

**IV Jornada científica
Construyendo el
conocimiento desde el
aseguramiento de la
cultura de calidad**

Lilia Villacis Zambrano
Josefina Liceth Delgado Caicedo
Frank Ángel Lemoine
César Carbache Mora
Eduardo Antonio Caicedo Coello

Educación



Colección
Dossier Académico



Ediciones
Uleam

IV Jornada científica

Construyendo el conocimiento desde el
aseguramiento de la cultura de calidad

Dra. Lilia Villacis Zambrano

Josefina Liceth Delgado Caicedo

Frank Ángel Lemoine

Cèsar Carbache Mora

Dr. Eduardo Antonio Caicedo Coello

COMISIÒN DE INVESTIGACIÒN

2019

Este libro cuenta con validación de comité científico

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta)

www.uleam.edu.ec

Autoridades:

Miguel Camino Solórzano, Rector

Iliana Fernández, Vicerrectora Académica

Doris Cevallos Zambrano, Vicerrectora Administrativa

IV Jornada científica. Construyendo el conocimiento desde el aseguramiento de la cultura de calidad

© Lilia Moncerrate Villacís Zambrano (compilador)

© Frank Ángel Lemoine (compilador)

© César Carbache Mora (compilador)

© Yoselin Liceth Delgado Caicedo (compilador)

ISBN: 978-9942-775-82-5

Colección Dossier Académico – Educación

Edición digital, noviembre 2019

Manta – Ecuador

COMITÉ CIENTÍFICO

REVISORES- CORRECTORES

1.- Nombre: Dr. Herman Billy Loján Maldonado

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Chone.

Tiempo completo

2.- Dra. Katty Gisella Zambrano Alcivar

3. Mgs. Ángel Cristian Mera Macías

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Chone

Tiempo completo

4.- Dr. Holger José Muñoz Ponce

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Chone.

Tiempo completo

5. Dra. Lilia Villacis Zambrano

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía.

6. Mgs. Frank Ángel Lemoine Quintero

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía.

Tiempo completo

7.- Mg. César Cesar Carbache

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía.

Tiempo completo

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía.

Tiempo completo

8.- Dr. Eduardo Caicedo Cuello

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía.

Tiempo completo

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía.

Tiempo completo

9.- Dr. Arturo de la Rosa Villao

Institución: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía.

Tiempo completo

RESUMEN

Potenciar la participación de los jóvenes estudiantes en una jornada científica, es hacer visible una experiencia de conocimiento integrando los procesos sustantivos de toda formación académica. Hoy lo hacemos visibles en esta cuarta memoria recogiendo los trabajos en los que están inmersos, los esfuerzos, el intercambio de conocimiento entre los futuros investigadores en esta etapa inicial de su carrera científica.

Y lo decía Jhon Creswell (1998) formar una conciencia investigativa, que te lleva a mejorar la practica desde el aprendizaje significativo, a mejorar la practica desde el conocimiento que ayuda al proceso de aprendizaje, corrige las deficiencias del conocimiento, abordando áreas que poco se sabe descubriendo todo el potencial desde los estilos de aprendizaje, el expandir conocimiento, la investigación, replicando el conocimiento para confrontar los hallazgos realizado a través de los métodos usados en los diversos tipos de aprendizaje, la misma que permite revisar la teoría y la practica reflejando las diversas necesidades de los estudiantes .

Estamos viviendo una época de entusiasmo renovado en la que la educación superior y la investigación aparecen como el camino que hay que seguir hacia el desarrollo mundial, hoy la investigación científica en nuestra extensión se está dando como un modo de actuar y hacer ciencia, conlleva a solucionar problemas urgentes y relevantes de la sociedad. Cuando nosotros planteamos nuestros proyectos, estamos pensando en 3 ejes fundamentales investigativos, el primero es dar respuesta a los problemas que la sociedad impone y estos son los trabajos de titulación, que aunque son propuesta presentan alternativas que han sido evaluadas y llevadas al proceso investigativo que dan un producto como respuesta a una necesidad y a responder a una problemática existente. Que comienza con una investigación básica que se torna aplicada en el momento que da respuesta al problema, conlleva a una investigación diligente, es decir las dos están cohesionadas porque la investigación toma sentido en el momento que responde a una necesidad de la comunidad.

