50	5.10
10	Hostal Coco Loco	5.20	4.90
11	Hostal Andrómeda	6.70	5.30
12	Hostal Canoa	7.10	5.00
13	Hostal Baloo	3.60	2.90
14	Hosterías y Cabañas de Canoa	3.40	2.70
15	Cabañas de Canoa	4.20	5.30
16	Restaurantes de Canoa	4.90	5.30
17	La Herradura	3.50	5.50
18	La Piedra	6.30	5.30
19	Hostal Casa Ceibo	5.80	5.60
20	Hostal Delfines Beach	4.70	5.70
21	Hostal San Jacinto	5.50	6.80
22	Pensiones Coco Bongo	4.30	5.70
23	Pensiones La casa del sol	2.90	5.00
24	Pensiones Chelita	2.80	3.70
25	Pensiones Marco`s	5.80	2.80
26	Pensiones Palma Azul	7.90	7.40
27	Cabaña Chirije	5.30	2.80
28	Hostelería Costa Del Sol Marco`s	5.60	5.30

### UBICACIÓN GRÁFICA DE LOS HOTELES DE SAN VICENTE Y SUCRE



Identificados y analizados cada uno de los factores que corresponden a los atractivos de Mercado y las de posicionamiento de mercado, se procede a evaluar el impacto de cada una de ellos sobre las diferentes dimensiones propuesta por la matriz Mckinsey para establecer estrategias atendiendo la posición a de cada unidad de hospedaje dentro de la matriz. De los 28 hoteles el 7% que corresponden a dos centros de hospedaje se encuentran en el cuadrante proteger posición lo que indican que están estimando esfuerzos por escalar y mantener la imagen que tienen ante los usuarios, estos tienen que invertir para crecer sin perder la rentabilidad y sostener las fortalezas, mientras que el 14% son unidades que necesitan invertir para construir estos son: Hotel Palacio del Sol, Hostal Andrómeda, Hostal canoa y la Piedra lo que demuestra que es necesario buscar liderazgo apoyándose en los puntos fuertes y con ello ir mejorando las áreas consideradas vulnerables, otro 7% los mismo que son Pensiones Palma Azul y Hotel Canoa Wonderland estos se encuentran en una posición donde es indispensable construir selectivamente es decir especializarse en los puntos fuertes con el objetivo principal de superar las debilidades y dejar de insistir si se demuestra que estas debilidades no son superadas.

En la posición construir selectivamente se encuentran cuatro unidades: Hostal Baloo, Hosterías y Cabañas de Canoa, Pensiones Marco`s y Cabaña Chirije los cuales deben en segmentos atractivos, fortalecer su posición frente a la competencia y aumentar rentabilidad mejorando productividad. La mayor parte de hoteles estudiados se encuentran ubicados en el cuadrado Gestión Selectiva Buscando Beneficios con un porcentaje del 36% indicando que estos deben concentrar sus inversiones en fragmentos que conlleven a alta rentabilidad con un mínimo riesgo. Sobre el restante de hoteles se encuentran en el cuadrante Gestión Buscando Beneficio, donde es imprescindible minimizar inversiones, mejorar el producto y proteger su posición en el mercado.

#### Estrategias de posicionamiento del sector hotelero

Para establecer un posicionamiento es necesario e indispensable formular y aplicar estrategias por ello todas las unidades hoteleras para mantenerse en el mercado tiene que invertir para crecer sin perder la rentabilidad y sostener las fortalezas ya que las perspectivas de crecimiento son muy positivas, para ello puede aplicar acciones como invertir en publicidad, en formación y capacitación del personal, hacer alianzas con otros sectores del turismo, manteniendo su doctrina que ha venido aplicando y que le a permitido mantenerse en la posición que se encuentran, ya que (Invertir/Crecer) es considerada como una zona a la que se debe dar prioridad a la hora de destinar los recursos. Si se invierte en este producto el crecimiento será más rápido por tanto se debe hacer la mayor inversión posible en los productos que aquí estén ubicados.

#### Estrategia proteger posición

Las estrategias para proteger la posición en este sector que están estimando esfuerzos por esca-

lar y mantener la imagen que tienen ante los usuarios, es la inversión la misma que puede ser en la adaptación de nueva tecnología, mejorar la calidad del servicio hotelero, extender la línea de servicios para los usuarios, para ello pueden aplicar las siguientes estrategias:

- \* Proteger la cuota de mercado
- \* Invertir para proteger la cuota de mercado
- \* Invertir para proteger la cuota de participación en el mercado.

**Estrategias seleccionar beneficios**

Las unidades de hospedaje ubicadas en esta zona pueden invertir, pero con un cuidado, una vez analizada la situación invertir únicamente para mantener la situación actual en la que se encuentra o para avanzar al siguiente cuadrante de crecer para invertir

- \* Disminuir gastos de marketing e invertir más en la calidad del servicio.
- \* Reducir costos.
- \* Defender su posición y mejorar resultados.

**Estrategias De Cosechar/Desinvertir**

Es el área más baja donde solo se debe hacer negociaciones y planes a corto plazo por ello es necesario que estos apliquen lo siguiente:

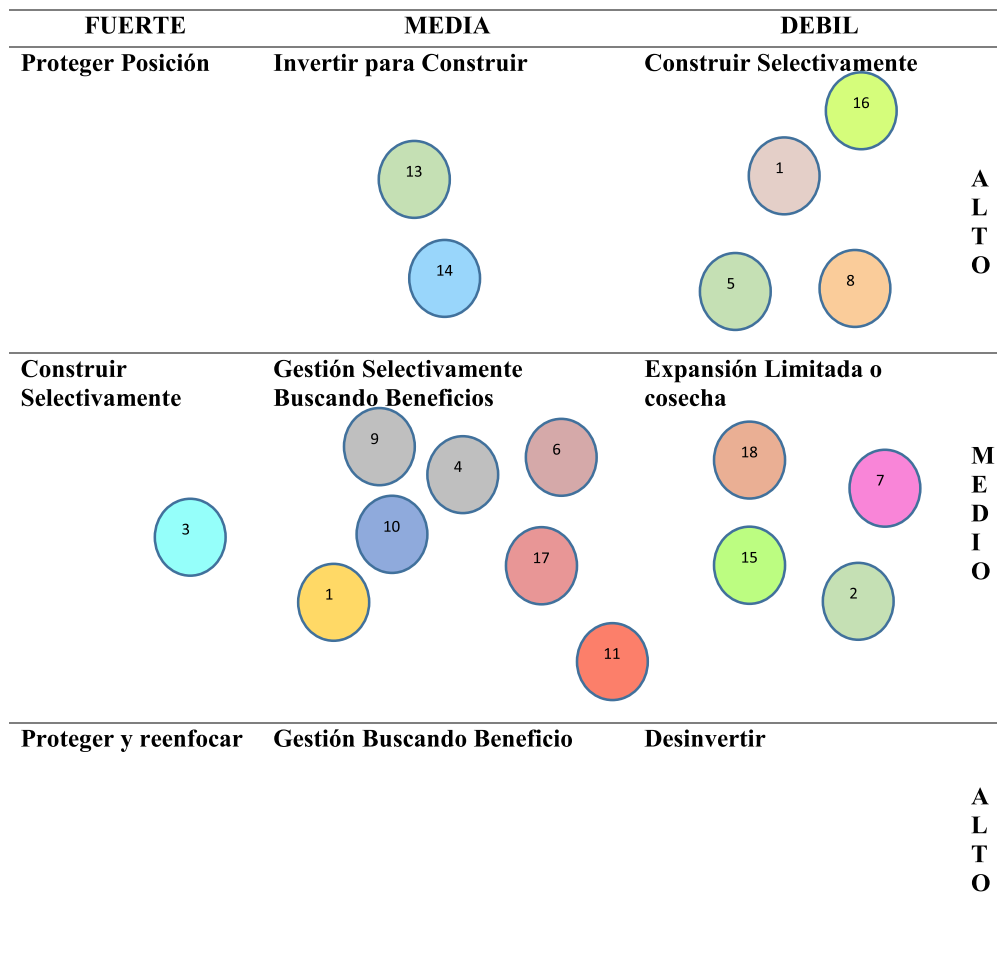
- \* Reducir Gasto
- \* Cero inversiones
- \* Cosechar lo invertido

**Argumento De Lo Posterior**

El sector de alimentos y bebidas (restaurantes) de los dos cantones estudiados mediante la matriz MCKENZIE fueron en total 18 de los cuales su gran parte se encuentra en el cuadrante de seleccionar beneficios es decir que requieren mejorar su nivel de posicionamiento en el mercado.

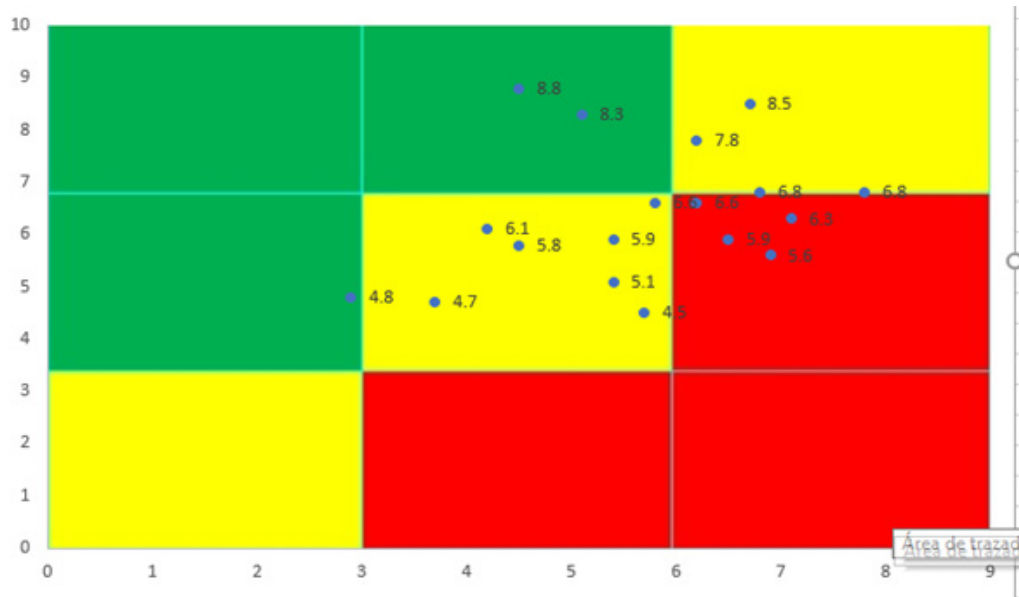
**MATRIZ MCKENZIE O GENERAL ELECTRIC**

**ATRACTIVO DE MERCADO/POSICION COMPETITIVA RESTAURANTES**



	<b>Restaurantes de Sucre-San Vicente</b>	<b>Atractivos del Mercado</b>	<b>Posicionamiento</b>
<b>1</b>	Doña Lucia	3.7	4.7
<b>2</b>	Mi Ranchito	6.9	5.6
<b>3</b>	Rey del Burrito	2.9	4.8
<b>4</b>	Asadero Pepita	6.5	5.9
<b>5</b>	Pizza Claudia	7.8	6.8
<b>6</b>	Caida del Sol	6.2	6.6
<b>7</b>	Brisa del Mar	4.5	8.8
<b>8</b>	Cevicheria Hermanacho	6.8	6.8
<b>9</b>	Hsportscafe	4.2	6.1
<b>10</b>	Coco Bongo	4.5	5.8
<b>11</b>	Puerto Amistad	5.8	6.6
<b>12</b>	Restaurante Collumbus	6.2	7.8
<b>13</b>	Marinero	5.1	8.3
<b>14</b>	Lusto	5.7	4.5
<b>15</b>	Muelle Uno	5.4	5.9
<b>16</b>	Buen Sabor	6.7	8.5
<b>17</b>	La Terraza	5.4	5.1
<b>18</b>	Hugourmet	7.1	6.3

**UBICACIÓN GRÁFICA DE LOS RESTAURANTES DE SUCRE- SAN VICENTE**



Identificados y analizados cada una de los factores que corresponden a los atractivos de Mercado y las de posicionamiento de mercado, se procede a evaluar su impacto de cada una de ellos sobre las diferentes dimensiones propuesta por la matriz Mckinsey para establecer estrategias atendiendo la posición a de cada unidad de restaurantes dentro de la matriz. Del total de restaurantes estudiado el 9% se encuentran ubicados en los cuadrantes invertir para construir estos son: Marinero y Lusto lo que hace necesario buscar liderazgo apoyándose en los puntos fuertes y con ello ir mejorando las áreas consideradas vulnerables, el 22% los cuales son Restaurante Collumbus, Buen Sabor, Cevichería Hermanacho y pizza Claudia están en el cuadrante construir selectivamente donde es indispensable especializarse en los puntos fuertes con el objetivo de superar las debilidades.

En la posición construir selectivamente se encuentran el restaurante Rey del Burrito el mismo que debe en segmentos atractivos, fortalecer su posición frente a la competencia y aumentar rentabilidad mejorando productividad. Una gran parte de restaurantes están en el cuadro Gestión Selectiva Buscando Beneficios con un porcentaje del 33% siendo estos: Asadero Pepita, Hsportscafe, Coco Bongo, la Terraza, Puerto Amistad y doña Lucia demostrando que estos deben concentrar sus inversiones en fragmentos que conlleven a alta rentabilidad con un mínimo riesgo. Los 5 restaurantes faltantes están ubicados en Gestión Buscando Beneficio, los cuales son: Caída del Sol, Hugourmet, Mi Ranchito, Muelle Uno y Brisa del Mar donde es imprescindible minimizar inversiones, mejorar el producto y proteger su posición en el mercado.

**Estrategia de invertir para construir**

Los centros ubicados en este sector es necesario buscar liderazgo apoyándose en los puntos fuertes y con ello ir mejorando las áreas consideradas vulnerables.

- \* Mejorar el ambiente laboral
- \* Liderar en calidad y precio
- \* Potenciar los platos que más acogida tengan ante los consumidores.

**Estrategia construir selectivamente**

Estos restaurantes deben especializarse en los puntos fuertes con el objetivo de superar las debilidades.

- \* Presentar algo innovador y útil
- \* Desarrollar lealtad en el cliente
- \* Esforzarse por mejorar rentabilidad.

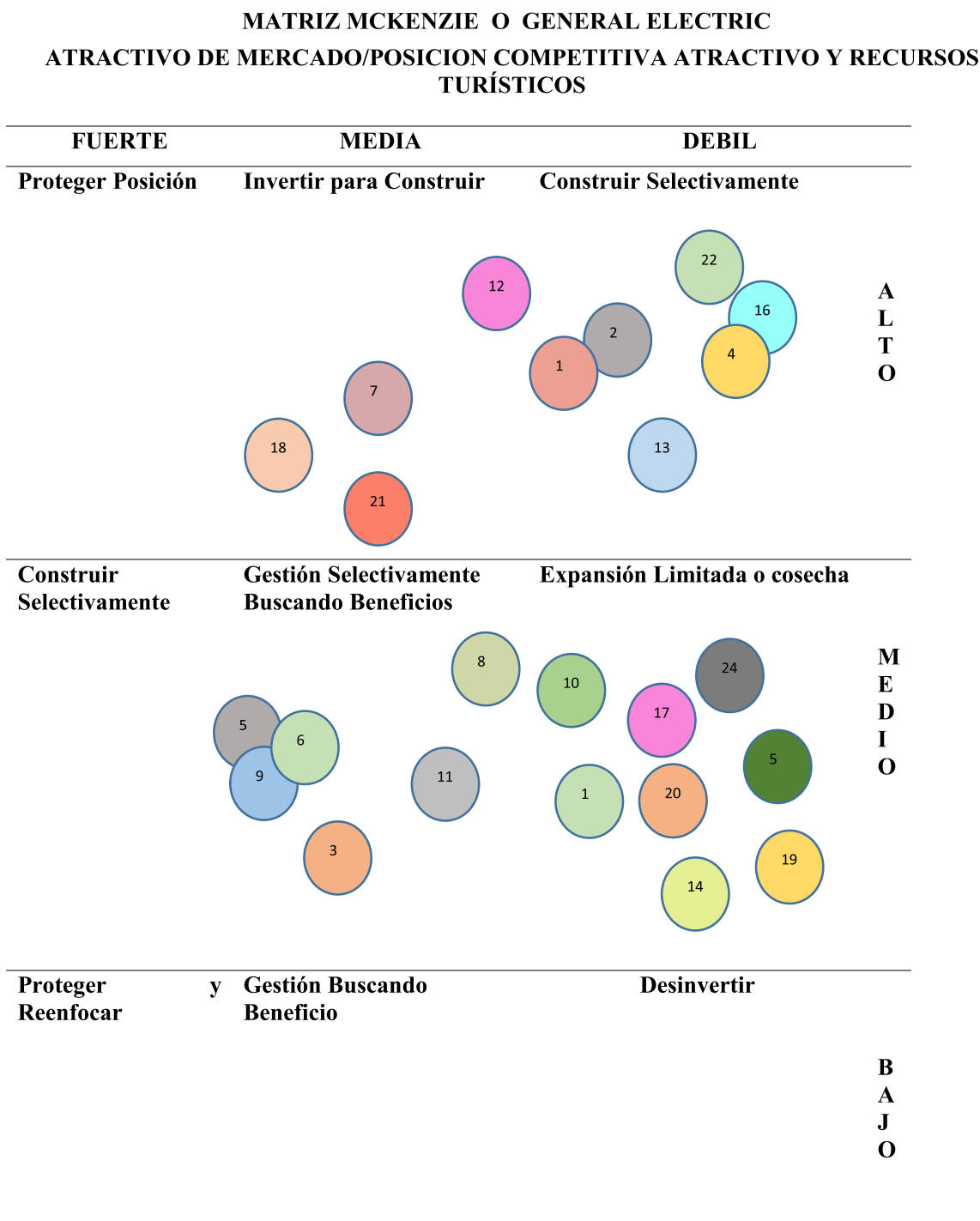
**Estrategia gestión buscando beneficio**

Los centros de restaurantes ubicados en este cuadrante deben implícitamente aplicar las siguientes estrategias.

- \* Minimizar inversiones,
- \* Mejorar el producto y
- \* Proteger su posición en el mercado.

**Argumento de lo posterior**

El análisis de los atractivos y recursos turísticos se lo realizó a través de la aplicación de la matriz McKenzie con un total de 24 centros recreacionales turístico entre los dos cantones lo cual se muestra a continuación.

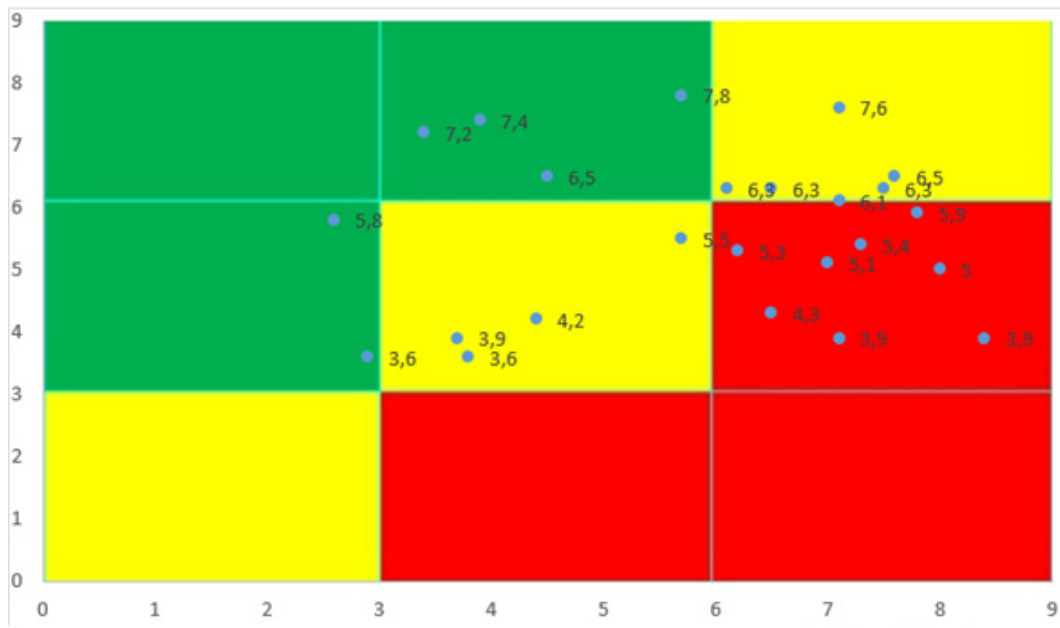




1	Bahía de Caráquez(ciudad)
2	San Jacinto
3	Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón
4	Playa de San Jacinto
5	Playas del Pajonal
6	Manglar La Boca
7	Parroquia San Isidro
8	P. Ecológico y Arqueológico Chirije
9	Parque Saiananda
10	Cascada Nueve de Octubre
11	Reserva Biológica Cerro Seco
12	Playa de San Clemente
13	Sendero y Mirador “Santa Teresa”
14	El Estuario del Río Chone
15	Ciudad Arqueológica Japotó
16	La Playa de Bahía
17	Charapotó
18	Playa Punta Bellaca
19	Museo Bahía de Caráquez
20	Bosque en Medio de Las Ruinas
21	Sitio Histórico de Bahía de Caráquez
22	San Clemente
23	Isla de las Fragatas
24	Iglesia La Merced



## UBICACIÓN GRÁFICA DE LOS RECURSOS NATURALES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SUCRE- SAN VICENTE



Identificados y analizados cada una de los factores que corresponden a los atractivos de Mercado y las de posicionamiento de mercado, se procede a evaluar su impacto de cada una de ellos sobre las diferentes dimensiones propuesta por la matriz Mckinsey para establecer estrategias atendiendo la posición a de cada atractivo turístico dentro de la matriz.