El segundo eje importante que se está viviendo en el proceso investigativo en los estudiantes es. La investigación efectiva, no efectivísimo esto está conllevado al desarrollo humano y social a través de la investigación potenciando las capacidades de investigativas preparándose para el futuro de la educación superior en la era de la globalización

Y el tercer elemento el mejorar la calidad de la educación, y este elemento se evidencia en los nuevos profesionales que la Extensión da a la comunidad, profesionista crítico, competitivo y con calidad humana, que están respondiendo a los nuevos desafíos que la sociedad impone.

Estos 3 ejes nos conllevan a un gran reto La investigación científica en el ámbito del saber para responder desde lo formativo a lo científico generando una cultura del pensamiento

y del método, asumiendo una realidad como un todo complejo y transformable en función del mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Este sistema de investigación científica contemplan la existencia de grupo de investigación, proyectos entre otras instancias que dinamizan el sistema investigativo y regularizan la producción que se hacen visibles en los estudiantes y a la comunidad que se benefician, de esta manera la investigación es parte del desarrollo social económico de la universidad, los resultados, son la razón de ser de los procesos sustantivos de la universidad que se deben a la dinámica de crecimiento en todas las esferas sociales, por lo tanto los docentes estamos ligados estrechamente a la investigación científica como motivadores e investigadores porque es el soporte esencial de nuestra labor formativa.

El libro está dividido en 4 capítulos, en cada uno de ellos, se encuentran los ejes temáticos del conocimiento en las siguientes áreas

- ✚ Investigación formativa el S.XXI.
- ✚ Desarrollo turístico, cultural, divulgación de información de las nuevas tecnologías, reto de sostenibilidad
- ✚ Administración organizacional, emprendimiento, marketing, vinculación con la colectividad
- ✚ Nuevas tendencias en la gestión del capital humano en la actividad hotelera y su impacto en la gestión comercial

Los mismos que macaron de manera significativa los objetivos que se trazaron en la jornada

- ✓ Fortalecer la capacidad de investigación
- ✓ Generar intercambio de conocimientos y experiencias entre estudiantes investigadores,
- ✓ Conocer las actuales tendencias investigativa desde la formación académica
- ✓ Generar vínculos fomentando actividades de colaboración científica.
- ✓ Contribuir en la generación de nuevos conocimientos, tecnologías y herramientas para el estudio científico

En síntesis, esta memoria combina elementos teóricos y prácticos del proceso de investigación científica que se ajusta en gran medida a los resultados vigentes de la academia, vinculada con la comunidad y sintetizada con la investigación, satisfaciendo necesidades de estudiantes maestros en toda la comunidad universitaria.

Liviza

DEDICATORIA

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía, como institución de educación superior ubicada en la zona 4, entrega a la comunidad estas memorias académicas, legado investigativo de los futuros profesionales que hoy se forman en la Extensión universitarias.

Este trabajo no se habría realizado sin la colaboración de muchas personas, estudiantes maestros y que han dado todos sus esfuerzos, conocimientos y apoyo incondicional, queremos como comisión de investigación agradecerles a todos, el aporte significativo que dejaron plasmado en estas memorias

Un corazón agradecido, vive la esperanza con agradecimiento, abre la puerta a los demás, un corazón más agradecido es un corazón más sano y mantiene a diario la gratitud, es una buena manera de promover la salud del corazón y del que convive a su lado.