De los 24 recursos y atractivos turísticos estudiados el 17% que corresponden se encuentran en el cuadrante invertir para construir estos son: Parroquia San Isidro, Playa de San Clemente, Playa Punta Bellaca, Sitio Histórico de Bahía de Caráquez lo que demuestra que es necesario buscar liderazgo apoyándose en los puntos fuertes y con ello ir mejorando las áreas consideradas vulnerables, otro 25% los que son Bahía de Caráquez(ciudad), San Jacinto, Playa de San Jacinto, Sendero y Mirador "Santa Teresa", San Clemente, La Playa de Bahía, estos se encuentran en una posición donde es indispensable construir selectivamente es decir especializarse en los puntos fuertes con el objetivo principal de superar las debilidades y dejar de insistir si se demuestra que estas debilidades no son superadas.

En la posición construir selectivamente se encuentran 2 unidades: Playas del Pajonal, Parque Saiananda, las cuales deben en segmentos atractivos, fortalecer su posición frente a la competencia y aumentar rentabilidad mejorando productividad. La gran parte de recursos y atractivos turísticos analizados se encuentran ubicados en el cuadrado Gestión Selectiva Buscando Beneficios con un porcentaje del 33% indicando que estos deben concentrar sus inversiones en fragmentos que conlleven a alta rentabilidad con un mínimo riesgo. Los restantes de recursos y atractivos turísticos se encuentran en Gestión Buscando Beneficio, donde es imprescindible minimizar inversiones, mejorar el producto y proteger su posición en el mercado.

### Estrategia de posicionamiento de los atractivos y recursos naturales

Entre las estrategias aplicables para el posicionamiento de atractivos están.

- Invertir en adaptación de tecnología.
- Invertir en medios publicitarios
- Aplicar instrumento de medición perfil de visitantes
- Desarrollar publicidad sobre las ofertas por temporadas.
- Dinamizar la actividad recreativa y desarrollar ofertas publicitarias

### **Estrategia de inversión y construcción**

Las unidades ubicadas en esta zona demuestran que es necesario

- \* Desarrollar planes de contingencia acorde a lo establecido
- \* Apoyarse en los puntos fuertes que tiene la organización ya sea su administración, su nivel de capacidad de convencimiento, su publicidad entre otro.
- \* Mejorar las áreas consideradas vulnerables.
- \* Desarrollar señalética de acorde a la imagen y razón social.

### **Estrategia para el cuadrante de gestión selectivamente buscando beneficios**

Los centros atractivos o recursos turísticos ubicados en esta zona deben aplicar las siguientes estrategias.

- \* Concentrar sus inversiones en fragmentos que conlleven a alta rentabilidad
- \* Minimizar los riesgos financieros.

### **DISCUSIÓN**

Los diversos centros de alojamientos que tienen los cantones Sucre – San Vicente no cuentan con los servicios adecuados para brindar a los turistas la comodidad y atención que buscan debido a que sus instalaciones se encuentran en proceso de reparación. Los turistas desconocen de la existencia de diversos lugares naturales y atractivos que poseen los cantones Sucre – San Vicente, lo que hace que sean pocos visitados o solo sean cantones de paso, teniendo poca actividad turística en la zona.

**Tabla 1.** En la etapa operativa según los resultados obtenido se determinó que después del terremoto quedaron en un mayor número las pensiones con un 23%, seguidas de los Hoteles, Hostales y Hostales Residenciales con un 18% cada uno, Hosterías en 14% y Cabañas en un 9%. De acuerdo a la capacidad de clientes los establecimientos con mayor porcentaje son los Hostales Residenciales con un 22%, los Hostales y Pensiones con un 21% cada uno, los Hoteles el 19%, las Hosterías un 10% y con un 7% las cabañas, estos hospedajes actualmente por su ocupación pueden posesionarse en el mercado hotelero en el Cantón Sucre.

Debido al terremoto del 16 de Abril la mayor parte de los hoteles de Bahía de Caráquez colapsaron, quedando especialmente en la parte central cinco hoteles, debido a que el resto de estos establecimientos que actualmente están disponibles, se encuentran en Leónidas Plaza. Aunque es muy difícil levantarse, muchos de los propietarios están invirtiendo de nuevo para que sus empresas vuelvan a surgir.

**Tabla 2.** En esta etapa según los resultados obtenido se determinó que después del terremoto quedaron en un mayor número los hoteles con un 24%, seguidas de los, Hostales y Hosterías y Pensiones con un 18% cada uno, Hostal de Residencia y Cabañas en un 12%. De acuerdo a la capacidad de clientes los establecimientos con mayor porcentaje de habitaciones son los Hostales con un 36%, seguidas de las Pensiones con un 27%, los Hoteles el 19%, las Cabañas con un 13%, continuadas por las Hosterías Residenciales en un 11%, y también con un bajo porcentaje están las Hosterías con el 8% y con un 5% los hoteles, estos hospedajes actualmente por su ocupación están posesionados en el mercado hotelero en el Cantón San Vicente.

En este Cantón el porcentaje de servicios hoteleros es demasiado bajo debido al desastre natural del 16A que ocasiono que este sea el más afectado en el sector turístico ya que un 70% de su infraestructura fue colapsado, los establecimientos que se encuentran actualmente son los que se encuentran más apartados de centro del Cantón.

### **CONCLUSIONES**

Se procedió al estudio al análisis de la posición competitiva de 28 hoteles pertenecientes a los cantones Sucre - San Vicente, evidenciando que el 7% que corresponde a dos centros de hospedaje

se encuentran en el cuadrante proteger posición, el 14% son unidades que necesitan invertir, el 7% se encuentran en una posición donde es indispensable construir selectivamente de tal manera que pueda especializarse en los puntos fuertes con el objetivo principal de superar las debilidades y dejar de insistir si se demuestra que estas debilidades no son superadas, el 14% representando a cuatro unidades deben fortalecer su posición frente a la competencia y aumentar rentabilidad mejorando productividad, el 36% se encuentran ubicados en el cuadrado Gestión Selectiva Buscando Beneficios y el 22% restante se encuentran en el cuadrante Gestión Buscando Beneficio-

Del total de 18 restaurantes analizados, 9% se encuentran ubicados en el cuadrante de invertir para construir, el 22% están en el cuadrante construir selectivamente en el cual deben especializarse en los puntos fuertes con el objetivo de superar las debilidades, el 5% se encuentra en la posición construir selectivamente, para esto se debe, fortalecer su posición frente a la competencia y aumentar rentabilidad mejorando productividad, el 33% están ubicados en el cuadro Gestión Selectiva Buscando Beneficios, y el 31% restantes se encuentran en Gestión Buscando Beneficio.

De los 24 recursos y atractivos turísticos estudiados, el 17% se encuentran en el cuadrante invertir para construir, el 25% se encuentran en una posición donde es indispensable construir selectivamente, el 8% está en la posición construir selectivamente, las cuales deben en segmentos atractivos, fortalecer su posición frente a la competencia y aumentar rentabilidad mejorando productividad, el 33% se encuentran en el cuadrado Gestión Selectiva Buscando Beneficios, indicando que estos deben concentrar sus inversiones en fragmentos que conlleven a alta rentabilidad con un mínimo riesgo y finalmente el 17% restante se encuentran Gestión Buscando Beneficio, donde deben minimizar inversiones, mejorar el producto y proteger su posición en el mercado.

## BIBLIOGRAFÍA

Buen Vivir Plan Nacional (2015) 2013-2017 todo el mundo mejor.

Cabrera, D., Gordillo, Y., Luciano, A., Márquez, K., & Pozo, A. (2015). Matriz Mckinsey. SCRIBD, 4.

Consejo provincial de Manabí (2016). Cantón San Vicente. Consultado, 11 de sept 2017. Disponible en: <http://www.manabi.gob.ec/cantones/san-vicente>

Dumorné, K. (2013). Enciclopedia Virtual. Obtenido de DIAGNÓSTICO ECONÓMICO-FINANCIERO Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/planificacion-estrategica.html>

FIGUEROA, Nancy. 2016. "análisis del sector hotelero y su incidencia en el servicio al consumidor, en el cantón Sucre. Caso estudio Bahía de Caráquez. P. 12-13

GUIMERA, A. (2016). La matriz GE-McKinsen. Consultado el 09 de Oct 2017. Disponible en <http://www.marketing-esencial.com/2016/02/10/la-matriz-ge-mckinsey/>

INEC. (s.f.). Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

LEMOINE, Frank. CARVAJAL, Gema y ALCIVAR, Víctor. (2017). "Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente.

PINO, F. 2015. "el marketing turístico y su incidencia en el desarrollo económico de la Parroquia de Canoa del cantón san Vicente" pp 57

SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN. 2012. generación de geo información para la gestión del territorio a nivel nacional. Formato PDF. Disponible en: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDO-T / Z O N A 4 / N I V E L \\_ D E L \\_ P D O T \\_ - CANTONAL/MANABI/SAN\\_VICENTE/IEE/MEMORIAS\\_TECNICAS/mt\\_san\\_vicente\\_infraestructura.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDO-T / Z O N A 4 / N I V E L _ D E L _ P D O T _ - CANTONAL/MANABI/SAN_VICENTE/IEE/MEMORIAS_TECNICAS/mt_san_vicente_infraestructura.pdf)

Tapia, G. (2011). INDICADORES Y PLANIFICACIÓN. SADAF, 287-289.

VARGAS, Lleana. (2012). "La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos". Costa Rica. Revista de Calidad en la Educación Superior (3) pp 8.

Vera, I. A. (2018). Turismo en la economía de Ecuador. Entorno Turístico.

## TICs COMO MEDIO DE INCENTIVACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SUCRE

Walter Javier Oyola Falcones<sup>1</sup>, 01walterjavier94@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Extensión Bahía de Caráquez  
Frank Ángel Lemoine Quintero<sup>2</sup>, fangel64@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Extensión Bahía de Caráquez  
Gema Viviana Carvajal Zambrano<sup>3</sup>, vivicarvajalzambrano@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

### RESUMEN

El presente estudio se realizó con el objetivo de analizar el servicio de internet y su influencia en el turismo del Cantón Sucre con el propósito de medir los medios de accesos que tiene la población en estos servicios. Se realizó un análisis del entorno para evaluar comportamiento de la población en las ramas de actividad que se desempeñan, así como su estilo de vida. Se utilizó el método analítico con la finalidad de valorar mejor a nivel de sector tamaño poblacional a nivel de zona cuya información obtenida del programa la oportó el software REDATAM. La utilización de internet por área urbana es solo del 10% y en la zona rural del 2%, así mismo la representatividad de las personas que poseen computadoras y teléfonos celulares, en el área urbana el 21% de personas poseen computadoras, mientras que en área rural solo dispone el 5% de la población, en lo referente a teléfonos celulares, la mayor de la población urbana dispone de esta tecnología, represento el 73%, mientras que en la zona rural solo lo poseen el 57%. Se demostró que existe falencia de empresas que brinden un servicio de publicidad para ofertar de internet en el cantón que incide directamente en el desarrollo turístico.

**Palabras Claves:** internet, servicios, turismo, desarrollo turístico, tecnología

### ABSTRACT:

The present study was carried out with the objective of analyzing the internet service and its influence on the tourism of the Canton Sucre with the purpose of measuring the means of access that the population has in these services. An analysis of the environment was carried out to evaluate the behavior of the population in the branches of activity that they perform, as well as their lifestyle. The analytical method was used in order to better evaluate at the sector level population size at the zone level whose information obtained from the program was carried out by REDATAM software. The use of internet by urban area is only 10% and in the rural area of 2%, as well as the representation of people who own computers and cell phones, in the urban area 21% of people own computers, while in Rural area only has 5% of the population, in relation to cell phones, the largest urban population has this technology, I represent 73%, while in the rural area only have 57%. It was demonstrated that there is a failure of companies that provide an advertising service to offer internet in the canton that directly affects tourism development.

**Keywords:** internet, services, tourism, tourism development, technology

### INTRODUCCIÓN

La industria de TICs incluye sectores como telecomunicaciones, internet y tecnologías de la información, entre otros. En las últimas décadas, con el surgimiento de nuevas tecnologías, esta industria ha cobrado gran importancia a nivel mundial gracias a su capacidad de transformar continuamente el entorno económico y social. Debido a que hacen más eficientes los procesos de intercambio de información, las TICs han mostrado tener un alto impacto en productividad e innovación, además de contribuir en otros temas como la reducción de la pobreza y la desigualdad. (Felipe Castro, 2011)

La aplicación de cómputos y telefonía celular al servicio del desarrollo turístico del país, ha permitido que este se incremente con el paso del tiempo, debido a que, mediante el uso del internet, se han puesto en marcha varias campañas, ofreciendo la riqueza natural de nuestro país no solo nacionalmente, sino también a nivel internacional.. La importancia del uso del internet para promo

ver el desarrollo turístico, es que mediante la utilización de redes sociales se puede llegar a un mayor número de personas en todo el mundo, y sabiendo utilizar la publicidad y los medios, cualquier campaña puede dar resultados positivos.

En el Ecuador existen siete marcas de telefonías celulares que están liderando el mercado, entre ellos están: Nokia, Samsung, Alcatel, LG, BlackBerry, Huawei y Apple; es decir, que si existen los medios por los cuales se puede difundir publicidad sobre el turismo del Cantón, y por ende ejecutar campañas que muestren la variedad de recursos turísticos que Sucre tiene para ofrecer. Un ejemplo exitoso de utilización de estos medios y el internet, es la puesta en marcha de la campaña All You Need Is Ecuador, que tuvo resultados positivos y brindó al Ecuador no solo un aporte económico, sino también que se vendió la imagen del país de manera muy exitosa y eficiente en diferentes países del mundo.

El deficiente servicio de internet y la ausencia de publicidad efectiva a través de los mismos influyen negativamente para impulsar y posicionar en el mercado a nivel local, regional y nacional el destino turístico del Cantón Sucre, por lo que es importante partir de un análisis a nivel estadísticos de la disponibilidad de internet en las empresas y población del cantón y de los dispositivos móviles que poseen servicio de internet. Determinar disponibilidad de sistemas de cómputos y telefonía celular en el cantón es uno de los objetivos de la investigación, así como analizar el nivel de incidencia del servicio de internet en los sectores turísticos del cantón y realizar una propuesta presentando al internet como medio de publicidad del turismo con la finalidad de potencializarlo y posicionarlo.

Partiendo de la conceptualización de Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. (Romero, 2012). El internet es el conjunto de redes a nivel global que permite que los dispositivos móviles y de cómputo puedan estar conectados y transferir e intercambiar información desde distintos lugares del mundo en tiempo real, sin importar la distancia en que estos la que se encuentren.

La telefonía móvil se ha convertido en uno de las herramientas con mayor penetración a nivel mundial, logrando superar en muy corto tiempo, y de manera contundente, a la telefonía fija. (Felipe Castro, 2011). La industria del teléfono móvil ofrece hoy cifras asombrosas como los 5.200 millones de terminales en uso en todo el planeta, las 6.700 millones de suscripciones móviles, los 4.300 millones de usuarios únicos, los 11.400 millones de dólares gastados en publicidad móvil, los 25.000 millones generados por las aplicaciones móviles o los 1.820 millones de móviles vendidos en 2013, con protagonismo absoluto para los smartphones, que por primera vez han superado la barrera de los 1.000 millones de unidades anuales vendidos.

Aunque viendo los datos actuales puede parecer que el camino ha sido sencillo, nada más lejos de la realidad, necesitando décadas de innovación, de mejora de los terminales, de las redes, del software móvil, de su diseño y peso, de su coste y en general, requiriendo grandes adaptaciones para los fabricantes, operadoras y distribuidores, a medida que cambiaban la tendencia de consumo. En todo caso, la influencia del teléfono móvil inteligente en la tecnología actual es de tal calibre que ha trascendido del simple dispositivo de comunicación por voz, provocando una nueva 'era de la movilidad' que ha dejado atrás la 'época del ordenador personal' y no pocos 'heridos' en el camino, empresas, servicios, sectores y algunos productos otrora dominantes. (Ranchal, 2014)

El siglo XXI ha traído consigo una nueva forma de comunicación personal y grupal para una sociedad a nivel mundial en el último tiempo, la telefonía móvil, en donde mediante una infraestructura y un mercado de bienes y servicios, se ha logrado desarrollar un nuevo enfoque que afecta la cultura, la economía, la política, la geografía así mismo, ha venido acompañado de fuertes impac

tos en el bienestar social de los países. (Felipe, 2016). Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año. (Gardey, 2012)

Según la (Organización Mundial del Turismo), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

El internet ha cobrado amplia importancia para la humanidad en las últimas décadas, afectando a la mayor parte de la población en diversos ámbitos. No obstante, los efectos de Internet sobre variables económicas y sociales dependen significativamente del tipo de uso que le sea dado a esta herramienta. De la misma manera, la utilización de internet depende de la disponibilidad de contenidos y aplicaciones de utilidad para los usuarios. (Felipe Castro, 2011)

## **MÉTODO**

Para realizar la presente investigación se utilizó el método analítico y el programa de base de datos REDATAM (Sistema Integrado de Consulta del Instituto nacional de Estadísticas y Censo del Ecuador). Se aplicó el método analítico ya que permite el análisis de un determinado tema, junto con sus diferentes características, causas y efectos; en la presente investigación, este método permitió conocer la manera en la que el servicio de internet es un medio útil para fortalecer e incrementar el turismo en el Cantón Sucre.

El uso del software de base de datos estadísticos REDATAM posee información actualizada sobre la población a nivel local, regional y nacional del Ecuador, es decir define variables de ubicación, tipo de vivienda, habitantes, actividad laboral, bienes, servicios básicos, entre otros datos que son útiles para el desarrollo de la investigación. En este caso se investigó cuántas personas disponen de internet en el Cantón, así mismo cuántas poseen computadoras y teléfonos celulares. Esta información servirá para analizar si estos elementos realmente pueden aportar para el incremento del turismo de la Ciudad.

## **RESULTADOS**

Campaña Publicitaria “ALL YOU NEED IS ECUADOR”, fundamentada en una estrategia de promoción aplicada para consolidar a Ecuador con un destino de clase mundial han dado frutos. Un total de 620.958 turistas extranjeros arribaron a Ecuador entre enero y mayo del 2014, registrándose así un incremento del 16,3% con respecto a igual período del 2013. La expectativa inició el 28 de febrero como un movimiento digital internacional en redes sociales con el hashtag #All-YouNeedIs, que permitió interactuar con el público y conocer qué es lo que necesita una persona para disfrutar de la vida y ser feliz. Esta estrategia captó – hasta el 31 de marzo- a más de 228.000 seguidores en Twitter y decenas de miles de interacciones de Twitter, Instagram, Facebook, Vimeo y YouTube.

La campaña de promoción turística “All you need is Ecuador” se difundió en 14 países del mundo, a través de ocho canales de televisión por cable, redes sociales, medios impresos y vía pública. Discovery, Discovery Home & Health, National Geographic, TNT, TLC, CNN, FOX, FX, son los canales de televisión donde se ha pautaado la campaña “All you need is Ecuador” y que llega a la audiencia que tienen en Latinoamérica, (México, Perú, Colombia, Chile, Argentina y Brasil). También está en redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube y Google. (Ministerio de Turismo, 2014).

Es importante argumentar que el nivel de instrucción según estadístico del INEC y el software REDATAM en relación a la variable de nivel de instrucción de la población del cantón Sucre se ha establecido que: el 9.53% no cuenta con ningún nivel de instrucción, el 5.52% de la

población ha realizado por los centros de alfabetización, el 1.15% obtuvo el nivel preescolar, el 31.33% tiene instrucción primaria, el 18.31% su instrucción es secundaria, el 13.25% cuenta con educación básica, el 7.5% hasta bachillerato o educación media, el 1.26% tiene ciclo post bachillerato, el 9.85% cuenta con instrucción superior, el 0.75% tiene post grado y el 1.55% se ignora su nivel de instrucción. Por lo que contamos con una población activa capaz de enfrentar el entorno y emprender algún negocio o pequeña empresa en nuestra localidad.

Estudio de diagnóstico y levantamiento de los negocios, empresas u organizaciones existente en el cantón Sucre se refleja un número de empresas existente las cuales están clasificadas o denominadas por su tamaño. Según estas crecen en sus ventas anuales en un 5% por lo que requiere potencializar personal capacitado en áreas administrativas. Es notable observar en la investigación realizada en el diagnóstico empresarial del entorno que el 48% responden a microempresas en Bahía, el 21% representan a las pequeñas empresas y el 17% solo de medianas empresas siendo estas la de mayores proyecciones en su productividad al mercado exterior y de mejores niveles de crecimiento de sus utilidades. El sector público solo represento el 14% que se identificaron como las grandes empresas por su estructura organizativa y por el número de trabajadores que elaboran en la misma según se muestra a continuación:

### ANÁLISIS DE SERVICIO DE INTERNET

El servicio de internet en el Cantón Sucre lo proveen las empresa CNT y OS. CNT brinda a sus clientes diferentes tipos de planes que se acomoden a la situación económica de sus usuarios, entre estos planes están el de 4MBps a un pago mensual de \$18,00 dólares, el de 5MBps a un pago de \$20,00 dólares, el de 10MBps a un pago de \$24,00 y el 15MBps que se paga \$29,00 dólares, la instalación de estos planes tiene un costo de \$60,00 más impuestos. La empresa OS, brinda a sus clientes servicio de internet por \$20 dólares mensuales.

El estudio realizado sobre la disponibilidad de internet en el Cantón Sucre se lo hizo a través del programa REDATAM, que permitió conocer a través de variables cruzadas cuales fueron los grupos de edades y número de personas que disponen de internet, esto se realizó con la finalidad de determinar cuáles son los segmentos más representativos cuyos resultados fueron los siguientes:

**Tabla 1: Disponibilidad de Internet en el Cantón Sucre por rangos de Edad**

DISPONIBILIDAD DE INTERNET				
<b>Si</b>	de 1 a 49 años	0,78	2377	0,053
	de 50 a 100 años	0,22	653	
		1,00	3030	
<b>No</b>	de 1 a 49 años	0,81	43457	0,95
	de 50 a 100 años	0,19	10238	
<b>Total</b>		1,00	53695	1,00

**Fuente:** Programa de datos estadísticos REDATAM

De acuerdo a los datos de la tabla 1 se puede determinar que el 78% de la población que representa a 2.377 habitantes de entre 1 a 49 años si disponen de internet, debido a que estos rangos de edad están entre los niveles más representativos para nuestra investigación, se puede decir que es factible hacer publicidad por este medio para aportar al desarrollo del turismo de la Ciudad; el 22% que representa a 653 habitantes de entre 50 a 100 años, también disponen de internet, pero estos datos forman parte de los niveles menos representativos para la investigación que se está realizando. Estos porcentajes representan el 5% de la población total, lo cual quiere decir 3.030 personas del Cantón Sucre.



Mediante la aplicación del software se pudo determinar mediante el uso de variables cruzadas, el número de personas que disponen de internet en el Cantón de acuerdo a las viviendas en la zona urbana y la rural. Los datos obtenidos fueron los siguientes: De acuerdo a los datos recopilados referente a la disponibilidad de internet a nivel de vivienda a nivel de área urbana y área rural se pudo determinar que, en el área urbana 548 viviendas sí disponen del servicio de internet, y esto representa el 10% de domicilios totales en esta área, mientras que 4,988 viviendas no disponen de este servicio, cantidad que representa al 90% restante de viviendas en la zona urbana.

Otro estudio realizado fue investigar la disposición de medios de cómputos que existen en la zona objeto estudio con la finalidad de evaluar si existe la tecnología de cómputo para conocer si disponen del servicio de internet. Para realizar el análisis de la disponibilidad de computadoras en la Cantón Sucre, se utilizó el software REDATAM, en el cual se trabajó mediante variables cruzadas, para determinar cuántas personas poseen computadoras en el Cantón, esto se hizo con la finalidad de fijar los rangos de edad más representativos para la investigación que se está realizando; los datos obtenidos fueron los siguientes:

**Tabla 2:** Disponibilidad de Computadoras en el Cantón Sucre por rangos de Edad

**DISPONE DE COMPUTADORA**

<b>Si</b>	de 1 a 49 años	0,80	5207	0,11
	de 50 a 100 años	0,20	1274	
		1,00	6481	
<b>No</b>	de 1 a 49 años	0,81	40627	0,89
	de 50 a 100 años	0,19	9617	
<b>Total</b>		1,00	50244	1,00

**Fuente:** Programa de datos estadísticos REDATAM

De acuerdo a los datos de la tabla, se puede determinar que el 80% de la población que representa a 5.207 habitantes de entre 1 a 49 años si disponen de una computadora, debido a que estos rangos de edad están entre los niveles más representativos para nuestra investigación, se puede decir que es factible hacer publicidad dirigida a ellos porque poseen este instrumento para recibir los anuncios, por lo tanto esto ayuda a impulsar el desarrollo del turismo en la Ciudad; el 20% que representa a 1.274 habitantes de entre 50 a 100 años también poseen computadoras, pero forman parte de los niveles menos representativos para la investigación que se está realizando. Estos porcentajes representan el 11% de la población total, lo cual quiere decir 6.481 personas del Cantón Sucre.

Con la ayuda del software también se pudo establecer mediante variables cruzadas, la cantidad de viviendas que disponen de computadoras según la zona a la que pertenecen, sea esta urbana o rural, los datos obtenidos fueron los que se muestran a continuación:

**Tabla 3:** Disponibilidad de Computadoras por viviendas Área Urbana y Rural

Área Urbana o Rural	Dispone de computadora						
	Si	No	Total	si	no	total	
<b>1</b> Área Urbana	1180	4356	5536	21%	79%	100%	
<b>2</b> Área Rural	478	9326	9804	5%	95%	100%	
<b>Total</b>	1658	13682	15340				

**Fuente:** Programa de datos estadísticos REDATAM

De acuerdo a los datos de la tabla se puede determinar que, en la zona urbana 1,180 viviendas sí disponen de computadoras, esto representa el 21% de viviendas en esta área, mientras que 4,356

viviendas que representan el 79% de domicilios totales en la zona rural no poseen servicios de cómputo. En el área rural, 478 casas sí disponen de computadoras, representando el 5% de viviendas de esta área, mientras que 9,326 domicilios que representan el 95% de casas totales carecen de computadoras.

### ANÁLISIS DEL SERVICIO DE TELEFONÍA CELULAR

El estudio basado en las fuentes estadísticas del software REDATAM permitió trabajar con dos variables cruzadas las cuales fueron grupo de edades y número de teléfonos a nivel de persona con la finalidad de determinar los segmentos más representativos con esta tecnología, cuyos resultados fueron los siguientes:

**Tabla 4:** Disponibilidad de Teléfono Celular en el Cantón Sucre por rangos de Edad

<b>DISPONIBILIDAD DE TELÉFONO CELULAR</b>				
<b>si</b>	<b>de 1 a 49 años</b>	<b>0,82</b>	<b>30712</b>	<b>0,66</b>
	de 50 a 100 años	0,18	6652	
		1,00	37364	
<b>no</b>	de 1 a 49 años	0,78	15122	0,34
	de 50 a 100 años	0,22	4239	
<b>total</b>		1,00	19361	1,00

**Fuente:** Programa de datos estadísticos REDATAM

De acuerdo a los datos de la tabla, se puede determinar que el 82% de la población que representa a 30.712 habitantes de entre 1 a 49 años si disponen de un teléfono celular, debido a que estos rangos de edad están entre los niveles más representativos para nuestra investigación, se puede decir que es factible hacer publicidad dirigida a ellos, principalmente porque representan un número elevado de habitantes que puede recibir la información y difundirla, brindando de esta manera un aporte al turismo de la Ciudad; el 18% que representa a 6.652 habitantes de entre 50 a 100 años también poseen celulares, pero forman parte los niveles menos representativos para la investigación que se está realizando. Estos porcentajes representan el 66% de la población total, lo cual quiere decir 37.364 personas del Cantón Sucre.

El software de bases estadísticas REDATAM, también permitió investigar mediante el uso de variables cruzadas, la cantidad de viviendas que poseen teléfono celular por las zonas a las que pertenecen, sean estas urbana o rural. Con los resultados obtenidos de las dos variables cruzadas se puede determinar que, en la zona urbana, 4,049 viviendas si poseen teléfonos celulares, representando el 73% de viviendas en esta zona, mientras que 1,487 domicilios que representan el 27% de viviendas totales de esta área no poseen teléfonos celulares. En la zona rural 5,615 casas, que representan el 57% de domicilios en esta área si poseen un teléfono, mientras que 4,189 viviendas que representan el 43% restante de hogares no disponen de un teléfono celular.

Desarrollar una propuesta dirigida al diseño de una campaña de publicidad en redes sociales con la finalidad de promocionar al Cantón como destino turístico, no solo a nivel provincial, sino también nacional, resaltando los principales sitios turísticos, así como su gastronomía, culturas, hospitalidad y riqueza natural. Por medio de esta lograr mayor reconocimiento de los atractivos turístico, y por ende obtener mejor posicionamiento de las empresas de servicios hoteleros, fomentando al crecimiento empresarial y aportando al crecimiento económico y social.

### DISCUSIÓN

Entre los indicadores más representativos está reflejado en la profesión u ocupación de nuestro pobladores que según datos del censo 2010 realizado por el INEC, en relación a la profesión y ocupación de los habitantes del cantón Sucre se presentan las siguientes cifras: el 29.62% son

agricultores y trabajadores calificados, el 11.71 % lo constituyen los trabajadores de los servicios y vendedores, el 13.51 % se encuentra dedicado a ocupaciones elementales, el 9.10% lo conforman los profesionales científicos e intelectuales, el 7.95% constituyen los oficiales, operarios y artesanos, el 8.49 % trabajan en apoyo administrativo y el 19.62% restante se dedican a otras actividades. Reflejado esto en los centros Universitarios como guía instructiva en la formación y creación de empresas.

Según los datos de la tabla 1, también se refleja que el 81% de la población que representa a 43.457 personas que no dispone de servicio de internet tienen de entre 1 a 49 años, y el otro 19% que representa a 10.238 habitantes de entre 50 a 100 años tampoco disponen de este servicio. Esto quiere decir según datos globales de la población, que el 95% de residentes del Cantón que representa a 53.695 personas, no disponen del servicio de internet.

Referente a la disponibilidad del servicio de internet a nivel de vivienda la zona rural con un total 235 viviendas las que poseen servicio de internet, representando el 2% de casas en esta área, mientras que 9,569 domicilios que representan el 98% viviendas totales en zona rural no poseen este servicio en la actualidad, lo que imposibilita el acceso de este servicio y limitar a la población al acceso de redes sociales y buscadores como medio de información, desarrollo y culturización de los mismos.

De acuerdo a los datos de la tabla 2 referente a la disponibilidad de la tecnología en este caso una computadora es importante resaltar que el 81% de la población que representa a 40.627 personas de entre 1 a 49 años, no dispone de una computadora, y el otro 19% que representa a 9.617 habitantes de entre 50 a 100 años tampoco disponen de la misma. Esto quiere decir según datos globales de la población, que el 89% de residentes del Cantón que representa a 50.244 personas, carecen de una computadora.

De acuerdo a los datos de la tabla 4 hay que resaltar que el uso de los celulares como tecnología estrella para el servicio del internet se refleja que el 78% de la población que representa a 15.122 personas de entre 1 a 49 años, no poseen un teléfono celular, y el restante 22% que representa a 4.239 habitantes de entre 50 a 100 años tampoco disponen del mismo. Esto quiere decir según datos globales de la población, que el 34% de residentes del Cantón que representa a 19.361 personas, no disponen de un teléfono celular.

## **CONCLUSIONES**

Mediante la aplicación del programa de base de datos estadísticos REDATAM, se logró determinar que en el Cantón Sucre existe disponibilidad de Internet, lo cual quiere decir que para los habitantes de este sitio si es factible la elaboración de publicidad para promocionar el turismo de la Ciudad.

Los habitantes del Cantón Sucre, según los datos del programa REDATAM si poseen servicios de Cómputo, lo cual quieren decir que tienen el instrumento por medio del cual pueden recibir y promocionar publicidad sobre el turismo del Cantón.

En el Cantón Sucre, existe un número elevado de personas que poseen telefonía celular, mediante la cual se hace posible que estos reciban publicidad sobre la propagación del servicio de la Ciudad.

La incidencia del servicio del Internet sobre el turismo de la Ciudad tiene un alto impacto, debido a que es un medio muy eficiente para la difusión de publicidad y campañas sobre los principales sectores turísticos que posee el Cantón.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Definista. (8 de julio de 2015). conceptodefinicion.de. Obtenido de conceptodefinicion.de: <http://conceptodefinicion.de/internet/>

FelipeCastro,L. D.(Octubre de 2011).fedesarrollo.org.co. Obtenido de fedesarrollo.org.co:  
<http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Impacto-de-las-Tecnolog%C3%ADas-de-la-Infomaci%C3%B3n-y-las-Comunicaciones-TIC-Informe-Final-Andesco.pdf>

Felipe, N. A. (20 de 02 de 2016). prezi.com. Obtenido de prezi.com: <https://prezi.com/ohk4hssegvy2/la-nueva-era-de-la-comunicacion-el-telefono-celular/>

Gardey, J.P.(2012).definicion.de Obtenido de definicion.de: <http://definicion.de/turismo/>

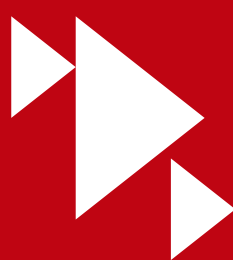
Ministerio de Turismo. (27 de Julio de 2014). turismo.gob.ec. Obtenido de turismo.gob.ec:  
<http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). <http://media.unwto.org>. Obtenido de <http://media.unwto.org>: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Ranchal, J. (31 de 01 de 2014). muycanal.com. Obtenido de muycanal.com:  
<http://www.muycanal.com/2014/01/31/futuro-del-telefono-movil>

Romero, S. (31 de Mayo de 2012). slideshare.net. Obtenido de slideshare.net:  
<http://es.slideshare.net/sergiorome66/definicin-de-internet-sergio-romero>

ÁREA TEMÁTICA



Agropecuaria

# ► Ponencias



...arrollo de la tecnologías al t  
... tiempo para la producción y la apl  
... preparaciones a base de plata

Al final del siglo XIX -  
comienzos del siglo XX

Siglo XVII



4000 a.C.

## ESTUDIO DE TRATAMIENTOS PRE-GERMINATIVOS (HORMONAL, FÍSICO Y MECÁNICO) EN ANNONA CONICA RUIZ & PAV. EX G. DON.

Álava Álvaro Janner Eduardo<sup>1</sup>, eduardoalava-1994@hotmail.es, Universidad Técnica de Manabí–Estudiante  
Sancán Pin Gema Tatiana<sup>2</sup>, tatisancan-1995@hotmail.com, Universidad Técnica de Manabí–Estudiante  
Pico Mendoza José Newthon<sup>3</sup>, pepinico@gmail.com, Universidad Técnica de Manabí  
Pinoargote Chang Miryan Angélica<sup>4</sup>, mpinoargotechang@gmail.com, Universidad Técnica de Manabí

### RESUMEN

*Annona conica* Ruiz & Pav. ex G. Don (antes *Raimondia conica* (Ruiz & Pav. ex G. Don) Westra) es un arbusto endémico del Ecuador, reportada como amenazada según la Lista Roja de Especies Amenazadas de la UICN. El estado vulnerable en que se encuentra esta especie es incidida por la poca capacidad germinativa en condiciones naturales y por las actividades antropogénicas que amenaza con la extensión de esta especie. *A. conica* se distribuye en los microclimas húmedos del bosque seco tropical y el bosque litoral piemontano, en un rango de elevación de 0-600 msnm. El objetivo de esta investigación fue determinar el factor (hormonal, físico y mecánico) que limita la germinación de semillas de *A. conica* en respuesta a los diferentes tratamientos. Se evaluaron seis tratamientos pre-germinativos: imbibición de semillas en soluciones con tres concentraciones de ácido giberélico (600, 700, 800 ppm) por 24 horas, escarificación mecánica (lija fina), imbibición de las semillas en agua destilada por 48 horas y siembra directa (testigo). En cada tratamiento se utilizaron 20 semillas, se sembraron en bandejas de plástico con turba y fueron regadas diariamente. Las variables evaluadas fueron: porcentaje de germinación, inicio de germinación en días (IG), valor máximo de germinación, y energía germinativa, las observaciones se realizaron hasta los 40 días después de la siembra. Los resultados más destacados en esta investigación fue la escarificación mecánica que obtuvo un 100% de semillas germinadas, posteriormente el tratamiento que presentó menor germinación de semillas (35%) fue la imbibición por 24 horas en una solución 800 ppm de ácido giberélico. Esta investigación concluye que la escarificación mecánica favoreció la germinación de las semillas, iniciando a los 27 días después de la siembra, este tratamiento empleado contribuyó al rompimiento de la testa para que sea permeable al agua y así activar la germinación de las semillas. A pesar que el AG3 estimula la germinación de las semillas con diferentes dosis de ppm, en este ensayo realizado no se obtuvo resultados significativos. **Palabras claves:** Acido Giberélico, escarificación mecánica, Annonaceae, porcentaje de germinación.

### ABSTRACT

*Annona conica* Ruiz & Pav. ex G. Don (antes *Raimondia conica* (Ruiz & Pav. ex G. Don) Westra) is a shrub endemic to Ecuador, reported as threatened according to the IUCN Red List of Threatened Species. The vulnerable state found in this species is affected by the low germination capacity under natural conditions and by anthropogenic activities that threaten the extension of this species. *A. conica* is distributed in the humid microclimates of the tropical dry forest and the piedmont forest, in an elevation range of 0-600 meters above sea level. The objective of this research was to determine the factor (hormonal, physical and mechanical) that limits the germination of *A. conica* seeds in response to different treatments. Six pre-germinative treatments were evaluated: imbibition of seeds in solutions with three concentrations of gibberellic acid (600, 700, 800 ppm) for 24 hours, mechanical scarification (fine sandpaper), imbibition of the seeds in distilled water for 48 hours and sowing direct (witness). In each treatment 20 seeds were used, planted in peat plastic trays and watered daily. The evaluated variables were: percentage of germination, beginning of germination in days (IG), maximum value of germination, and germinative energy, the observations were made until 40 days after sowing. The most outstanding results in this investigation was the mechanical scarification that obtained 100% of germinated seeds, later the treatment that showed the lowest germination of seeds (35%) was the imbibition for 24 hours in a 800 ppm solution of gibberellic acid. This investigation concludes that the mechanical scarification favored seed germination, starting at 27 days after sowing, this treatment used to contribute to the breaking of the seed coat so that it is permeable to water and thus activate the germination of the seeds. Although the AG3 stimulates seed germination with different doses of ppm, no significant results were obtained in this test.

**KEYWORDS:** Gibberellic acid, mechanical scarification, Annonaceae, percentage of germination.

## LAS 3R'S (REDUCE, RECICLA, REUSAR) APLICADAS EN CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL EN LOS CIUDADANOS CANTÓN PEDERNALES

Johnny Santana<sup>1</sup>, johnnysantana2980@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Diana Castro Cedeño<sup>2</sup>, paty.cc.ing.com@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Sonia Verónica Loor Briones<sup>3</sup>, brionesloorsonia@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

El manejo adecuado de los desechos sólidos (residuos sólidos) representa un problema de contaminación visual-ambiental, generando olores desagradables y altos volúmenes de residuos para los ciudadanos y turistas que visitan el Cantón Pedernales, como consecuencia del manejo inadecuado por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales y cuando las buenas prácticas no son aplicadas en su totalidad, afectan la salud, el ambiente, el ecosistema y el turismo. Bajo esta problemática es importante conocer la situación actual del manejo de residuos sólidos, acciones y estrategias utilizadas por el Departamento de Ambiente del Municipio del GAD Pedernales, lugar de estudio de la presente investigación. El objetivo fue generar un instructivo de recomendaciones técnicas orientadas a mejorar el uso de los recursos en el manejo adecuado de los residuos sólidos (plásticos, cartones, botellas, metales) complementándose con talleres de capacitación de reciclaje, reutilización, reducción y disposición final de residuos sólidos dirigido a las familias del cantón Pedernales. La metodología utilizada fue la revisión bibliográfica de distintos autores en el manejo de residuos sólidos, además, se realizó encuestas a los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Campus Pedernales. Los resultados obtenidos reflejan la importancia de la utilización de técnicas 3R, como medio de concientización en el manejo adecuado de residuos sólidos y la necesidad de ejecutar campañas informativas de educación ambiental que concienticen a la población. Por otro lado se evidenció que los procedimientos de recolección de residuos y de acopio implementados por el GAD Municipal no son adecuados, ya que el recorrido que realizan los carros recolectores y el manejo inadecuado por parte de los operarios generan insalubridad en ciertos sectores y en la mayoría de los casos riesgos para la salud por no contar con la indumentaria de seguridad. De ahí la necesidad de implementar de forma urgente un plan de recorrido que cubra todos los sectores de la ciudad y un plan de capacitación a los operarios del carro recolector, así como la difusión de campañas informativas a la comunidad sobre los horarios de recolección. A esto se puede incluir talleres participativos sobre las 3r's en los barrios del cantón.

**Palabras clave:** Residuos sólidos, manejo de residuos sólidos, estrategias ambientales, técnicas 3R, concientización ambiental.