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN	4
DEDICATORIA	6
EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA DANDO RESPUESTAS A LAS NECESIDADES DE LA COMUNIDAD	11
DESARROLLO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA EL PROCESO DE DIFUSIÓN CIENTÍFICA EN LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.....	18
CAPÍTULO I	19
MARKETING.....	19
Administración, Marketing, Organizaciones del Siglo XXI gran reto en la sostenibilidad.....	19
“COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: UN ACERCAMIENTO REFLEXIVO PARA LA GESTIÓN COMERCIAL DE UN DESTINO TURÍSTICO”	20
ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDO PARA GERENCIAR PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL DESTINO SUCRE – SAN VICENTE	28
EL IMPACTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES, ORIENTADO A LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE CHONE.....	44
MARKETING TURÍSTICO PARA DESARROLLAR PRODUCTOS HISTÓRICOS ARQUEOLÓGICOS EN EL CANTÓN SUCRE	53
ANÁLISIS DEL PERFIL DE VISITANTE PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS TURISTICOS EN BAHIA DE CARAQUEZ	61
APORTE DEL STORYTELLING PARA CREAR MARKETING EMOCIONAL EN EMPRESA DE AGUA PURIFICADA DE BAHÍA DE CARÁQUEZ	69
“EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA GESTIÓN COMERCIAL DEL DESTINO TURÍSTICO PEDERNALES: UN ENFOQUE DESDE LAS CIENCIAS SOCIALES Y LA MERCADOTECNIA.....	79
ESTRATEGIAS SEM PARA AUMENTAR LA VISIBILIDAD DE LOS MINIMARKET DE BAHÍA DE CARÁQUEZ	92
PRECONCEPCIONES SOBRE FÍSICA CLÁSICA Y CAMBIO CONCEPTUAL EN EL APRENDIZAJE ...	99
COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA CHATARRA: INCIDENCIA EN SALUD DE ESTUDIANTES DE MERCADOTECNIA DE LA ULEAM"	107
SOSTENIBILIDAD DE LOS MERCADOS TRADICIONALES Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO FRENTE A LOS CENTROS COMERCIALES.....	114

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA GERENCIAR PRODUCTOS DEPORTIVOS EN EL DESTINO SUCRE - SAN VICENTE.....	119
CAPÍTULO II	128
TURISMO	128
Desarrollo turístico, cultural y divulgación de la producción del conocimiento.....	128
CAPACITACIÓN DE LOS SERVIDORES TURÍSTICOS PARA MEJORAR EL SERVICIO EN BAHIA DE CARAQUEZ.....	129
DIFICULTADES DE LA COMPRESIÓN LECTORA CRÍTICA EN EL ÁREA TURÍSTICA.....	136
ANÁLISIS DE LA CONTAMINACIÓN DE LA ISLA CORAZÓN Y SU INCIDENCIA EN LAS ACTIVIDADES TURISTICAS	142
EL ARTE DE LA CULTURA CHORRERA PARA EL IMPULSO DEL TURISMO DE LA ZONA DE SAN ISIDRO CANTON SUCRE	149
LAS TRADICIONES DE LA CULTURA MONTUBIA EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, ECUADOR	160
ACTIVIDADES TURÍSTICAS PARA POTENCIAR LA RUTA ECOLÓGICA DE LA CORDILLERA DEL BÁLSAMO	168
LOS SELLOS DE LA CULTURA JAMA-COAQUE COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL CANTÓN JAMA.....	178
“LA GESTIÓN DE RECURSOS PARA LA CASA MONTUBIA SAN ISIDRO”	186
LA REDACCIÓN DE LA LECTURA FORMAL EN EL ÁREA TURÍSTICA	197
GUÍA TURÍSTICA PARA PROMOCIONAR ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LOS CANTONES SUCRE, SAN VICENTE.	204
TÉCNICAS PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN EL ÁREA TURÍSTICA EN EL CANTÓN SUCRE....	211
SERVICIOS E INSTALACIONES DE LAS PLAYAS DEL DESTINO TURÍSTICO SUCRE Y SAN VICENTE	218
PERFILES DE TURISTAS EN EL FERIADO DE CARNAVAL 2018 EN LOS CANTONES SUCRE, SAN VICENTE, JAMA.....	229
CAPÍTULO III	237
HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA.....	237
ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIOS HOTELEROS EN EL CANTÓN SUCRE	237
LAS POTENCIALIDADES DE LOS RESTAURANTES DEL LITORAL ECUATORIANO PARA DESARROLLAR EL TURISMO GASTRONÓMICO. CASO MANTA	244
LOS DEPORTES NÁUTICOS Y SUS EFECTOS EN EL TURISMO EN LA CIUDAD DE BAHÍA DE CARÁQUEZ.....	253
VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LAS PLAYAS DEL CANTÓN PEDERNALES.....	260
DESARROLLO DE LA EXPRESION LEXICAL DESDE LA ORALIDAD EN EL AREA TURISTICA.....	266

EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DE LOS BALNEARIOS DE CHARAPOTÓ COMO ATRACTIVO TURÍSTICO	275
FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA.....	282
GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE, EN EMPRESAS HOTELERAS: CANTÓN SAN VICENTE	288
LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL SERVICIO HOTELERO EN EL CANTÓN SUCRE.....	293
LOS SERVICIOS HOTELEROS PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.....	300
EL INFOCENTRO Y SU APORTE A LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL CANTÓN CHONE	307
WEB 2.0 EN EL SECTOR HOTELERO DE LA ZONA NORTE DE MANABÍ.....	316
ALOJAMIENTO TURÍSTICO ELEMENTO CLAVE EN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES. CASO BAHÍA DE CARÁQUEZ.	323
CAPÍTULO IV	332
ESTUDIO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN QUE FACILITE EL CONTROL DE GESTIÓN DEL DESTINO ZONA NORTE - MANABÍ	332
LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA EN NEGOCIOS COMERCIALES DE LA PARROQUIA DE MANTA.ECUADOR 2017	343
ÍNDICE DE DESEMPLEO: UN ATENUANTE AL DESARROLLO ECONÓMICO-SOCIAL EN BAHÍA DE CARÁQUEZ.....	356
LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA ULEAM EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ.....	365
PROBLEMAS EN LA REDACCIÓN DE INFORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN EN LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA.....	385
PROMOCION DE LA CULTURA MONTUBIA PARA RECUPERAR LA HISTORIA DE LOS PUEBLOS ANCESTRALES	392
RAÍCES MONTUBIAS Y RECUPERACIÓN DE LA IDENTIDAD ANCESTRAL: SAN ISIDRO	399
PRODUCTOS TURÍSTICOS ARQUEOLÓGICOS PARA LA MEJORA DEL TURISMO EN EL CANTÓN SAN VICENTE	406
VIVENCIAR LA CULTURA MONTUBIA, PARA MANTENER LAS TRADICIONES, EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, ECUADOR	419
LA ALIMENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA ULEAM Y SU INCIDENCIA EN EL APRENDIZAJE.....	427
FACTORES QUE INFLUYEN COMO ATRACTIVO MIGRATORIO PARA LOS CIUDADANOS VENEZOLANOS HACIA LA CIUDAD DE MANTA.	439
LA FORMACIÓN DE LAS COMPETENCIAS LABORALES EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS EN LA ULEAM EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ	449
CAPÍTULO V	458