### ABSTRACT

The adequate management of solid waste (solid waste), represents a problem of visual pollution, generating unpleasant smells and high volumes of waste, by citizens and tourists who visit the Pedernales Canton, as result of management unsuitable by the autonomous governments of the municipalities (municipal Gad), when the good practices are not adequate, affects the health, environment, ecosystem and tourism, with this problem we need to know the current situation of the management of solid waste, their actions and strategies used by the Department of environment of the municipality from the Pedernales Gad, this research study place. The objective is to generate an instruction of recommendation techniques, aimed at improving the use of resources in the proper handling of waste solids (plastic, cardboard, bottles, metals) by integrating them with training workshops to the families of the Pedernales Canton in recycling, reuse, reduction and disposal of solid waste. To which method was of review literature presented by different authors in the management of solid waste and to study population surveys carried out with the students of the Universidad Laica Eloy Alfaro of Manabí Campus Pedernales, from data analysis it was found that the results of the respondents highlight the importance of techniques 3R as a means of awareness on the proper handling, strengthening them with information campaigns in the training processes through training in environmental education or proyectos-talleres improving the environmental factor, municipal waste and collection of the Gad collection procedures are not suitable no there is a daily fulfillment of the He toured the collectors car, management of the operators of the waste trolleys are not suitable generate unhealthy in certain sectors. The findings determined that you must be a training plan in the transportation, collection and deposition of the operators of trucks collector, carrying out campaigns of information to the community in times of collection socializing them by communication channels appropriate, implemented in the communities of the Canton Pedernales 3R. Training workshop

**Keywords:** Solid waste, management of solid waste, environmental strategies, technical 3R, environmental awareness.



## IDENTIFICACIÓN, REGISTRO, GEORREFERENCIACIÓN Y REPRODUCCIÓN DEL CACAO NACIONAL FINO DE AROMA DE MÁS DE 70 AÑOS DE EDAD POR CLONACIÓN INJERTO EN EJE CENTRO-NORTE LA PROVINCIA DE MANABÍ.

Jimmy Cedeño Napa  
cedenojc240@gmail.com

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

El Cacao nacional fino es un producto de alta calidad en peligro de extinción y la causa es muy simple, los agricultores optan por siembras de variedades de cacao que produzcan mucho más y en menor tiempo con una calidad inferior al cacao nacional conllevado a la tala de árboles genuinos de cacao nacional puro, cuya características se hacen notar (edad de más de 70 años, altura mayor a los 4 metros con una inclinación de 70°, forma de hojas, brotes tiernos, flores con estambres rojos intenso, forma de fruto, almendra). En la actualidad, son considerados como árboles de cacao promisorios. Bajo estas condiciones se optó por identificar y georreferenciar los árboles de este tipo de cacao, identificando un total de 251 árboles de cacao en 37 parcelas diferentes en la provincia de Manabí exclusivamente en el cantón Flavio Alfaro, 100 ejemplares en un promedio de 16 parcelas de diferentes propietarios y otros 151 árboles distribuidos entre los cantones de Chone, Calceta, Junín, Jama y Pedernales. Se registró, georreferenció, obteniendo materiales para la clonación de esta variedad, todo esta labor experimental de clonación se realizó en las instalaciones de la asociación de cacaoteros del Cantón Junín como punto eje del trabajo investigativo. Con los datos obtenidos se planteó la hipótesis la siguiente hipótesis: que los arboles promisorios no eran capaces de clonarse, ya que basados en la edad cronológica no se tendría éxito por la poca cantidad de mucilago que genera y es el compuesto que se necesita para llevar a cabo el proceso de clonación por injertación. Sin embargo, los resultados obtenidos muestran que de las 2079 muestras clonadas se obtuvo 1750 clones prendidos listo para el proceso de siembra dando 84,18 % de efectividad, concluyendo que el proceso de clonación de cacao nacional antes mencionado es efectivo.

**Palabras clave:** Árboles, cacao promisorio, clones experimentales y metodología.

### ABSTRACT

Fine national cocoa is a high quality product in danger of extinction and the cause is very simple, farmers opt for planting of varieties of cocoa that produce much more and in less time with a quality inferior to the national cocoa leading to the felling of genuine trees of pure national cocoa, whose characteristics are noted (age over 70 years, height over 4 meters with a 70 ° inclination, leaf shape, tender buds, flowers with intense red stamens, fruit form, almond). Currently, they are considered promising cacao trees. Under these conditions, it was decided to identify and georeference the trees of this type of cacao, identifying a total of 251 cacao trees in 37 different plots in the province of Manabí exclusively in the Flavio Alfaro canton, 100 specimens in an average of 16 plots of different owners and other 151 trees distributed between the cantons of Chone, Calceta, Junín, Jama and Pedernales. It was registered, georeferenced, obtaining materials for the cloning of this variety, all this experimental work of cloning was carried out in the facilities of the association of cacao growers of the Junín Canton as an axis of the research work. With the data obtained, the hypothesis was hypothesized: that the promising trees were not capable of cloning, since based on the chronological age it would not be successful due to the small amount of mucilage that it generates and it is the compound that is needed to carry out the process of cloning by grafting. However, the results obtained show that of the 2079 cloned samples, 1750 clones were obtained, ready for the sowing process, giving 84.18% effectiveness, concluding that the aforementioned national cocoa cloning process is effective.

**Key words:** Promissory cocoa trees, experimental clones and methodology.

## EVALUACIÓN DEL SAMÁN (*ALBIZIA SAMAN* (JACQ.) MERR) Y DEL GUAZMO (*GUAZUMA ULMIFOLIA* LAM.) EN LA ALIMENTACIÓN DEL GANADO BOVINO DE CARNE

Leonardo Almeida Bodero<sup>1</sup>, almeidavinicio87@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Henry Intriago Mendoza<sup>2</sup>, intriagohenry71@yahoo.es, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN:

En el bosque seco tropical de la provincia de Manabí, existen dos estaciones bien marcadas: la época seca y la lluviosa, en donde se presentan variaciones climáticas que influyen en la producción de semillas que, al ser consumidas, por ruminantes sufren un proceso de escarificación y al ser excretadas aumenta el porcentaje de germinación. A fin de evaluar el potencial alimenticio, se realizaron análisis bromatológicos de los parámetros nutricionales de los frutos de estas arbóreas: Samán (*Albizia Saman* (Jacq.) Merr) y Guazmo (*Guazuma ulmifolia* Lam.). Para ello se utilizaron pruebas aceptadas para determinar valores nutricionales de los alimentos. Para determinar los valores correspondientes a la energía digestible se tomó como referencia la energía bruta del alimento, a partir de ecuaciones, dando como resultado una mayor energía en el fruto del Samán. Los frutos de Guazmo y Samán fueron evaluados durante los meses de septiembre a diciembre en base seca y en base húmeda para determinar los índices productivos suplementando a los animales. Se describieron también las características botánicas de los árboles, así como las condiciones edafológicas de la zona donde se realizó el experimento. Se estabularon 12 animales de la raza Cebú, quienes previamente fueron desparasitados interna y externamente, y por sorteo se asignó un lugar dentro del establo, esto se complementó con dietas de las especies mencionadas más el pasto, registrándose parámetros como: el peso inicial y final, ganancia de peso, conversión alimenticia, condición corporal. Para que los resultados sean más confiables los semovientes fueron estabulados por 90 días, registrando cada 30 días los parámetros a investigar. Los resultados obtenidos muestran que los semovientes que se alimentaron con Samán aumentaron significativamente de peso versus los que fueron alimentados con otros sustratos. La variable consumo de alimento también reporta un mayor consumo de la fruta del Samán. La variable conversión alimenticia el mejor tratamiento fue el Pasto *Panicum maximum* y Guazmo, pero entre los tratamientos no se reportaron diferencias estadísticas. En la variable condición corporal de igual forma no se reportaron diferencias estadísticas debido al manejo integral que se dio al ensayo y a las condiciones ambientales favorables que se registraron en esa época del año. Como lo menciona (Zamora, 2001) quien dice que pueden suplir una gran parte de las necesidades de alimentación animal a falta del pasto.

**Palabras clave:** Bosque seco tropical, Fruto, Valor alimenticio, Cebú.

### ABSTRACT.

In the tropical dry forest of the province of Manabi, there are two well-marked seasons: the dry season and the rainy season, where there are climatic variations that influence the production of seeds that, when consumed, by ruminants undergo a scarification process and when they are excreted, the percentage of germination increases. In order to evaluate the nutritional potential, bromatological analyzes of the nutritional parameters of the fruits of these trees were carried out: Samán (*Albizia Saman* (Jacq.) Merr) and Guazmo (*Guazuma ulmifolia* Lam.). For this, accepted tests were used to determine nutritional values of the food. To determine the values corresponding to the digestible energy, the raw energy of the food was taken as reference, from equations, resulting in a greater energy in the fruit of the Saman. The fruits of Guazmo and Saman were evaluated during the months of September to December on a dry basis and on a wet basis to determine the productive indices by supplementing the animals. The botanical characteristics of the trees were also described, as well as the edaphological conditions of the area where the experiment was carried out. Twelve animals of the Cebu breed were stabled, which were previously internally and externally dewormed, and a place was assigned to the stable, this was complemented with diets of the species mentioned plus the pasture, registering parameters such as: initial and final weight, weight gain, feed conversion, body condition. For the results to be more reliable, the animals were housed for 90 days, recording the parameters to be investigated every 30 days. The obtained results show that the semovientes that were fed with Samán increased significantly of weight versus those that were foods with other substrates. The variable consumption of food also reports a higher consumption of the fruit of the Samán. The feed conversion variable, the best treatment was Pasto *Panicum maximum* and Guazmo, but no statistical differences were reported among the treatments. In the variable body condition, no statistical differences were reported due to the integral handling given to the trial and the favorable environmental conditions that were registered at that time of the year. As mentioned (Zamora, 2001) who says that they can supply a large part of the animal feed needs in the absence of grass.

**Keywords:** Tropical dry forest, fruit, nutritive value. Zebu.

## RESTAURACIÓN DE LA POBLACIÓN DE MANGLE PIÑUELO (PELLICIERA RHIZOPHORAE) EN EL ESTUARIO DE COJIMIES, PROVINCIA DE MANABI-ECUADOR.

Luis Madrid Jiménez<sup>1</sup>, luis.madrid@uleam.edu.ec, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Diego Zambrano Z<sup>2</sup>, e1722095823@live.uleam.edu.ec, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Eduardo Barcia I<sup>3</sup>, e1312986290@live.uleam.edu.ec, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Randy Vera Vera<sup>4</sup>, e1313720375@live.uleam.edu.ec, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### Resumen

El problema de la población de mangle piñuelo (*Pelliciera rhizophorae*, Planchón & Triana, 1862) que se ha encontrado en el estuario de Cojimies, es que la población más significativa localizada en las riveras del río Mache, que hace algunos años fue de aproximadamente 110 has, se ha reducido drásticamente en un 80% debido especialmente a la construcción de piscinas camaroneras, plantación de pastizales y huertas familiares. El objetivo de la investigación fue observar el comportamiento de propágulos de mangle piñuelo en crecimiento en su hábitat original para sugerir una metodología adecuada que permita realizar campañas de reforestación a gran escala, en diferentes sitios adecuados por sus características, del Estuario Cojimies. La metodología utilizada se fundamentó en un diseño no experimental longitudinal mediante la observación de los propágulos de mangle desde julio de 2017 hasta la octubre 2018. El material a sembrar se recogió de las plantas adultas de la finca de la ULEAM ubicada en el Río Mache. Se realizó siembra directa de propágulos, construcción de viveros en la zona intramarial y se monitoreó una piscina camaronera en la que en forma natural se recupera este mangle. Para registrar su crecimiento y evolución se efectuaron medidas periódicas. Como resultado se obtuvo la sobrevivencia del 42% de los propágulos sembrados directamente, 80 % de siembra por vivero y 97% en recuperación natural. Como conclusiones se puede decir que la siembra directa es la más sencilla de realizar, no requiere de muchos recursos, aunque su porcentaje de sobrevivencia es bajo; la siembra en vivero requiere de más recursos y tiempo, pero su porcentaje de sobrevivencia es significativamente alto en comparación con el anterior; la recuperación natural presenta el mayor grado de sobrevivencia aunque tiene problemas con la distribución espacial de algunos árboles que ha medida que van creciendo presenta problema de competencia por el espacio y recursos.

**Palabras clave:** mangle piñuelo, manglar, propágulos, reforestación, estuario de Cojimies

### Abstract

The problem of the population of tea mangrove (*Pelliciera rhizophorae* Planchón & Triana 1862) found in the Mache river is that the most significant population located on the banks of the Mache river, which some years ago was approximately 110 hectares. has been drastically reduced by 80% due, especially to the construction of shrimp ponds, plantation of pastures and family gardens. The objective of this work was to observe the behavior of tea mangrove's seeds in growth and in that way to suggest the methodology to carry out reforestation campaigns on a large scale in the Mache river, in different sites suitable for their characteristics, of the Cojimies estuary. The methodology used was based on a longitudinal non-experimental design to measure the growth and evolution of the mangrove's seeds from July 2017 to October 2018. The seeds were recollected from adult plants of the farm belonging to the ULEAM located in the Mache River, and the planted trees were periodically measured to record their growth. As result was obtained: the survival of 42% of the propagules planted directly; 80% planting per nursery and 97% in natural recovery. As conclusions, it can be said that: direct sowing is the easiest to carry out, it does not require many resources, although its percentage of survival is low; planting in a nursery requires more resources and time, but its percentage of survival is significantly high compared to the previous one; natural recovery has the highest degree of survival, although it has problems with the spatial distribution of some trees that, as they grow, present a problem of competition for space and resources.

**Key words:** tea mangrove, mangrove swamp, mangrove seed, reforestation, Cojimies Estuary

## ANÁLISIS DE ESTUDIOS SOBRE LA TUBERCULOSIS BOVINA (TBB) EN EL ECUADOR

Juan Anchundia Z., juankajcaz@hotmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales  
Sixto Guillermo Galarza Abad, guillerprice@gmail.com, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

La Tuberculosis es una enfermedad infectocontagiosa de carácter crónico, causada por bacterias principalmente del género *Mycobacterium* SP que afectan a diferentes especies animales, domésticas y silvestres, y al hombre siendo una de las zoonosis más importantes en el mundo. Se transmite por vía aérea mediante las gotitas de Flügge, y por ingerir alimentos o aguas contaminadas con secreciones corporales de animales infectados. La Tuberculosis bovina es ocasionada por el *Mycobacterium bovis*. La prevalencia en el mundo se estima en 1,5% en ganado de leche y de 1 en 5000 en el ganado de carne. Se caracteriza por lesiones nodulares denominadas tubérculos, que se forman en los ganglios linfáticos del animal afectado, procesos respiratorios, digestivos y hepáticos, afectando directamente al pulmón y a la pleura, los túbulos renales, conductos galactóforos en la glándula mamaria agravándose el cuadro cuando el animal es inmunodepresor. En Ecuador está escasamente documentada probablemente por falta de registros, limitando el uso de técnicas diagnósticas a nivel de ganaderías a esto se suma la insuficiente inspección veterinaria en los camales. Con estos antecedentes, se la cataloga como una grave prevalencia, ya que data desde hace más de cien años, puntualmente desde 1897 y la ocurrencia ha demostrado ciertas variaciones. El presente trabajo tiene como objetivo brindar información actualizada sobre la enfermedad en provincia de Manabí, a fin de erradicarla. En ese sentido, se recomienda integrar acciones con los ministerios coordinadores de la política pública en territorio para articular acciones que conlleven a la implementación de brigadas para inocular los antígenos de enfermedad.

**Palabras clave:** Tuberculosis, *Mycobacterium*, Zoonosis.

### ABSTRACT

Tuberculosis is an infectious disease of a chronic nature, caused by bacteria mainly of the genus *Mycobacterium* SP that affect different animal species, domestic and wild, and man being one of the most important zoonoses in the world. It is transmitted by air through droplets of Flügge, and by eating food or water contaminated with bodily secretions from infected animals. Bovine tuberculosis is caused by *Mycobacterium bovis*. The prevalence in the world is estimated at 1.5% in dairy cattle and from 1 in 5000 in beef cattle. It is characterized by nodular lesions called tubers, which are formed in the lymph nodes of the affected animal, respiratory, digestive and hepatic processes, directly affecting the lung and the pleura, renal tubules, milk ducts in the mammary gland, aggravating the condition when the animal It is immunosuppressant. In Ecuador, it is scarcely documented, probably due to lack of records, limiting the use of diagnostic techniques at the level of livestock. In addition, there is insufficient veterinary inspection in the slaughterhouses. With this background, it is classified as a serious prevalence, since it dates back more than one hundred years, punctually since 1897 and the occurrence has shown certain variations. The present work aims to provide updated information on the disease in the province of Manabí, in order to eradicate it. In this sense, it is recommended to integrate actions with the coordinating ministries of public policy in the territory to articulate actions that lead to the implementation of brigades to inoculate the disease antigens.

**Keywords:** Tuberculosis, *Mycobacterium*, Zoonoses.

# ▶ Artículos



Pablo Zamora Macías  
pazama006@gmail.com

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

## RESUMEN

De acuerdo al último informe demográfico de las Naciones Unidas en el año 2017, la población en el planeta fue de 7.550 millones de personas, situación que no guarda coherencia con la producción de alimentos, que no crece al mismo ritmo; según las proyecciones de la Agencia para la alimentación y agricultura de las Naciones Unidas FAO para el año 2050 la producción de alimentos debe duplicarse para satisfacer la demanda que existirá para esa época. El objetivo del presente artículo es analizar la problemática del sistema agroalimentario, las características y funcionamiento frente a la globalización, particularmente en las estrategias de los gobiernos de países desarrollados y de las corporaciones aliadas, que manejan la cadena agroalimentaria en el mundo. En el análisis se establece que los más importantes negocios agroalimentarios, están controlados por las grandes corporaciones, patrocinados y auspiciados por los gobiernos de países desarrollados, socios en el negocio. Si bien la alimentación es un proceso biocultural indispensable para los seres humanos, en el modelo actual, termina siendo tratado, como una mercancía más, desde una visión economicista. Como resultado de lo expuesto, se concluye que mientras los países subdesarrollados profundizan la crisis de dependencia agroalimentaria, los países desarrollados impulsan políticas y acciones pragmáticas para producir alimentos agrícolas y pecuarios, incrementado los niveles de pobreza, y contaminación ambiental, en las comunidades locales de los países donde alquilan o compran grandes extensiones de tierra, para la producir los alimentos que requieren. La metodología utilizada en la presente investigación es de tipo exploratoria, descriptiva, y correlacional analítica.

**Palabras claves:** Sistema agroalimentario, alimentos, población, corporaciones, crisis alimentaria, seguridad alimentaria.

## ABSTRACT

According to the last demographic report of the United Nations in 2017, the population on the planet was 7,550 million people, a situation that is not consistent with food production, which does not grow at the same pace; According to the projections of the Food and Agriculture Agency of the United Nations FAO, by the year 2050, food production must double to meet the demand that will exist for that time. The objective of this article is to analyze the problems of the agri-food system, the characteristics and functioning in the face of globalization, particularly in the strategies of the governments of developed countries and of the allied corporations that manage the agri-food chain in the world. The analysis establishes that the most important agri-food businesses are controlled by large corporations, sponsored and sponsored by the governments of developed countries, partners in the business. Although food is an indispensable biocultural process for human beings, in the current model, it ends up being treated, as a commodity, from an economic vision. As a result of the foregoing, it is concluded that while the underdeveloped countries deepen the agri-food dependency crisis, the developed countries promote pragmatic policies and actions to produce agricultural and livestock food, increasing the levels of poverty, and environmental pollution, in the local communities of the countries where they rent or buy large tracts of land, to produce the food they need. The methodology used in the present investigation is exploratory, descriptive, and analytical correlational.

**Key words:** Agri-food system, food, population, corporations, food crisis, food security.

## **INTRODUCCIÓN:**

A inicios del siglo XXI, las poblaciones de las zonas rurales enfrentaron una serie de transformaciones en todo el mundo, pero con mayor incidencia en los países subdesarrollados, en torno al tema agroalimentario. Después de un largo período de precios deprimidos de los bienes agropecuarios, se inició en el año 2000 una escalada alcista de las cotizaciones que tiende a sostenerse por lo menos una década más. Los países desarrollados empezaron a orientar su producción de granos, especialmente el maíz y algunas oleaginosas hacia la producción de etanol y biodiesel, mientras aquellos dependientes de alimentos empezaron a enfrentar importaciones encarecidas que desequilibraron sus reservas de divisas (Aguilera 2009).

En este escenario, las bases sobre las que se erigió el dominio agroalimentario global de los países desarrollados sobre los dependientes, empezaron a resquebrajarse, por lo que se espera una etapa de transición entre dos formas de subordinación y explotación sobre los países y los productores rurales, que puede generar oportunidades a las clases subalternas pero también, procesos de caos y exclusión muy profundas. (Rubio, 2006).

El orden agroalimentario global desarrollado desde 1982 al 2000, estuvo basado en una forma de explotación por despojo sobre los productores rurales, iniciando una etapa de agotamiento; tal situación permite vislumbrar la posible germinación de un orden mundial inédito, sustentado en la utilización de alimentos para la producción de agro combustibles, llamado también energético global. (Rubio 2003).

Frente a esta realidad los países ricos del Norte con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria a sus habitantes y a la vez evitar la contaminación de los suelos y preservar el agua dulce utilizada en la producción agrícola, en las últimas décadas han optado por la compra o arriendo de grandes extensiones de tierras para producir sus alimentos en países subdesarrollados, especialmente en África, Sudamérica, Europa del Este y en Sur Asiático. Lo afirmado se evidencia en los grandes foros mundiales o negocios en las Bolsas de valores en Nueva York, Londres etc., donde líderes de naciones como: China, India, Japón, Estados Unidos, Corea, países de oriente Medio, etc, con sus empresarios expresan su interés por “invertir” en países subdesarrollados en la producción de alimentos, mediante compra o alquiler de tierras.

## **MARCO TEÓRICO**

Naredo (1999) afirma que la provisión de alimentos en el mundo ha experimentado un largo proceso que tiene como hilo conductor su progresiva integración en la organización industrial de la producción, la distribución y el consumo de alimentos. Hoy forma parte de un sistema en el que las formas de hacer dinero se han desplazado hacia el ámbito de lo financiero para consolidar así una economía de “adquisición”. En este contexto, la elaboración y el consumo de alimentos ha ido separándose progresivamente de su vinculación directa con la agricultura y con el entorno próximo en el que ésta se desenvolvía para insertarse en un complejo sistema desde el que se resuelven las cuestiones de qué, cómo y para quién se producen, se distribuyen y se consumen los alimentos. Las diferentes etapas por las que ha atravesado el sistema agroalimentario pueden encajarse dentro de los modos de organización y los procesos de acumulación seguidos por el sistema en su conjunto. En este sentido, de los tres regímenes alimentarios identificados en la evolución del sistema, (Friedman y McMichael, 1989), aquí interesa centrarnos en el período más reciente, que arranca en los 80; es la etapa en la que rige el denominado “régimen alimentario corporativo” (McMichael, 2004), que puede asociarse con lo que ha venido en llamarse globalización –estrategia del capital para organizar las operaciones que llevan a su revalorización, a escala planetaria. En esta etapa, los procesos de producción, distribución y consumo alimentario se integran por encima de las fronteras estatales; de modo que las formas de gestión de las organizaciones empresariales que modulan la dinámica del sector contemplan ahora el acceso, tanto a los recursos como a los mercados, a escala mundial (global). No se trata sólo de una extensión cuan

titativa de las relaciones mercantiles, sino, sobre todo de un cambio cualitativo en los modos de organización condicionado en gran medida por el protagonismo que ahora adquiere el capital financiero (Marsden y Wathmore, 1994), un capital que a la vez que hace posible la concentración, expansión, y reorganización de las corporaciones agroalimentarias, modula el funcionamiento del sector desde criterios de “racionalización” contruidos bajo el imperativo de la “creación de valor” financiero; desde esta lógica se ve estimulada la eliminación de restricciones para la localización, el aprovisionamiento, la producción, la distribución y el consumo agroalimentario. En este contexto hay que situar la reestructuración del complejo agroalimentario, que participa de los principios del “régimen de acumulación flexible” (Harvey, 1989). Un régimen caracterizado por la eliminación de trabas y rigideces que puedan obstaculizar los procesos de crecimiento y acumulación asociados a los negocios relacionados con el aprovisionamiento alimentario, y en el que las formas organizacionales se orientan hacia complejas estructuras, mallas o redes globales asociadas a una cadena alimentaria crecientemente fragmentada en actividades, establecimientos y procesos diferenciados. Un complejo entramado que tiene como objetivo promover los intereses globales de un grupo cada vez más reducido de grandes corporaciones transnacionales que de manera creciente impulsan y gobiernan los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria globalizada (Hefferman, 1999), el predominio de estos gigantes del negocio agroalimentario ha llevado a designar a éste régimen alimentario como “Imperio Corporativo” (McMichael, 2000, 2004, Ploeg, 2010).

**Negocio de las grandes corporaciones.** - Las grandes corporaciones se encuentran inmersas en un fuerte proceso de centralización y concentración que reduce progresivamente el núcleo de toma de decisiones y acrecienta el poder dentro del mismo, y por tanto la capacidad para imponer sus estrategias, en los gobiernos de los países donde tienen sus intereses. Según el informe de ETC group (2008), en el año 2007 el mercado de semillas patentadas representó el 82% del mercado mundial de semillas comercializadas, Monsanto, DuPont y Syngenta manejan el 47%. Las diez primeras compañías detentan el 67% del mercado mundial de estas semillas patentadas. Las semillas modificadas genéticamente están, prácticamente, (90%) en manos del grupo Monsanto. Las tres primeras compañías de agroquímicos, Bayer, Syngenta, y BASF, controlan la mitad del mercado mundial, y si consideramos las tres siguientes (Dow AgroSciences, Monsanto y DuPont), llegamos al 75% de las ventas de agroquímicos en el mundo. En el comercio mundial de granos nos encontramos con el control, prácticamente en su totalidad (90%) por parte de tres grandes corporaciones agroalimentarias: Archer Daniels Midland (ADM), Cargill y Bunge (Holt, 2008). Estos tres grupos también controlan, junto con sus empresas asociadas, la fabricación de piensos. Uno de ellos, Cargill, proveedor de materia prima, comprador, comerciante, procesador de productos y especulador a lo largo de todo el sistema alimentario, lidera la llamada “cadena de valor global del pollo”, y el procesado de semillas oleaginosas en el mundo (Lawrence, 2009). En alimentos y bebidas, las diez primeras empresas controlan el 26% del mercado mundial, y en la distribución alimentaria nos encontramos con Wal-Mart, la empresa más grande del planeta, “un verdadero imperio económico y mediático” (Montagut y Dogliotti, 2008:34), cuyo volumen de ventas sólo es superado por el PIB de 25 países (Fortune Global 500, 2008), y que, junto con Carrefour y Tesco representan la mitad de los ingresos de los diez primeros grupos de distribución. El poder de estas megacorporaciones se amplifica con continuas adquisiciones, fusiones, alianzas, contratos y acuerdos informales que buscan ampliar su capacidad de influencia y fortalecer sus posibilidades de expansión (UNCTAD, 2009).

**Expansión de las Corporaciones.** - En este régimen corporativo, las estrategias que las grandes organizaciones empresariales del sistema utilizan para su expansión van dirigidas a alejar o eliminar los límites que los condicionantes sociales y ecológicos imponen al crecimiento y la acumulación. Entre estas estrategias, se hará referencia a la financiación de lo alimentario, el control de las reglas del juego alimentarias, la utilización de las nuevas tecnologías, y la utilización del espacio y el tiempo. Este crecimiento, que ha sido exponencial desde 2003, está condicionado por



el importante auge en la adquisición de tierras en países “en desarrollo” que viene produciéndose en los últimos años. Empresas agroalimentarias o gestores de fondos de inversión europeos, estadounidenses, China, Japón, países de Oriente Medio se apresuran a adquirir la posesión o el uso de tierras a gran escala en América Latina, (Brasil, Chile, Ecuador, Costa Rica, Honduras, Perú), África (Tanzania, Madagascar, Mozambique, Kenia, Zambia), o Asia (Camboya, China, Indonesia, Vietnam). Entre los compradores aparecen grandes corporaciones agroalimentarias, como Dreyfus, una de las mayores transnacionales en el comercio mundial de granos, que cuenta con un fondo de inversión en tierras, (Calyx Agro), o Cosan, la mayor exportadora mundial de azúcar, que a través de Radar tiene como objetivo invertir en tierras “después de identificar propiedades rurales con alto potencial de revalorización” (Cosan web). Entre los “nuevos inversores en agricultura” se pueden encontrar desde fondos estatales o con apoyo estatal, (Arabia Saudita y los Emiratos Arabes, Libia y Qatar) hasta fondos de inversión privados (Goldman Sachs, Mitsui, Palmer Capital/Bidwells, Jarch capital, Renaissance capital) pasando por corporaciones empresariales con actividades ahora “colaterales” al negocio alimentario (ExxonMobil, Sun Biofuels, Flora EcoPower, ScanFuel, Agroils,) (UNCTAD, 2009). Entre 15 y 20 millones de hectáreas de tierra se estiman implicadas en este “acaparamiento de tierras” (GRAIN, 2010), vinculado a las nuevas “oportunidades de negocio” relacionadas con el alza de precios agrícolas que ha tenido lugar desde 2005, y que vino a agudizar la ya estructural crisis alimentaria, a la que ahora se añadieron la intensificación de usos alternativos para la tierra (agro combustibles y granos para la alimentación animal), bajo el control de los mismos actores corporativos, y la utilización de los propios mercados financieros como fuente de beneficios a partir de la especulación con los precios de los productos alimentarios. Este proceso de adquisición de tierras supone una vuelta de tuerca en el camino del control de los recursos naturales (tierra y agua en este caso) de los países periféricos, clave ante la creciente importancia de la biomasa como fuente para la elaboración de todo tipo de mercancías.

Los recursos naturales y humanos que América Latina posee podrían sustentar su desarrollo endógeno de largo plazo. Con sólo el 8 % de la población mundial la región posee el 23 % de sus tierras cultivables, otro tanto aún es selva tropical (cuenta con el 46 % de las selvas tropicales del mundo), 13 % de tierras para pasturas y el 31 % del agua de superficie disponible. Asimismo, se dispone de ricas reservas de fuentes renovables y no renovables de energía (3 % combustibles fósiles y 19,5 % de producción hidroeléctrica). América Latina es la región que concentra la más rica de las biodiversidades del planeta. De los doce países poseedores de la mayor mega-biodiversidad en el mundo, cinco se encuentran en Meso y Sud América: Méjico, Colombia, Ecuador, Perú y el Brasil. Sin embargo, estas riquezas y básicamente la forma en que podrían ser aprovechadas para y por los propios sudamericanos hasta ahora no se han plasmado en una mejora sustancial de la calidad de vida y del ambiente donde cada uno de ellos viven, sino que los modelos de desarrollo, claramente no han incluido a la mayoría de la población.

## **METODOLOGÍA**

La presente investigación es de carácter exploratorio, descriptivo, correlacional analítica, explicativa y descriptiva.

## **RESULTADOS**

El proceso de evolución que ha tenido el sistema agroalimentario en el mundo, está ligada a los imperativos del crecimiento y la acumulación dentro del sistema económico vigente, aunque el funcionamiento de este complejo posea algunas particularidades que lo definen de manera específica y lo diferencian de otros sistemas de provisión. Entre ellas, cabe destacar el peso que en estos procesos poseen los factores orgánicos o biológicos, especialmente en los dos extremos de la cadena, la producción y el consumo de alimentos. En este escenario, siendo la alimentación un fenómeno biocultural indispensable para los seres humanos, termina siendo tratado, como una

mercancía más, desde la visión de lo económico.

Por lo expuesto y considerando el gran poderío económico de las corporaciones (transnacionales), auspiciadas por las políticas y apoyo financiero de los gobiernos donde operan, es evidente que se requiere de un cambio de modelo, orientado a combatir la pobreza en los países del Sur, mediante una producción sustentable en el ámbito agropecuario, que a la vez que garantice la soberanía alimentaria de su población genere excedentes para exportar a los países desarrollados, proceso en el que debe existir el financiamiento de las corporaciones foráneas, con el compromiso de respetar las normas ambientales y sociales de los países donde producen las materias primas. Un mal ejemplo en lo económico, social y ambiental es lo que ocurre en Etiopía, donde con capitales de inversores de Arabia Saudita, han comprado grandes extensiones de tierras para producción agrícola, y se evidencia incumplimiento de leyes ambientales, generando contaminación ambiental, y crisis social en las poblaciones locales, al no pagarle salarios dignos que les permita vivir con dignidad. Se puede asegurar que esto ocurre con la complicidad del gobierno de Etiopía, al no escuchar las peticiones de la población afectada, y por el contrario reprimir sus reclamos. En lo ambiental al no tener controles de un ente estatal, El resultado del proceso es un importante desplazamiento de la población del medio rural, un empobrecimiento progresivo del mismo, intensificación de los movimientos migratorios hacia las grandes áreas metropolitanas o al exterior, y extensión de la pobreza, la desnutrición y el hambre en territorios y países paradójicamente especializados en la producción agroalimentaria.

Es evidente que la cadena agroalimentaria hacia atrás y hacia delante, está controlada por corporaciones transnacionales cuyas operaciones van desde la producción de semillas y el suministro de paquetes tecnológicos completos, con frecuencia a través de contratos a lo largo plazo por la compra o alquiler de tierras, sin cláusulas que los obliguen a cumplir en temas ambientales y sociales.

### **5.- Conclusiones.**

Los alimentos vuelven a estar en la palestra de la lucha mundial por la hegemonía capitalista. Sin embargo, ya no serán utilizados para fracturar la soberanía alimentaria de los contendientes.

Hoy, los alimentos constituyen un arma en la lucha por el control energético mundial. Quien produzca más etanol podrá depender menos del petróleo y de sus altas cotizaciones, así como del poder recuperado por los países de la OPEP.

Este nuevo uso de los cultivos básicos abre un abanico de posibilidades.

Como en todas las etapas de transición, en ésta se están configurando los nuevos mecanismos de dominio, pero también germinan nuevas formas de resistencia de los campesinos por su inserción en el sistema.

No existe un determinismo económico que implique una vía o camino de desarrollo que emane de esta transición. Finalmente, el escenario que se imponga dependerá de la correlación de fuerzas de las clases contendientes, pero queda muy claro que lo que se está jugando, es la posibilidad de integración de los productores rurales o el fortalecimiento del camino de exclusión que han enfrentado hasta ahora.

La evolución y el funcionamiento del sistema agroalimentario globalizado han dado lugar a una crisis alimentaria, que tiene un carácter estructural y está relacionada con el deterioro social, económico y ambiental, con mayor incidencia en los países menos desarrollados.

Los grandes negocios agroalimentarios están controlados por las grandes corporaciones, patrocina

nados y auspiciados por los gobiernos de países desarrollados, que para garantizar el abastecimiento de alimentos a su población y a la vez evitar contaminar el medio ambiente en sus naciones, durante el proceso productivo, optan por comprar o arrendar enormes superficies de tierras en países pobres, donde producen alimentos agropecuarios, que luego llevan a sus países. El denominar común en casi todos los casos es la inobservancia a las normativas ambientales, y el irrespeto a los derechos humanos de los pobladores locales, quienes se convierten en trabajadores de sus empresas. Como secuela de lo descrito se generan mayores desigualdades socioeconómicas, y a la vez el cambio climático gana terreno, incrementándose el calentamiento global.

Dada la complejidad del problema a nivel planetario, y considerando que las exhortaciones a quienes representan las poderosas transnacionales (corporaciones), se quedarán en meras peticiones, consideramos algunas acciones que deberán implementarse en los países pobres (Sur), tales como:

- Cambio de políticas y actitudes en los gobernantes tercermundistas, y que destinen mayores recursos y esfuerzos a la producción agroalimentaria, orientada a erradicar la pobreza en las zonas rurales, mediante procesos de educación sostenibles, y dotación de servicios de calidad en todas las áreas del desarrollo humano.
- Impulsar y consolidar alianzas estratégicas, para alcanzar un lugar productivo en el nuevo orden mundial que se gesta. Así lo vienen entendiendo multitud de grupos, asociaciones y movimientos sociales, empeñados en construir o reconstruir modos de alimentarnos y de vivir que vayan a nuestro favor, que supongan una reconciliación con nosotros mismos y con la naturaleza, recomponiendo las conexiones que, rotas por la avaricia y el poder, son esenciales para el mantenimiento y el enriquecimiento de la vida.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, F. y Naredo, J.M. (eds) (2009) Economía, poder y megaproyectos. Ed. Fundación César Manrique. Lanzarote.
- Areskurrinaga, E. (2008) "La liberalización agrícola y el aumento de la inseguridad alimentaria" en Cuadernos bakeaz N° 86
- Harvey, R. (1989) Las condiciones de la posmodernidad. E. Amorrortu
- Heffernan, W. (1999) Consolidation in the food and agriculture system, Report to the National Farmers Union.
- Chesnais, F. (2003) "La teoría del régimen de acumulación financiarizado: contenido, alcance e interrogantes" Revista de Economía Crítica. N°1
- Diouf, J. (2009) Declaraciones en el Centro de Prensa de la FAO. 19 de julio (2010) Director general de la FAO. El país. 14/09.
- Delgado, M. (1998) "La globalización ¿Nuevo orden o crisis del viejo?" Desde el Sur.
- Aguilera y Naredo (eds). (2009) Transformaciones del poder económico en Andalucía. Reacomodo de las viejas oligarquías y los nuevos poderes transnacionales, en ETC group.
- Friedmann, H.; McMichael, Ph. (1989) "Agriculture and the state system" Sociologie Ruralis. Vol.19. N° 2
- Marsden, T. ; Whatmore, S. (1994) "Finance Capital and Food System Restructuring: National Incorporation of Global Dynamic".
- McMichael, Montagut, X. y Dogliotti, F. (2008) Alimentos globalizados. 2ªed. Ed. Icaria. Barcelona.
- Montagut, X. y Vivas, E. (coords) (2007) Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución, impactos y alternativas. Ed. Icaria. Barcelona.
- McMichael, Ph. (ed.) (1994) The Global Restrcturing of Agro-Food Systems. Cornell University Press.
- Naredo, J.M. (1999) "Síntesis de la intervención de la especie humana sobre la tierra"
- Pengue, W. (2002) "Comercio desigual y deuda ecológica. Lo que el Norte debe al Sur" Le Monde Diplomatique. Ed. Cono Sur.

Pensa y Roitman. (2007). "El papel del estado, la acumulación por desposesión en el sector campesino de Córdoba." Ponencia presentada al XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. ALAS.

Pfaumann Peter. (2006). "Biocombustibles. ¿La fórmula mágica para las economías rurales de ALC? BID. Departamento de Desarrollo Sostenible. Unidad de Desarrollo Rural SD S /SU R

Rubio, Blanca. (2003) Explotados y excluidos: los campesinos latinoamericanos en la fase agroexportadora neoliberal. Editorial Plaza y Valdés. Segunda Edición. México.

Rubio, Blanca (2006). "Exclusión rural y resistencia social en América Latina". Revista ALASRU, Nueva Época. Número 4. México.

## EFFECTO DE LA HARINA DE RESIDUOS DE CAMARÓN EN POLLOS DE ENGORDE

Ramón Raúl Macías Chila  
raramach@hotmail.com

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

La harina de residuos de camarón (HRC) ha demostrado ser una alternativa proteínica económica y eficiente en países con una industria grande de camarón. El objetivo de esta investigación fue conocer la composición nutricional y el efecto de la HRC local sobre el desempeño, las características de la carcasa y el rendimiento económico de pollos de engorde. La composición nutricional de la HRC se determinó mediante el análisis proximal. La energía metabolizable se determinó con un bioensayo con gallos de 8 meses y pollos de 30 días de edad. Se elaboraron tres dietas en harina: una inicial (1-14 días), una crecimiento (15-28 días) y una finalización (29-42 días). El desempeño se evaluó en cuatro tratamientos (0, 5, 12.5 y 20% de HRC como reemplazo de la PC de la harina de soya) de 8 repeticiones de 40 pollos Cobb 500® machos de un día de edad cada una. El diseño aplicado fue en bloques completos al azar. Las características de la carcasa se evaluaron en un pollo por cada repetición al día 42. La HRC local contiene 46.6% de proteína cruda y 1790 kcal EMVn/kgMS en pollos de 30 días de edad. La ganancia de peso promedio y la conversión alimenticia mejoraron significativamente con la inclusión de HRC durante toda la crianza. Las características de la carcasa no fueron afectadas significativamente por la inclusión de HRC. El beneficio/costo mejoro con el aumento del nivel de inclusión de HRC hasta 12.5%. En base a los resultados obtenidos, la HRC local puede reemplazar hasta en un 12.5% a la proteína cruda de la harina de soya sin afectar el desempeño ni el rendimiento económico.

**Palabras Claves:** harina camarón, composición, energía, desempeño, carcasa.

### ABSTRACT

Shrimp waste meal (SWM) has demonstrated to be an economic and efficient protein alternative in countries with a large shrimp industry. The aim of this thesis was to determine the nutritional composition and effects of SWM on performance, carcass traits and economic benefit in broiler chickens. SWM nutritional composition was determined by proximal analysis. SWM metabolizable energy was measured in a bioassay with both 8-month-old roosters and 30-day-old broiler chickens. Three mash diets were made: starter (1-14 days), grower (15-28 days) and finisher (29-42 days). Performance was evaluated through four treatments (0, 5, 12.5 and 20% SWM replacing crude protein from soybean meal) with eight replicates of 40 1-day-old Cobb 500® male chicks each. A randomized complete block design was applied. Carcass traits were evaluated in one chicken per replicate. SWM had 46.6% crude protein and 1790 kcalTME<sub>n</sub>/kgDM in 30-day-old broiler chickens. Average weight gain and feed conversion ratio were significantly better when SWM level was increased during all over the rearing period. Carcass traits were not significantly affected by SWM. The economic benefit was improved by SWM increasing inclusion level up to 12.5%. Based on the obtained results, local SWM can replace up to 12.5% soybean-origin crude protein of the diet without effects neither on performance nor on economic benefit.