INVESTIGACIÓN	458
Investigación el siglo XXI, formación investigativa, formativa	458
COMPRENSIÓN LECTORA DE TEXTO CIENTÍFICO EN EL PROCESO DEL APRENDIZAJE EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA	459
ESCASO MANEJO DEL LENGUAJE COLOQUIAL Y LENGUAJE FORMAL EN LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA.	468
USO DE LOS CONECTORES LÓGICOS EN LA REDACCIÓN DE TEXTOS TURÍSTICOS	474
EPISTEMOLOGÍA DE LA ESCUELA RURAL: INTERPRETACIÓN DE LOS NUEVOS PARADIGMAS DE LA EDUCACIÓN RURAL EN EL TURISMO DEL ECUADOR.....	480
LA ETNOZOOLOGIA COMO PRODUCTO TURÍSTICO PARA FORTALECER LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES.	487
INVESTIGACIÓN DEL MASTODONTE PARA LA CREACIÓN DE UN ATRACTIVO EN SAN VICENTE	496
LA INVESTIGACIÓN BIOGRÁFICA-NARRATIVA: HISTORIA DE VIDA	505
CARACTERÍSTICAS PSICOSOCIALES DE LOS SUJETOS QUE PARTICIPAN DEL ACTO EDUCATIVO	505
ARREGLOS PASTORILES SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE UNA ALTERNATIVA PARA AUMENTAR LA PRODUCCIÓN DE LECHE Y CARNE EN MANABÍ.	516
DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES DE CALCIO, FOSFORO Y MAGNESIO PARA PREVENIR LA HIPOCALCEMIA PUERPERAL BOVINA. REVISIÓN.....	525
EL USO DE LOS CONECTORES LÓGICOS EN LA REDACCIÓN CIENTÍFICA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA	535
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LAS CARRERAS DE LA ULEAM EL CARMEN Y SU RELACIÓN CON TEMAS INVESTIGACIÓN DE GRADO	544
DIAGNÓSTICO PSICOSOCIAL DEL SUJETO QUE APRENDE: ESTUDIO DE CASO.....	552

EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA DANDO RESPUESTAS A LAS NECESIDADES DE LA COMUNIDAD (Ing. Yanelis Ramos Alfonso PHD)

DOCENCIA-INVESTIGACIÓN

Proyecto de investigación

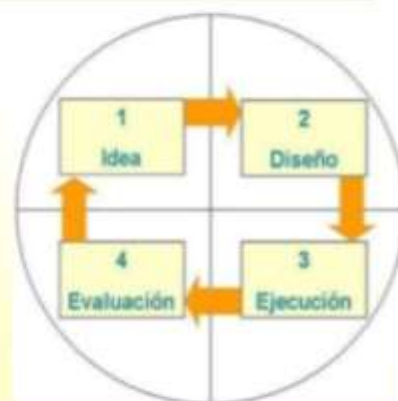
Es un proceso **único**, formado por **actividades** con **fechas** de inicios y finalización, para lograr un **objetivo**, conforme a **requisitos** específicos como son las limitaciones de tiempo, coste y recursos.

Proyectos de Investigación: tiene relación con la teoría existente sobre el tema y a su vez con el mundo empírico, de esta forma se planea lo que se pretende investigar. Sus partes son:

- ❖ Planteamiento o formulación del problema
- ❖ Antecedentes
- ❖ Importancia o justificación del estudio
- ❖ Elementos teóricos
- ❖ Objetivos
- ❖ Metodología
- ❖ Plan trabajo
- ❖ Cronograma
- ❖ Referencias

Clasificación general. Gestión del Ciclo de Proyecto (PCM)

**¿Cómo SERÍA ENTONCES
EL CICLO DE VIDA DE
LOS PROYECTOS?**



Clasificación general. Gestión del Ciclo de Proyecto (PCM)

**¿Cuál será el primer
elemento en la
definición del problema
a resolver con el
proyecto?**

LA IDEA!!!!!!!

¿CÓMO OBTENER UNA BUENA IDEA?

Las investigaciones
se originan en ideas

Para iniciar una
investigación siempre
se necesita UNA
IDEA

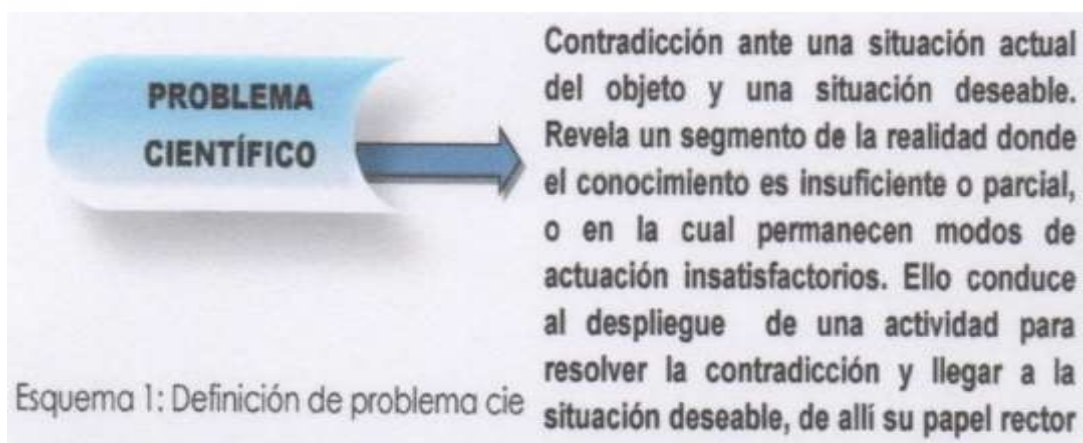
Hasta la fecha no se
conoce el sustituto de
una BUENA IDEA

Las ideas constituyen
el primer
acercamiento a la
realidad que hay que
investigar.

Las ideas pueden
surgir en cualquier
momento de la
actividad diaria.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA





OBJETIVO GENERAL

Define explícitamente lo que se quiere alcanzar como logro general de la investigación. Normalmente se redacta utilizando verbos claros en infinitivo (identificar, describir, analizar, proponer, establecer, etc.). El objetivo general es la meta final del trabajo investigativo y abarca la totalidad del proyecto. Responde a la pregunta ¿qué voy a hacer?

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Definen explícitamente los logros particulares o parciales que se quieren alcanza en el proceso investigativo. Ayudan a concretar el objetivo general.

- Realistas
- Eficaces
- Coherentes
- Cuantificables

- Bajo **desempeño** de las medias y pequeñas empresas,
- Cadenas productivas ineficientes,
- **Baja competitividad** de las empresas productoras, prestadoras de servicios y de actividades complementarias,
- Deficiente capacidad de **emprendimiento**, gestión administrativa y estratégica de los responsables de las pequeñas, medianas y grandes empresas,
- Diseño **sistemas de gestión**,
- Falta de alineamiento de la **innovación** con la visión estratégica de la empresa y el desarrollo de una cultura de innovación.
- Desarrollo sociocultural de la región
- Artículos científicos-Transformación del contexto empresarial



- **Gestión del conocimiento (Identificación procesos universitarios)**
- **Cátedra de Gestión del conocimiento**

- **Proyecto de gestión hospitalaria (ordenamiento de procesos hospitalarios-aporte a la acreditación hospitalaria)**

- **Proyecto empresarial: Mejora del desempeño y la productividad en la empresa pesquera de Matanzas (PESCAMAT)**
- **Alineación de temas doctorales-proyectos-tesis**

Bibliografía Utilizada: Dr. Roberto Hernández Sampieri. METODOLOGÍA de la investigación. Quinta edición. ISBN: 978-607-15-0291-9 (ISBN edición anterior: 978-970-10-5753-7).

DESARROLLO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA EL PROCESO DE DIFUSIÓN CIENTÍFICA EN LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Enrique Zambrano Pilay^{1*}; Luis Vélez Vélez¹; Saúl Carreño Lucas¹

¹Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Facultad de Ciencias Informáticas