**Keywords:** shrimp meal, composition, energy, performance, carcass.

### INTRODUCCIÓN

La creciente demanda de materias primas para la elaboración de balanceados para pollos de engorde ha provocado que las producciones locales no alcancen a cubrir la demanda actual. El maíz y la harina de soya son los principales ingredientes de estos balanceados. Por esta razón, los productores están obligados a importar estas materias primas a precios más altos. Las bú-

queda de alternativas a bajo costo y que no compitan con la alimentación humana son una de las estrategias para combatir esta situación (Carranco et al., 2006).

Una de estas alternativas aplicables a la producción avícola de Ecuador podría ser el empleo de Harina de Residuos de camarón (HRC). Los desechos de la industria camaronera son un problema de contaminación ambiental y su uso en alimentación animal podría representar una solución ambiental y una oportunidad de materias primas alternativas para la elaboración de balanceados para pollos de engorde. La HRC posee un alto contenido de proteínas, lípidos y pigmentos (astaxantinas) (Casas & Ponce, 1999). Su uso en alimentación de pollos de engorde ha sido reportado en otros países productores de camarón. Las respuestas han sido variadas debido a que la composición de los residuos y la calidad del proceso de estos residuos son diferentes de un país a otro (Mahata, Dharma, Ryanto, & Y., 2008; Oduguwa, Fanimu, Olayemi, & Oteri, 2004; Rosenfeld et al., 1997; Septinova, Kurtini, & Tantalo, 2010).

En Ecuador, la industria camaronera produjo 11619 toneladas de camarón en Diciembre de 2012 (CNA, 2013). De estas, el 40% fueron desperdicios que incluyen residuos, cascara y cabezas de camarón (Chávez, López, & Cornejo, 2010). Por las razones expuestas, el objetivo de este experimento fue utilizar de manera segura y técnica la HRC para evaluarla como una posible fuente alternativa de proteína animal en las dietas de pollos de engorde.

**TABLA 1** Composición porcentual (%) de las dietas empleadas en el experimento con harina de residuos de camarón.

Ingrediente	Inicial (1-14 días)				Crecimiento (15-28 días)				Finalización (29-42 días)			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Maíz	49,8	51,7	51,3	48,4	52,2	54,1	53,6	50,8	56,0	57,8	56,5	53,7
Torta de Soya	39,3	34,3	28,0	22,9	35,5	30,5	24,5	19,4	31,8	26,8	21,2	16,1
Harina Residuos de Camarón	0,0	5,0	12,5	20,0	0,0	5,0	12,5	20,0	0,0	5,0	12,5	20,0
Aceite Palma	5,9	5,3	5,6	6,7	7,1	6,5	6,8	7,8	7,2	6,7	7,2	8,2
Caliza	1,6	0,6	0,0	0,0	1,6	0,7	0,0	0,0	1,4	0,4	0,0	0,0
Fosfato	1,8	1,5	1,0	0,6	2,0	1,6	1,1	0,6	1,6	1,3	0,7	0,2
Vitaminas y minerales	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Sal	0,4	0,3	0,3	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2
DL Metionina	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3
Sulfato de lisina	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2
L-Treonina	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Antifúngico	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Cloruro de colina	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Anticoccidial	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Promotor de crecimiento	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Antioxidante	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Dynamutilin	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Diclortet	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,4	0,4	0,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Autor

## METODOLOGÍA

### Instalaciones, materiales y equipos

La investigación se realizó en el galpón experimental de la empresa Integración Avícola Oro Cía. Ltda. El galpón se encuentra ubicado en la parroquia Yaruquí a media hora de Quito en auto y

tiene capacidad para 1280 pollos de engorde en 32 jaulas de malla metálica de 4.12 m<sup>2</sup> en piso de concreto con cascarilla de arroz como cama. Los programas de manejo, sanidad y bioseguridad estuvieron estandarizados con las normas convencionales de la empresa y de la industria avícola de la sierra de Ecuador. La temperatura promedio fue de 15.7°C (INHAMI, 2013). El experimento se llevó a cabo durante Septiembre y Octubre de 2012.

### Energía metabolizable y composición nutricional de la HRC

Para la determinación de la energía metabolizable de la HRC se emplearon 80 pollos de 30 días de edad y 160 gallos Cobb 500®. Los pollos y gallos se distribuyeron en 10 pollos o gallos por cada repetición. El ensayo de energía se llevó a cabo en las instalaciones de CETLAP (Centro de Transferencia Tecnológica y Laboratorios Agropecuarios) ubicado en Riobamba a 3.5 horas de Quito en auto.

Luego de ingresar los pollos y gallos a las jaulas metabólicas, se los alimento forzosamente con HRC durante 5 días como adaptación y luego se realizó el ensayo por colecta total de excretas e ingesta durante 3 días. La colección de heces se realizó dos veces diarias, una en la mañana y otra en la tarde. Las heces colectadas fueron almacenadas a -20°C en bolsas plásticas herméticas y rotuladas. El contenido de nutrientes de las muestras de heces y de HRC fueron determinado con el método proximal o de Weende de acuerdo al método descrito por Sibbald (Sibbald, 1976).

**TABLA 2** Aporte nutricional calculado (%) de las dietas empleadas en el experimento con harina de residuos de camarón

Ítem	Inicial (1-14 días)				Crecimiento (15-28 días)				Finalización (29-42 días)			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Energía metabolizable (kcal/kg)	3005	3005	3007	3004	3100	3099	3102	3099	3180	3180	3183	3183
Proteína cruda	22,7	23,0	23,7	24,6	21,1	21,4	22,2	23,2	19,7	20,0	20,9	21,8
Lisina digestible	1.27	1.27	1.27	1.27	1.17	1.17	1.17	1.18	1.09	1.09	1.09	1.09
Metionina digestible	0.60	0.62	0.64	0.66	0.56	0.57	0.59	0.61	0.51	0.53	0.55	0.57
Metionina+cisteína digestible	0.91	0.91	0.91	0.91	0.85	0.85	0.85	0.85	0.79	0.79	0.79	0.79
Fibra cruda	3,5	3,3	3,0	2,7	3,4	3,2	2,9	2,6	3,4	3,2	2,9	2,6
Extracto Etéreo					9,8	9,7	10,4	11,9	10,0	10,0	10,9	12,3
Calcio	1.00	1.03	1.38	1.98	0.99	1.00	1.28	1.82	0.85	0.84	1.22	1.75
Fósforo digestible	0.50	0.50	0.50	0.51	0.50	0.50	0.49	0.50	0.42	0.43	0.41	0.41
Sodio	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.17	0.17	0.17	0.17
Balance Electrolítico (mEq/kg)	210	188	156	131	194	172	143	116	179	157	129	103

Fuente: Autor

La energía bruta de las muestras de heces y HRC fue determinada mediante combustión completa en bomba calorimétrica adiabática en CETLAP. Con los datos de la composición nutricional y de energía bruta de las heces y de la HRC se calcularon el contenido de energía metabolizable verdadera y corregida por nitrógeno tanto para pollos como para gallos (Sibbald, 1976). El contenido de aminoácidos de la HRC se determinó mediante NIRS en AMINOLab® (DSM Nutritional Products). Las ecuaciones empleadas para la determinación de la Energía Metabolizable Verdadera (EMV) y corregida por nitrógeno (EMVn) se describen a continuación:

#### -Energía Metabolizable Verdadera (EMV) (kcal/kgMS)

$$EMV = EB \text{ ing} - (EB \text{ exc} - EB \text{ end}) / MS \text{ ing}$$

Donde:

EB ing = Energía Bruta ingerida

EB exc = Energía Bruta excretado

EB end = Energía Bruta endógena

MS ing = Materia Seca ingerida

**-Energía Metabolizable Verdadera corregida por nitrógeno (EMVn) (kcal/kgMS)**

$EMVn = EB_{ing} - (EB_{exc} - EB_{end}) + BNV * 8,22 / MS_{ing}$

**Donde:**

EB ing = Energía Bruta ingerida

EB exc = Energía Bruta excretado

EB end = Energía Bruta endógena

MS ing = Materia Seca ingerida

BNV = Valor del Balance de Nitrógeno

### Diseño experimental y tratamientos

Se evaluaron tres niveles de HRC (5, 12.5 y 20%) frente a un control sin HRC. Se emplearon 1280 pollos Cobb 500® de un día de edad distribuidos en 4 tratamientos de 8 repeticiones con 40 pollos cada una. El diseño del experimento fue en bloques completos al azar. Los datos fueron analizados con un análisis de varianza de dos vías y comparaciones múltiples de Tukey con un nivel alfa de 0.05. El análisis estadístico se realizó con el programa estadístico SAS® 9.4 (SAS Institute).

**TABLA 3** Composición nutricional proximal (%) tal como ofrecido (T.C.O.) de la HRC usada en el experimento.

Nutriente	Valor (%)
Humedad	7.83
Materia seca	92.17
Proteína cruda	47.17
Fibra cruda	ND
Grasa cruda	8.12
Ceniza	21.56
Materia orgánica	70.61
Calcio	8.35
Fosforo	2
Sodio	0.40
Potasio	0.25
Cloro	0.85

**Fuente:** Autor

### Dietas experimentales

La formulación de las dietas se realizó con el programa de formulación de raciones Brill Formulation® (Feed Management Systems Inc.). Los requerimientos nutricionales empleados para la formulación fueron los publicados por Rostagno et al. para pollos de engorde machos de desempeño medio (Rostagno et al., 2011). Se utilizaron tres fases de alimentación: inicial (1-14 días), crecimiento (15-28 días) y finalización (29-42 días). La alimentación fue de acuerdo a las tablas para esta zona de crianza e incluyó una restricción de alimento para evitar el desarrollo de ascitis. Además, los pollitos recibieron Fosfomicina cálcica en el agua de bebida durante los primeros tres días de vida. Las dietas estuvieron compuestas principalmente de maíz, harina de soya y HRC. La composición porcentual y el aporte nutricional de las dietas usadas en el experimento se detallan en las Tablas 1 y 2.

### Desempeño zootécnico

La colección de datos de desempeño se realizó en la totalidad de los pollos incluidos en el experimento. Los pesajes fueron individuales. Los datos registrados fueron peso vivo, consumo de alimento y número de pollos muertos en cada repetición. El peso vivo se midió en los días 1, 14,



28 y 42. Los pollos muertos y el residuo de alimento se pesaron antes de sacarlos de cada jaula. Con los datos registrados en galpón se calcularon la ganancia de peso promedio, consumo de alimento promedio y la conversión alimenticia ajustados a la mortalidad de cada etapa.

### Características de la carcasa

Para evaluar las características de la carcasa, un pollo por cada repetición fue seleccionado al azar. Antes del sacrificio, los pollos fueron ayunados por 12 horas y pesados. Luego del faenado, las vísceras fueron extraídas para pesar la canal y calcular el rendimiento de la carcasa.

La grasa abdominal de cada canal fue removida y pesada de acuerdo al procedimiento descrito por De Albuquerque et al. (De Albuquerque et al., 2006). La grasa alrededor de la molleja, intestinos y Bursa de Fabricio fue incluida como grasa abdominal. La carcasa fue seccionada para separar y pesar las piernas, muslos y pechuga. El corazón, hígado y molleja también fueron evaluados. Los datos de cada parte de la carcasa se reportaron como porcentaje del peso de la canal.

### Rendimiento económico

La retribución económica se determinó en base a los costos de las dietas alimenticias, que fue ajustada a la mortalidad y al consumo de cada repetición. También se incluyeron otros costos de producción como costo pollos bb, vacunaciones, medicaciones, servicios y otros. Los ingresos por venta de los pollos y de pollinaza de cada uno de los tratamientos fueron sumados como ingresos totales. El beneficio costo fue calculado de la siguiente manera:  $BC = I / E$

#### Donde:

BC = Beneficio Costo

I = Ingresos

E = Egresos

**TABLA 4** Resultado del análisis de aminoácidos / contenido total luego de la hidrolisis de la proteína cruda y basado en una materia seca de 91.75% y 49.74% de proteína cruda

Aminoácido	Contenido (%MS)
Metionina	0.97
Cistina	0.41
Metionina+Cistina	1.38
Lisina	2.61
Treonina	1.73
Arginina	2.88
Isoleucina	1.74
Leucina	2.92
Valina	2.18
Histidina	0.97
Fenilalanina	2.14
Glicina	2.71
Serina	1.81
Prolina	2.05
Alanina	2.62
Acido aspártico	4.20
Ácido glutámico	5.73
Total sin amoniaco	37.67
Amoniaco	1.11
Total	38.78

Fuente: Autor

## Resultados

### Composición nutricional de la HRC

La composición nutricional proximal de la HRC se muestra en la Tabla 3. La composición de aminoácidos de la HRC se detalla en la Tabla 4. La composición de la HRC utilizada en este experimento es muy similar a la reportada en otros experimentos realizados en Ecuador (Cedeño, 2013; Chávez et al., 2010) y en otros países (Aktar, Rashid, Azam, Howlader, & Hoque, 2011; Ingewe, Okon, Ubu, & Essien, 2008; Khempaka, Chitsatchapong, & Molee, 2011; Khempaka, Koh, & Karasawa, 2006; Rosenfeld et al., 1997). Las variaciones en la composición nutricional de la HRC dependen de la cantidad de cascara, especie y tamaño del camarón, y métodos de procesamiento y almacenamiento de la HRC (Khempaka et al., 2011). La concentración de proteínas en la HRC dependen del tamaño del camarón y de la cantidad de músculo que se queda pegada a la cabeza del camarón al momento de desprender las colas (Chávez et al., 2010).

Los niveles de calcio y cenizas fueron superiores a los reportados por De Albuquerque et al. (De Albuquerque et al., 2006). El nivel de cenizas y calcio en la HRC dependen de la composición de los residuos de camarón empleados para elaborar la HRC (Khempaka et al., 2011). La HRC utilizada en este experimento estuvo constituida principalmente por cabezas y cascara de camarón.

### Energía Metabolizable de la HRC

La energía metabolizable verdadera corregida por nitrógeno de la HRC en pollos de 30 días de edad utilizada en este experimento fue de 1790 kcalEMV/kgMS. Se han reportado valores desde 1350 hasta 2397 kcalEMV/kgMS en diferentes estudios en otros países (Aktar et al., 2011; Ingewe et al., 2008; Khempaka et al., 2011; Khempaka et al., 2006; Rosenfeld et al., 1997). La cantidad de energía metabolizable de la HRC depende del nivel de quitina de la HRC, el cual depende del nivel de cascara en los residuos de camarón (De Albuquerque et al., 2006), edad y sexo del pollo, y la cantidad de cenizas y calcio en la HRC (Khempaka et al., 2011). Los niveles de energía metabolizable de la HRC en pollos y gallos se detalla en la Tabla 5.

Además, en este experimento se encontró que la digestibilidad de la HRC en pepsina pancreática al 0.2 Normal fue de 78.6% de acuerdo al método AOAC 971.09. Este valor de digestibilidad in vitro refleja la potencial digestibilidad de la HRC en el tracto gastrointestinal pero no refleja la verdadera digestibilidad in vivo. La cantidad de quitina y su fracción indigestible presente en la HRC determinan la verdadera digestibilidad de la HRC in vivo en pollos de engorde (Khempaka et al., 2011).

**TABLA 5** Energía metabolizable verdadera (EMV) y corregida por nitrógeno (EMVn) (kcal/kgMS) de la harina de residuos de camarón

Estadístico	Gallos (8 meses de edad)		Pollos (30 días de edad)	
	EMV	EMVn	EMV	EMVn
Repeticiones	16	16	8	8
Numero de aves	10	10	10	10
Total de aves	160	160	80	80
Media	1993	1854	1896	1790
Int. Conf. (95%)*	(1909, 2081)	(1766, 1939)	(1872, 1920)	(1766, 1814)

\*Calculado en base a un remuestreo aleatorio y a una distribución normal de las medias de cada muestreo. La diferencia de la media de esta distribución es igual a la media original calculada con los datos obtenidos en campo (Bootstrapping SAS procedure).

### Desempeño productivo

La Tabla 6 y 7 resumen los resultados de desempeño de pollos de engorde alimentados con tres niveles de HRC. La ganancia de peso promedio y la conversión alimenticia fueron significativa-

mente mejores cuando se incrementó el nivel de HRC durante todo el periodo de crianza. El consumo de alimento fue menor cuando se incluyó 20% de HRC en la dieta en las dos primeras semanas de vida. La mortalidad fue mayor en el tratamiento con 20% de HRC en las dos últimas semanas de vida.

En algunos estudios se han reportado efectos negativos (Oduguwa et al., 2004) o neutros (Rosenfeld et al., 1997), es decir no modificaron el desempeño. Otros coinciden con los efectos positivos encontrados en este estudio (De Albuquerque et al., 2006).

La mejor ganancia de peso y conversión alimenticia obtenida en este experimento probablemente se deba a que la calidad biológica de la proteína de la HRC es mejor que la de la harina de soya (Rosenfeld et al., 1997). Además, podría atribuirse a un efecto modulador de la flora microbiana intestinal por parte de los derivados de la quitina, al efecto del calcio sobre el pH intestinal y el consecuente incremento en la absorción de nutrientes a través de la mayor formación de quelatos y sales (Khempaka et al., 2011).

**TABLA 1** Ganancia de peso promedio por pollo (GPP) (g), consumo de alimento promedio por pollo (CAP) (g), conversión alimenticia (CA) (g/g) y mortalidad (%) obtenidos con diferentes niveles de harina de residuos de camarón (HRC).

Tratamiento	Control (T1)	HRC 5% (T2)	HRC 12.5% (T3)	HRC 20% (T4)	p-value
Repeticiones	8	8	8	8	
N° pollos	40	40	40	40	-
Peso inicial (g)	47.38±0.59	47.35±0.55	47.25±0.52	47.20±0.53	-
Peso final (g)	2353±44 <sup>b</sup>	2405±28 <sup>a</sup>	2436±50 <sup>a</sup>	2449±61 <sup>a</sup>	<0.01
0-14 días					
GPP	367±9 <sup>c</sup>	381±5 <sup>b</sup>	393±5 <sup>a</sup>	376±9 <sup>b</sup>	<0.01
CAP	488±11 <sup>b</sup>	495±3 <sup>b</sup>	498±4 <sup>b</sup>	470±11 <sup>a</sup>	<0.01
CA	1.33±0.04 <sup>b</sup>	1.30±0.02 <sup>b</sup>	1.27±0.02 <sup>a</sup>	1.25±0.02 <sup>a</sup>	<0.01
Mortalidad	1.9±1.7	1.9±1.7	1.9±1.7	3.8±2.2	0.13
15-28 días					
GPP	869±16 <sup>c</sup>	881±17 <sup>c</sup>	904±24 <sup>b</sup>	928±20 <sup>a</sup>	<0.01
CAP	1317±4	1317±4	1315±4	1315±5	0.60
CA	1.52±0.03 <sup>c</sup>	1.49±0.03 <sup>c</sup>	1.46±0.04 <sup>b</sup>	1.42±0.03 <sup>a</sup>	<0.01
Mortalidad	3.2±3.8	2.9±3.5	4.5±5.0	3.3±3.8	0.70
29-42 días					
GPP	1069±45	1096±24	1092±31	1099±43	0.45
CAP	1960±27	1961±13	1967±14	1947±13	0.23
CA	1.84±0.06	1.79±0.03	1.80±0.05	1.78±0.08	0.24
Mortalidad	3.6±2.2 <sup>a</sup>	3.0±2.1 <sup>a</sup>	3.7±2.3 <sup>a</sup>	8.4±3.2 <sup>b</sup>	<0.01
0-42 días					
GPP	2305±44 <sup>b</sup>	2358±28 <sup>a</sup>	2389±50 <sup>a</sup>	2402±61 <sup>a</sup>	<0.01
CAP	3766±29 <sup>b</sup>	3773±17 <sup>b</sup>	3780±16 <sup>b</sup>	3732±13 <sup>a</sup>	<0.01
CA	1.64±0.03 <sup>c</sup>	1.60±0.02 <sup>b</sup>	1.58±0.04 <sup>ab</sup>	1.55±0.04 <sup>a</sup>	<0.01
Mortalidad	8.4±3.0 <sup>a</sup>	7.5±2.9 <sup>a</sup>	9.7±3.2 <sup>a</sup>	14.7±3.9 <sup>b</sup>	<0.01

\* Media ± margen de error calculado en base al intervalo de confianza al 95% de cada grupo (valor crítico de t por el error estándar de la media de cada grupo). Medias con diferente letra en el superíndice dentro de la misma fila son estadísticamente diferentes (P<0,05) de acuerdo a ANOVA de dos vías ajustado por la repetición y la prueba de comparación de medias de Tukey al 5%. La mortalidad fue calculada en base a una proporción para cada tratamiento en lugar de cada repetición y fue analizada por medio de comparaciones pareadas entre proporciones. Los intervalos de confianza fueron calculados y corregidos en base a la regla de más cuatro (Análisis estadístico de dos proporciones binomiales).

La respuesta lineal positiva en la ganancia promedio de peso obtenida en esta investigación coincide con la reportada por De Albuquerque et al. (2006). La respuesta lineal positiva obtenida en conversión alimenticia difiere de los reportes anteriores (Rosenfeld et al., 1997; De Albuquerque et al. 2006). La diferencia en la respuesta en desempeño productivo se atribuye a la diferencia en la calidad biológica de la proteína vegetal de la harina de soya y la proteína animal de la HRC (Rosenfeld et al. 1997).

Khempaka et al. (2011) sugieren que la HRC produce un desempeño productivo aceptable o igual al control con harina de pescado debido al efecto modulador de la HRC sobre la flora microbiana intestinal, al favorecer el crecimiento de las bacterias benéficas y disminuir el crecimiento de bacterias patógenas a través del efecto bactericida de los productos de la desintegración de la quitina y al efecto del calcio sobre el pH del contenido intestinal y el incremento de la absorción de nutrientes a través de la formación de quelatos y sales.

### Características de la carcasa

Las características de la carcasa obtenidos con diferentes niveles de HRC se resumen en la Tabla 8. El peso relativo del hígado fue numéricamente menor en el tratamiento con 12.5% de HRC. Las otras características evaluadas en las carcasas no fueron afectadas por la inclusión de HRC. Sin embargo, se observaron niveles numéricos ascendentes del peso relativo de la pechuga y del peso de la carcasa a medida que los niveles de inclusión de la HCR se incrementaron. Esta tendencia numérica fue decreciente para los pesos relativos de las piernas y los muslos. La falta de efecto de la HRC sobre las características de la carcasa ya ha sido reportada en otros estudios (De Albuquerque et al., 2006; Rosenfeld et al., 1997).

**TABLA 7** Modelos de regresión lineal ( $Y = \beta_0 + \beta_1 * X$ ) y cuadrática ( $Y = \beta_0 + \beta_1 * X + \beta_2 * X^2$ ) de las variables significativas obtenidas con diferentes niveles de harina de residuos de camarón (HRC).

Variables	Modelo	R2	Intercepto lineal ( $\beta_0$ )	Pendiente lineal ( $\beta_1$ )	Pendiente cuadrática ( $\beta_2$ )
0-14 días					
GPP	cuadrático	0.56	366	5	-0.2
CAP	cuadrático	0.59	487	3	-0.2
CA	lineal	0.50	1.33	-0.004	NA
15-28 días					
GPP	lineal	0.52	868	3	NA
CA	lineal	0.50	1.52	-0.005	NA
0-42 días					
GPP	lineal	0.29	2320	5	NA
CAP	cuadrático	0.39	3763	5	-0.3
CA	lineal	0.38	1.63	-0.004	NA

R<sup>2</sup> = Coeficiente de determinación. NA = No aplicable. GPP = Ganancia de peso promedio por pollo (g). CAP = Consumo de Alimento Promedio por pollo (g). CA = Conversión Alimenticia (g/g).

Sin embargo, se cree que la mejor respuesta numérica en pechuga obtenida con niveles altos de HRC se debe a la mejor calidad biológica de las proteínas de la HRC, el balance y disponibilidad de los aminoácidos y al aporte energético del alto contenido de extracto etéreo de la HRC. Estos factores mejorarían la deposición de musculo en la pechuga (De Albuquerque et al., 2006; Khempaka et al., 2011).

**TABLA 8** Características de la carcasa (%) de pollos de engorde alimentados con diferentes niveles de HRC

Tratamiento	Control (T1)	HRC 5% (T2)	HRC 12.5% (T3)	HRC 20% (T4)	p-value
Peso vivo final (g)	2353±44 <sup>b</sup>	2405±28 <sup>a</sup>	2436±50 <sup>a</sup>	2449±53 <sup>a</sup>	<0.01
Peso canal (g)	1713±128	1725±89	1807±103	1729±58	0.34
Rendimiento canal	72.8±5.5	71.7±4.1	74.2±4.1	70.6±2.1	0.48
Pechuga	34.8±1.3	35.8±3.0	36.4±0.8	35.9±1.4	0.58
Piernas	13.3±0.5	13.4±0.9	13.0±0.5	12.7±0.5	0.15
Muslos	26.1±0.8	27.1±2.1	25.8±0.8	26.1±1.7	0.58
Grasa abdominal	2.9±0.7	3.0±0.6	2.7±0.6	2.8±0.9	0.94
Hígado	3.0±0.2	3.0±0.2	2.7±0.2	2.9±0.2	0.10
Molleja	2.1±0.3	2.1±0.2	1.8±0.2	2.0±0.2	0.22
Corazón	0.85±0.05	0.81±0.09	0.82±0.07	0.87±0.10	0.50

\*Media ± margen de error, calculado en base al intervalo de confianza al 95% de cada grupo (valor crítico de t por el error estándar de la media de cada grupo). Medias con diferente letra en el superíndice dentro de la misma fila son estadísticamente diferentes (P<0.05) de acuerdo a ANOVA de dos vías ajustado a la repetición y la prueba de comparación de medias de Tukey al 5%.

### Rendimiento económico

Los resultados del análisis económico se muestran en la Tabla 9. El rendimiento económico mostro un respuesta positiva con el aumento de los niveles de HRC. El beneficio costo fue mejor hasta con niveles de inclusión de HRC de 12.5% como reemplazo de la proteína cruda de la harina de soya. Los cálculos de rendimiento económico son muy variables de un sistema de producción a otro y más aun de unos países a otros con diferentes precios y calidades de las materias primas utilizadas para elaborar dietas para pollos de engorde. Por esta razón, los resultados de este análisis económico deben analizarse con precaución y no transpolarlos sin considerar que las condiciones de este experimento sean similares a las del sistema donde se aplicara las dietas con HRC.

**TABLA 9** Beneficio/costo obtenido con los pollos de engorde alimentados con diferentes niveles de HRC

Descriptor	Niveles de HRC (%)			
	0	5	12,5	20
Peso promedio final (kg/ave)	2.353	2.405	2.436	2.449
Numero de aves inicial (n)	320	320	320	320
Numero de aves final (n)	293	296	289	273
Mortalidad (n, %)	27 (8.4)	24 (7.5)	31 (9.7)	47 (14.7)
Consumo alimento promedio (kg/ave)*	3.766	3.773	3.780	3.732
Egresos				
Costo aves inicial (USD)	160	160	160	160
Costo alimentacion (USD)	723	724	726	717
Insumos veterinarios (USD)	50	50	50	50
Servicios basicos (USD)	50	50	50	50
Mano de obra (USD)	50	50	50	50
Total Egresos (USD)	1033	1034	1036	1027
Ingresos				
Precio venta carne pollo (USD/lb)	0.8	0.8	0.8	0.8
Kilogramos de carne de pollo vendidos	689.7	711.9	703.9	668.5
Ingreso por venta de aves (USD)	1214	1253	1239	1177
Pollinaza (USD)	200	200	200	200
Total Ingresos (USD)	1414	1453	1439	1377
Beneficio/costo	1.37	1.40	1.39	1.34

\*Consumo de alimento ajustado a la mortalidad de cada etapa .Fuente: Autor

## Conclusiones

En base a los resultados obtenidos en esta investigación se puede concluir que la HRC de producción local se puede usar de forma segura en la elaboración de alimento balanceado para pollos de engorde. La composición de la HRC es similar a las harinas de tejidos animales y su costo es menor. La HRC demostró mejorar la ganancia de peso y la conversión alimenticia durante todo el periodo de crianza como reemplazo de la proteína cruda de la harina de soya. La HRC no altero las características de la carcasa. Finalmente, la HRC podría usarse hasta en un 12.5% como reemplazo de la harina de soya en dietas de pollos de engorde sin alterar el rendimiento productivo y económico.

## Referencias

- Aktar, M., Rashid, M., Azam, M., Howlader, M., & Hoque, M. (2011). Shrimp waste meal and marine waste meal as substitutes of fish meal in broiler diet [versión electrónica]. *Bang. J. Anim. Sci.*, 40, 18-22. 1-2  
SRC - GoogleScholar.
- Carranco, M., Sangines, L., Morales, E., Carrillo, S., Avila, E., & Fuente, B. (2006). Shrimp head meal in laying hen rations and its effects on fresh and stored egg quality [version electronica]. *Inter-ciencia*. 31(11 SRC - GoogleScholar), 822-827.
- Casas, V., & Ponce, D. (1999). y Estudio del potencial pesquero y acuícola de Baja California Sur. version electronica SEMARNAP 1, 187-206  
SRC - GoogleScholar.
- Cedeño, E. (2013). Evaluación de la inclusión de cuatro niveles de harina de residuos de camarón en dietas para pollos de engorde [version electronica]. Tesis de Grado previo a la obtención del título de Médico Veterinario Zootecnista. Facultad de Ciencias Veterinarias Carrera de Medicina Veterinaria cnica de Manab Portoviejo.
- Chávez, A., López, C., & Cornejo, Z. (2010). Factibilidad tecnica para el Aprovechamiento Integral del Camarón de la Especie *Penaeus vannamei* [versión electrónica]. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Guayaquil, Ecuador. Consultado en Agosto de.
- CNA, C. N. d. A. (2013). Estadísticas de camaron.
- De Albuquerque, F., Boa-Viagem, C., Moreira, W., Junior, D., Marques, M., & Souza, R. (2006). Desempenho e características de carcasa de frangos de corte alimentados com dietas contend farinha de residuos do processamento de camaroes *Litopenaeus vannamei*. versin electronica *Acta Sci Anim Sci*, 28(3 SRC - GoogleScholar), 273-279.
- Ingewe, J., Okon, B., Ubuja, J., & Essien, A. (2008). Performance of broiler chickens fed fish and shrimp wastes [versión electrónica]. *Asian Journal of Animal Sciences*. 2(2 SRC - GoogleScholar), 58-63.
- INHAMI, I. N. d. H. y. M. (2013). Características climatológicas del Ecuador. Consultado en Julio de Accesible en [www.inhamigobec](http://www.inhamigobec).
- Khempaka, S., Chitsatchapong, C., & Molee, W. (2011). Effect of chitin and protein constituents in shrimp head meal on growth performance, nutrient digestibility, intestinal microbial populations, volatile fatty acids, and ammonia production in broilers [versión electrónica]. *J. Appl. Poult. Res.* 20 SRC - GoogleScholar, 1-11.
- Khempaka, S., Koh, K., & Karasawa, Y. (2006). Effect of Shrimp Meal on Growth Perfomance and Digestibility in Growing Broilers [versión electrónica]. *Japan. J. Poult. Sci.* 43 SRC - GoogleScholar, 250-254.
- Mahata, M., Dharma, A., Ryanto, H. Y., & Y. (2008). Effect of Substituting Shrimp Waste Hydrolysate of *Penaeus merguensis* for Fish Meal in Broiler Performance [version electrónica]. *Pakistan Journal of Nutrition*. 7(6 SRC - GoogleScholar), 806-810.
- Oduguwa, O., Fanimu, A., Olayemi, O., & Oteri, N. (2004). The feeding value of sun-dried shrimp waste-meal based diets for starter and finisher broilers [versión electrónica]. *Archivos de Zootecnia*. 53(201 SRC - GoogleScholar), 87-90.

- Rosenfeld, D. J., Gernat, A. G., Marcano, J. D., Murillo, J. G., Lopez, G. H., & Flores, J. A. (1997). The effect of using different levels of shrimp meal in broiler diets. *Poultry science*, 76(4), 581-587.
- Rostagno, H., Teixeira, L., Lopes, J., Gomes, P., Oliveira, R., & Lopes, D. (2011). De . Tablas brasileñas para aves y cerdos.
- Septinova, D., Kurtini, T., & Tantalo, S. (2010). y Evaluation the Usage of Treated Shrimp Waste as Protein Source in Broiler Diet [versión electrónica]. *Animal Production*. 12(1 SRC - GoogleScholar), 1-5.
- Sibbald, I. R. (1976). A bioassay for true metabolizable energy in feedingstuffs. *Poultry science*, 55(1), 303-308.

## LA EDUCACIÓN AMBIENTAL Y LA FORMACIÓN INTEGRAL DE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL TÉCNICO PEDERNALES

Carmelo Yoffre Menéndez Cevallos  
mcarhelyoffre@yahoo.es

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Campus Pedernales

### RESUMEN

El presente trabajo se desarrolló en el Colegio Agropecuario Técnico Pedernales y tuvo como objetivo promover la Educación Ambiental para el fortalecimiento en la formación de valores, conocimientos y conductas saludables con el ambiente en los estudiantes de 8°, 9° y 10° grado de Educación Básica a fin de minimizar el impacto de la contaminación ambiental. La investigación pretende promover la educación ambiental en la formación integral de los estudiantes posibilitando conductas ambientales responsables y positivas hacia el medio ambiente. Se empleó el método de encuesta a los directivos, docentes, estudiantes y padres de familia; a partir del análisis de los datos se comprobó que los encuestados coinciden en que la protección ambiental es una tarea de todos, debiéndose introducir valores, conocimientos y conductas saludables en los procesos de formación, estando dispuestos a recibir capacitación en educación ambiental y colaborar en proyectos de este tipo. Se corroboró que existen falencias en la formación ambiental de los miembros de la comunidad educativa, lo que atenta contra acciones responsables y positivas haciéndose necesario impartir charlas y conferencias para crear una conciencia ambiental dentro y fuera de la institución. El mayor porcentaje de docentes considera que no se realiza una adecuada impartición de valores ambientales en el aula y que no existe una cultura ambientalista, siendo necesaria la capacitación continua sobre esta temática. En ese sentido, se proponen nueve acciones validadas por expertos para fortalecer la educación ambiental logrando una mayor sensibilidad y conciencia ambiental de los actores educativos en el Colegio Nacional Técnico Agropecuario Pedernales.

**Palabras clave:** educación ambiental, docentes, cultura ambientalista, acciones ambientales, capacitación continua

### ABSTRACT

The present work was developed in the Pedernales Technical Agricultural School and had as objective to promote the Environmental Education for the strengthening in the formation of values, knowledge and healthy conducts with the environment in the students of 8th, 9th and 10th grade of Education Basic in order to minimize the impact of environmental pollution. The research aims to promote environmental education in the comprehensive training of students enabling responsible environmental behavior and positive towards the environment. The survey method was used for managers, teachers, students and parents; from the analysis of the data it was found that respondents agree that environmental protection is everyone's task, and that values, knowledge and healthy behaviors must be introduced in training processes, being willing to receive training in environmental education and collaborate in projects of this type. It was corroborated that there are shortcomings in the environmental training of the members of the educational community, which threatens responsible and positive actions, making it necessary to give talks and conferences to create an environmental awareness inside and outside the institution. The greater percentage of teachers considers that an adequate teaching of environmental values in the classroom is not carried out and that there is no environmentalist culture, and continuous training on this subject is necessary. In this sense, nine actions validated by experts are proposed to strengthen environmental education, achieving greater sensitivity and environmental awareness of the educational actors in the Pedernales National Agricultural Technical College.

**Key words:** environmental education, teachers, environmental culture, environmental actions, continuous training



## **Introducción**

La Educación Ambiental en la Educación Básica constituye un pilar importante en la formación integral de los jóvenes ecuatorianos marcando el pensamiento, sentimiento y acción para el cuidado del ambiente. Tiene su punto de partida en cambiar y reorientar los comportamientos en función de las demandas de una sociedad más solidaria con su entorno, donde se demuestre una ética ambiental en su vida y no como una actividad o conjunto de actividades aisladas. (Batllori 2001).

En nuestro país la educación pública de nivel básico no enseñan la temática de educación ambiental dentro de sus planes curriculares, es por ello que el Ministerio del Ambiente y Educación propuso el Plan Nacional de Educación Ambiental con el fin de asegurar la incorporación, desarrollo de políticas, estrategias y programas de Educación Ambiental para la Educación Básica y el Bachillerato (Ministerio de Educación y Culturas, 2003).

Los problemas producidos por la contaminación ambiental han sido provocados en su gran mayoría por la falta de una cultura ambiental perjudicando a los habitantes del sector y en especial a la comunidad educativa del Colegio Técnico Pedernales, punto de partida para la presente investigación (Zambonino 2012).

La problemática ambiental desde una perspectiva global y sistémica se interrelaciona con la mayor parte de los problemas sociales, características que favorece la comprensión de que las interrelaciones entre el ambiente natural y social forman parte de un único sistema, que es el que hay que cuidar (Corral, 2008).

En la ciudad de Pedernales existen quince unidades educativas, seis particulares y nueve fiscales que carecen de la cátedra de educación ambiental, conocimientos de educación ambiental que son adquiridos en el entorno social y familiar, en lo cual el nivel de pobreza influye considerablemente. (Díaz. J.2004). Por ello, con la investigación se pretende promover la educación ambiental para fortalecer la formación integral de los estudiantes posibilitando conductas ambientales responsables y positivas hacia el medio ambiente (Hernández 2007).

## **Materiales y métodos**

La presente investigación se realizó durante el periodo de mayo a octubre de 2013 en el Colegio Nacional Técnico Agropecuario Pedernales del sector Carlos Bermúdez, Barrio Los Tamarindos, del cantón Pedernales en la provincia de Manabí. Se aplicó encuestas a los alumnos de nivel básico, padres de familia y docente del Colegio Nacional Técnico Agropecuario Pedernales a fin de determinar la siguiente hipótesis: Sí aplicando las normas y técnicas pedagógicas de la educación ambiental se lograría concientizar sobre la protección del medio ambiente.

## **Resultados y discusión**

En el diagnóstico realizado se constató que más del 99% de los estudiantes encuestados considera que la protección ambiental es una tarea de todos debiendo introducirse valores, conocimientos y conductas saludables con el ambiente en los procesos de formación, así como también mostraron su predisposición para recibir capacitación en educación ambiental y colaborar en proyectos de este tipo. Estas posiciones favorecen los procesos de educación ambiental que puedan producir en la institución, al pasar de posiciones pasivas a activas (Moles, 2000).

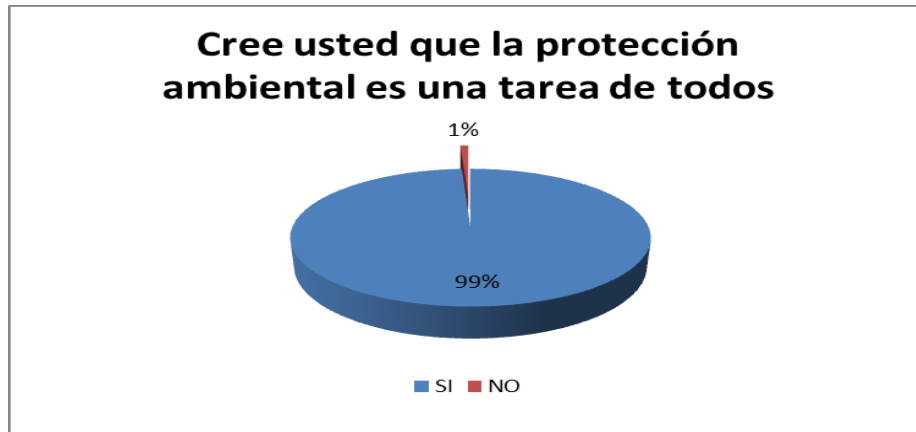


Figura 1. Respuestas sobre si la protección ambiental es tarea de todos

Al indagar sobre la participación en charlas, conferencias o talleres de educación ambiental, organizadas por el colegio se determinó que existen falencias al respecto con el 39 %, evidenciando que aún no se garantiza una formación integral en educación ambiental. Por otra parte, se considera que las asignaturas no fomentan la conciencia ambiental.

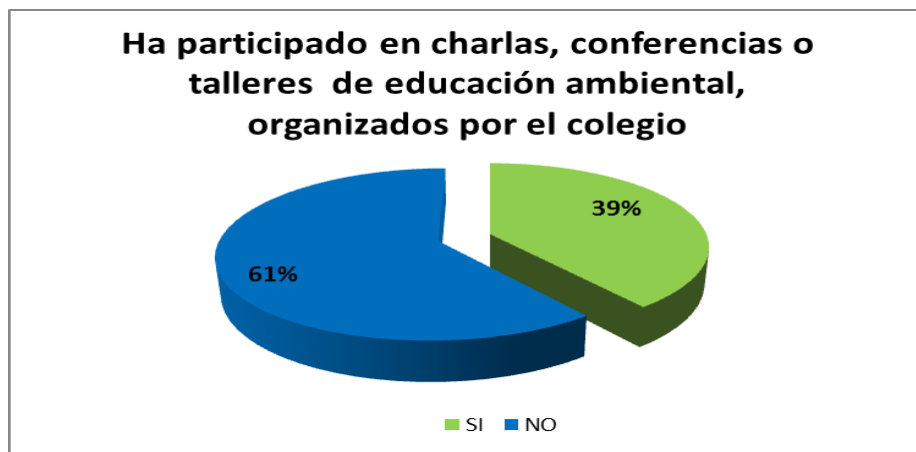


Figura 2. Participación en charlas, conferencias o talleres de educación ambiental, organizados por el colegio.

Las deficiencias en el proceso formativo inciden negativamente en el 62% de los estudiantes que desconocen los valores y normas ambientales. Entre los aspectos más evidentes está el desinterés, desconocimiento de normas ambientales, la falta de motivación y la falta de cultura ambientalista, en orden de importancia.

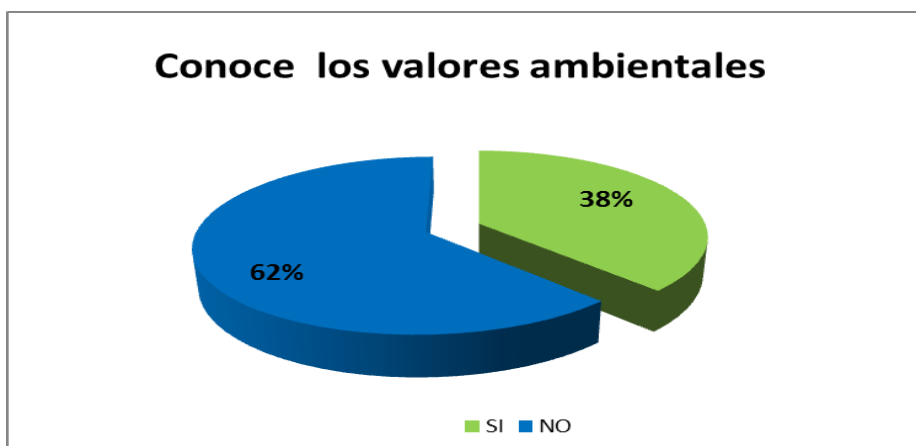


Figura 3. Conoce los valores ambientales.

El 65% de los estudiantes no conocen las normas ambientales, por otro lado el 35% de estudiantes consideran que si las conocen. Es importante considerar que la educación ambiental está concebida no solo para sensibilizar, sino que debe desarrollarse con el objetivo de modificar actitudes y lograr nuevos acercamientos y conocimientos para entender la complejidad del medio ambiente, analizando todas sus dimensiones de forma interdisciplinaria (Villa, 2002).

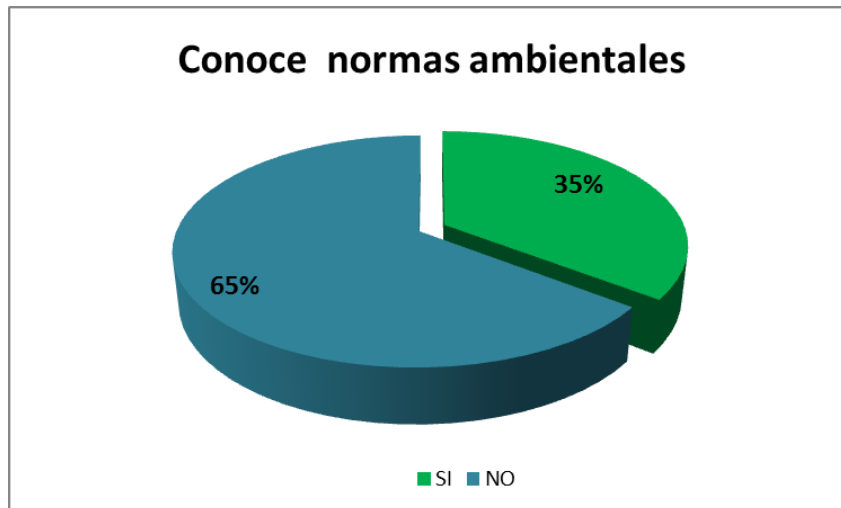


Figura 4. Conoce normas ambientales.

#### Padres de familia

Los padres de familia por su parte apoyan el trabajo de educación ambiental al considerar que es una tarea de todos y en familia; expresan que se debería incluir valores, conocimientos y conductas saludables hacia el ambiente en los procesos de formación.

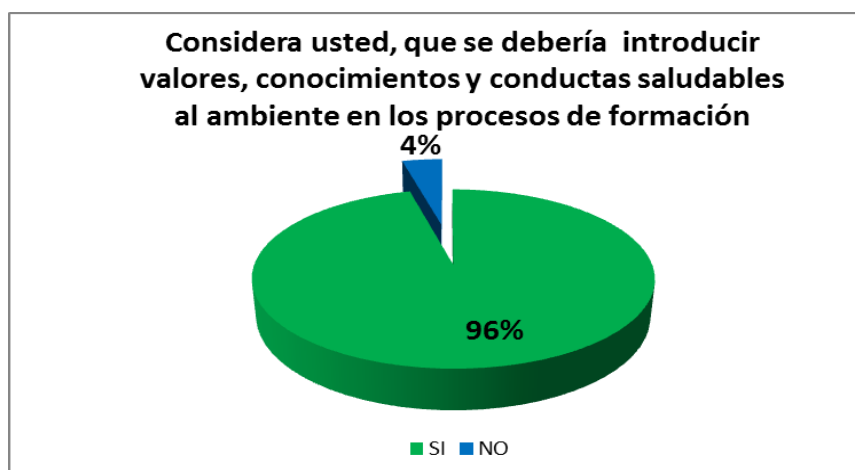


Figura 5. Criterios sobre la introducción de valores, conocimientos y conductas saludables al ambiente.

Por otro lado, la mayoría plantea como falencias, el no haber participado en charlas, conferencias o talleres de educación ambiental organizados por el colegio, un gran porcentaje desconoce los valores y normas ambientales. Ante esta situación el 95% estaría dispuesto a recibir capacitaciones en educación ambiental para adquirir una mayor conciencia ambiental.

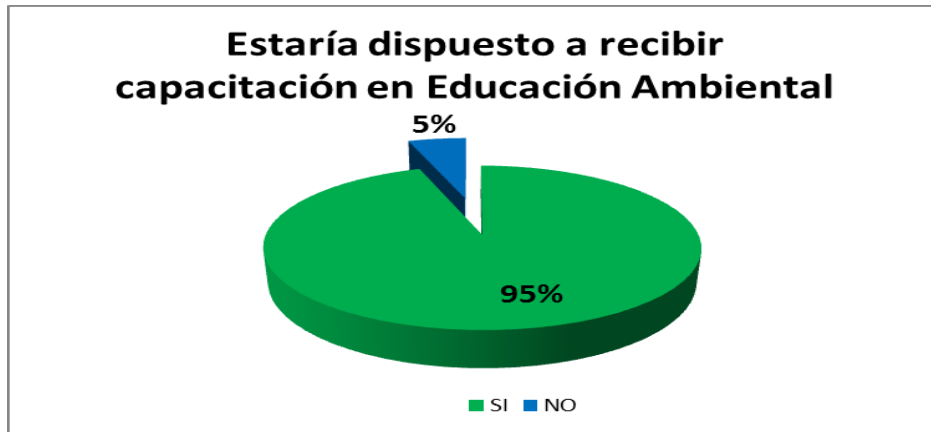


Figura 6. Disposición a recibir capacitación en educación ambiental.

Los padres de familia consideraron que el desinterés de las personas en preservar el ambiente se debe al desconocimiento de las normas ambientales con un 34%; la falta de motivación con el 33%; falta de una cultura ambientalista con un 31% respectivamente en cada caso, mientras que el menor valor lo presentó otros con el 2%, manifestando la falta de educación ambiental y el no saber cuidar el ambiente.

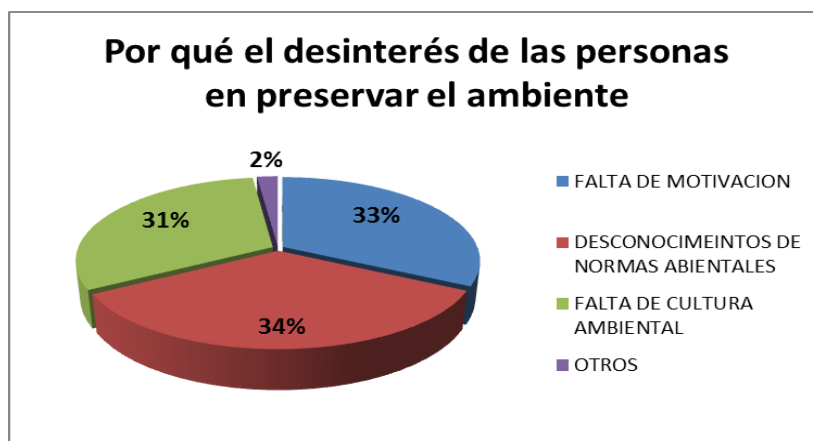


Figura 7. Causas del desinterés en las personas por preservar el medio ambiente.

El 34% de los padres de familia manifestaron que han colaborado en actividades de protección ambiental, el 32% casi siempre, el 30% siempre y el 4% nunca. Los criterios en relación a las causas de desinterés y al trabajo de la institución en el fomento de una cultura ambientalista son bajos y en ese punto coinciden con sus hijos.

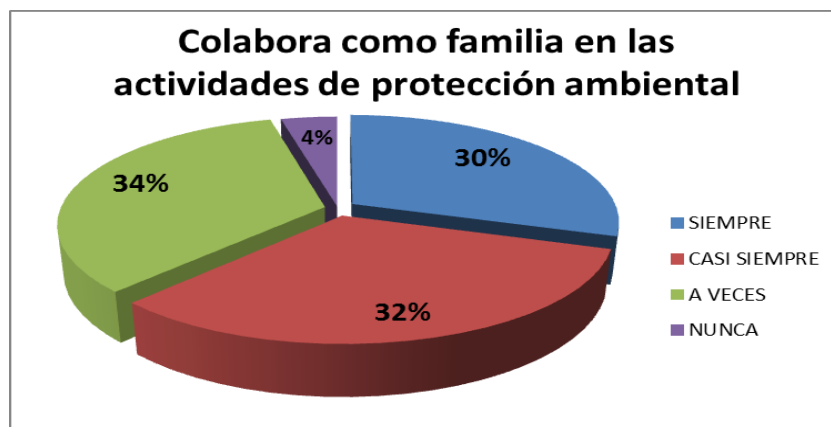


Figura 8. Colaboración familiar en las actividades de protección ambiental.

### La institución: directivos y docentes

Los resultados de las encuestas a docentes y directivos coinciden en un 100% en relación a que la educación ambiental es tarea de todos; hacen referencia en inculcar valores en las cátedras. Según Díaz (2004), los conocimientos y conductas saludables al ambiente deben incluirse en los procesos de formación; siendo necesario contribuir a una conciencia ambiental en la familia; esto se puede lograr mediante la impartición de capacitaciones.



Figura 9. Consideraciones sobre la educación ambiental como tarea de todos.

Las falencias se evidencian en la falta de participación en charlas, conferencias y/o talleres de educación ambiental organizadas por el colegio, a esto se suma el desconocimiento de los valores y normas ambientales. Se propone por lo tanto establecer acciones de formación continua en educación ambiental que permita realizar acciones correctas ante el medio ambiente y enfatizar las relacionadas con la formación de una conciencia ambiental en los estudiantes (Batllori, 2001).

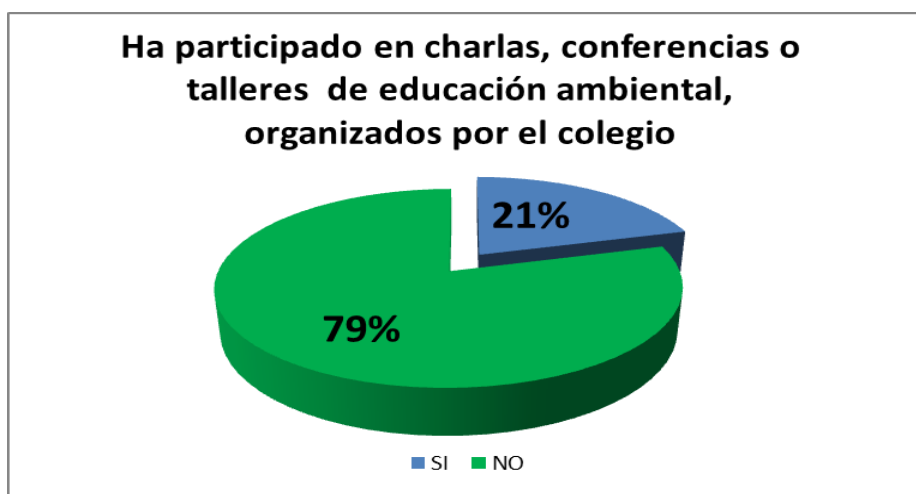


Figura 10. Participación en charlas, conferencias o talleres de educación ambiental, organizados por el colegio

Por su parte, el mayor porcentaje de docentes considera que no se realiza un buen trabajo con los valores ambientales en el aula y que hay una falta de cultura ambientalista. No obstante, no todos están dispuestos a realizar cambios en sus asignaturas. La educación ambiental tiene como propósito primordial prevenir el daño ocasionado en el ambiente y de esta forma influir en los estudiantes en su proceso de aprendizaje, valorando y proporcionando conocimientos ambientales que afectan en alguna medida su proceso de aprendizaje, pues el entorno ejerce influencia en las actividades formativas educativas de jóvenes (Hernández, 2007).

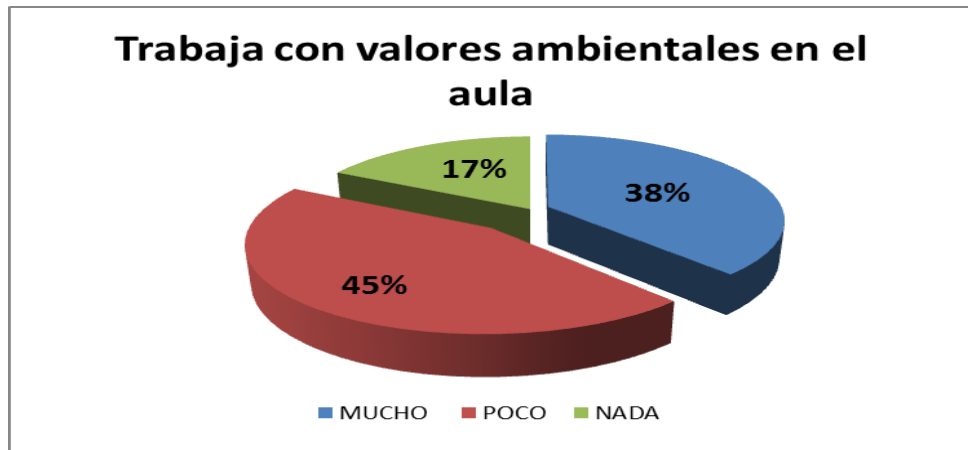


Figura 11. Trabaja con valores ambientales en el aula

Las autoridades consideraron el desinterés de las personas en preservar el ambiente, esto se debe al desconocimiento de normas ambientales con un 67% y a la falta de cultura ambientalista con un 33%, respectivamente. Hoy en día la educación ambiental en los niveles básicos se ve afectadas por el desinterés de autoridades en temas ambientales, desconocimiento de normas y políticas ambientales, el bajo nivel educativo de los padres de familia es una de las causas que provoca la inestabilidad del interés educativo, pues traen al centro educativo falencias que repercuten en su formación y que sirve de puente para el bajo rendimiento, inclusive la deserción en algunos casos (Zambonino, 2012).

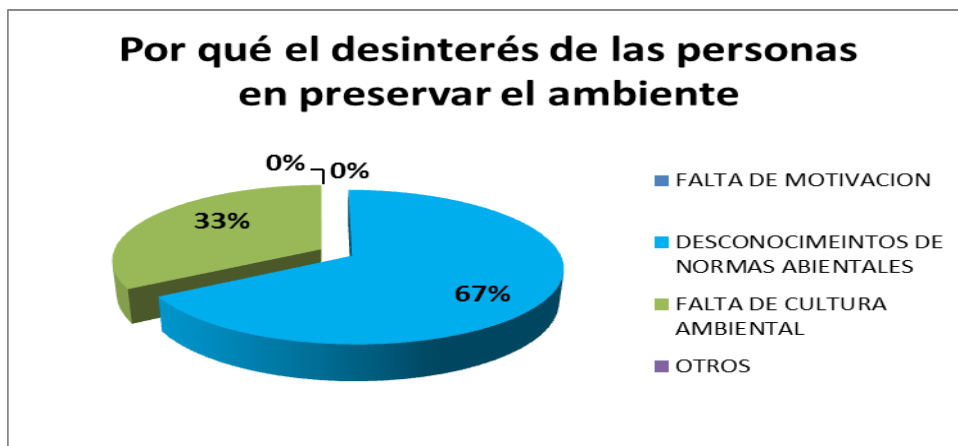


Figura 12. Causas del desinterés de las personas en preservar el ambiente.

## CONCLUSIONES

Las conclusiones derivadas de la investigación reflejan que los miembros de la comunidad educativa del Colegio Técnico Pedernales muestran interés por los temas ambientales.

Se comprobó que existen escasos conocimientos en temas de educación ambiental en docentes, estudiantes y padres de familia, lo que afecta su comportamiento y la falta de interés que demuestran en ocasiones ante las problemáticas ambientales.

Todos los actores refieren que necesitan profundizar en temáticas ambientales, aunque concuerdan que el cuidado de ambiente es una tarea de todos.

En el caso de los docentes, se apreció la necesidad de una adecuada capacitación sobre el proceso de educación ambiental y sustentabilidad, así como por su formación disciplinar inicial.

Las acciones diseñadas responden a las necesidades educativas y de capacitación para lograr una mayor sensibilidad y conciencia ambiental de los actores educativos del Colegio Nacional Técnico Agropecuario Pedernales.

Los expertos consideran que la propuesta de actividades es factible y pertinente para el desarrollo

de la educación ambiental en el Colegio Nacional Técnico Agropecuario Pedernales. La propuesta de acciones es considerada por los expertos muy factible y pertinente, con buen diseño y contenidos afines para el desarrollo de la educación ambiental con una visión interdisciplinaria en el Colegio Nacional Técnico Agropecuario Pedernales.

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Batllori M. A (2001). Los problemas ambientales del estado de Morelos: La educación como parte de la solución. *Gaceta ecológica*, 61: 47-60.
- Corral (2008). Aportes de la Psicología ambiental en pro de una conducta ecológica responsable. *Estudios de Psicología Ambiental en América Latina*. México. pp. 71-95.
- Castejón (1998). Un modelo casual explicativo de las variables psicosociales en el rendimiento académico". *Revista Bordón*. p 171-185.
- Díaz, G. J. (2004). Análisis de las estrategias de educación ambiental en el ámbito autonómico, tendencias y perspectivas. En: *Nuevas tendencias en investigaciones en Educación Ambiental*. Serie Naturaleza y Parques Nacionales. Madrid: Organismo Autónomo Parques Nacionales. Ministerio de Medio Ambiente, serie educación ambiental
- García, V. M. y Suárez, M. M. (2012). El método Delphi para la consulta a expertos en la investigación científica.- *Revista de Salud Cubana*, 39 (1-2). Recuperado de [http://bvs.sld.cu/revistas/spu/-vol39\\_2\\_13/spu07213.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/spu/-vol39_2_13/spu07213.htm)
- Hernández B. (2007). Actitudes y creencias sobre el medio ambiente en la conducta ecológica responsable. Ediciones Universidad de La Laguna España. 78p.
- Ministerio de Educación y Culturas (2003). Proyecto de Ley de Educación. Consultado el 30 de abril de 2013. Disponible en: [www.mec.gov.ec](http://www.mec.gov.ec)
- Moles, J. (2000). *Psicología Conductual*. Venezuela: Editorial Greco, S. A. Pág.57-58.
- Villa, L. (2002). *Actividades recreativas y educativas con la ecología*. Buenos Aires: Ed. Bonum. 35p
- Zambonino, D. (2012). *Educación Ambiental en Ecuador*. Consultado el 30 de abril de 2014. Disponible en: <http://dsdianazambonino.blogspot.com/2009/09/educacion-ambiental-en-ecuador.html>

# ▶ Agradecimientos

El Primer Congreso Internacional de Investigación Científica para el Desarrollo Agro-Turístico Empresarial, Pedernales 2018 expresa sus más sinceros agradecimientos a las siguientes personas y empresas que hicieron posible la realización de este importante encuentro científico:

- Al Comité Científico del I Congreso Internacional
- Al Equipo Docente de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Campus Pedernales
- Lic. Yandre Arteaga – Hotel Yam Yam
- Ing. Diego Celorio – Presidente de Comité de Graduados ULEAM
- Sr. Elio Mero Cedeño – Presidente de Aso Estudiantil ULEAM Pedernales
- Hotel Royal
- Insulab
- Hotel Rose&House
- Empacadora EDPACIF S. A.
- La Esquina de Yimmy
- Universidad Técnica del Norte
- Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE
- Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”

Ponentes Magistrales:

- Master Juan Carlos Marciacq, Universidad de Rusia de la Amistad de los Pueblos, en Moscú.
- Ing. José Velásquez C. Jefe del Departamento de Producción de Semillas de la Estación Santa Catalina
- Magister Luciano Krebs Reginatto, Brasil
- MSc. Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo. Universidad Técnica del Norte
- MSc. Julio Andrade, Universidad Técnica del Norte
- Dr. María Isabel Silva – Centro Cívico Ciudad Alfaro
- Rolando Armas, Ph.D Investigador Asociado, Universidad de Shinshu, Nagano
- Dr. Enrique Richard – Universidad Nacional de Cuyo – Argentina.
- Dr. Francisco Mendoza – Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.