*e-mail: e1315391167@live.ulead.edu.ec

RESUMEN

En la presente investigación se desarrollaron plataformas tecnológicas que tienen como finalidad potenciar y difundir la producción científica interuniversitaria con un enfoque inclusivo. El sistema Editorial de Gestión Universitaria de Publicaciones-SEGUP (<http://munayi.uleam.edu.ec/segup/>) es una plataforma Web que permite realizar de manera sistemática el proceso de edición, revisión bajo la modalidad par ciego y publicación de libros y artículos de usuarios nacionales e internaciones mediante el sello Editorial Ulead, todo esto mediante un mecanismo digital y eficaz. Una vez concluido con el proceso que se lleva a cabo desde el SEGUP, se genera un certificado con ISBN como resultado de su publicación. Se debe mencionar que esta plataforma web se encuentra patentada en el Servicio Nacional de Derechos Intelectual-SENADI, debido a que fue desarrollada en cogido cero, es decir, con codificación propia desde los elementos básicos que componen la herramienta tecnológica.

Por su parte, Munayi (<http://www.munayi.uleam.edu.ec/>) es una plataforma Web que con el fin de dar a conocer el contenido generado por el SEGUP, se presenta como un repositorio de libros y revistas publicadas por la Editorial Ulead. Además, permite la visualización de los textos clasificados por las diferentes áreas del conocimiento y sus respectivos catálogos de publicación (Dossier Académico, Colección Pachamama y Revistas).

Finalmente, InLector es una plataforma móvil disponible para dispositivos con sistemas Android, que permite difundir y visualizar los libros y revistas publicados por la Editorial de la Ulead, además posibilita la reproducción auditiva de los mismos, dando un enfoque inclusivo para personas no videntes o con problemas de lectura. Esta aplicación proyecta la información alojada en la base de datos del SEGUP, dándole mayor visibilidad a las publicaciones de la Editorial.

CAPÍTULO I

MARKETING

Administración, Marketing, Organizaciones del Siglo XXI gran reto en la sostenibilidad

"El conocimiento del mundo se ha convertido en una necesidad intelectual y vital. "EDGAR MORIN

**“COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: UN ACERCAMIENTO
REFLEXIVO PARA LA GESTIÓN COMERCIAL DE UN DESTINO
TURÍSTICO”**

AUTORES

Yoselin Liceth Delgado Caicedo
decayoli95@gmail.com

Wagner Ignacio Coaboy Velásquez
wagnercoaboyvelasquez@gmail.com

TUTORES:

Frank Ángel Lemoine Quintero, Mg.
frank.lemoine@uleam.edu.ec

Javier Antonio Zambrano Mero, Mg
javier.zambrano@uleam.edu.ec

Norma Rafaela Hernández Rodríguez, Dra.C.
norma@uo.edu.cu

Profesora de la Universidad de Oriente, investigador acreditado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Miembro del grupo científico de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Cuba.

RESUMEN

La presente investigación se sustenta en el estudio del comportamiento del consumidor desde un acercamiento reflexivo y su incidencia en la gestión comercial del destino turístico Sucre-San Vicente. El objetivo del presente trabajo es identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor respecto a la visita de un destino turístico. Se utilizó el método sintético, partiendo de una concepción entre diversos elementos en la gestión de la actividad turística, el método comparativo desde comparaciones sistemáticas en bases a documentación bibliográfica para los múltiples análisis comparativos, según datos del MINTUR desde enero a Diciembre del año 2017 hubieron 1'617.914 personas que visitaron el país, en el 2018 existió un total de 2'428.536 turistas y en el 2019 desde enero hasta Abril existe un total de 682.929 visitantes. Este estudio ha permitido definir que los destinos que no consiguen mantener la infraestructura necesaria o que construyen infraestructura inapropiada corren importantes riesgos. Actualmente el sector turístico se encuentra en proceso de mejoras con el propósito de brindar un destino exclusivo y confortable para sus visitantes. Se procedió a evaluar la presencia medios digitales a partir de las categorías de empresas hoteleras, donde la primera fase determinó que el 77% de las empresas no cuentan con representatividad en medios digitales generando que no sean reconocidos ni visitados por los viajeros.

Palabras claves: Comportamiento, consumidor, gestión, destino

ABSTRACT

This research is based on the study of consumer behavior from a reflexive approach and its impact on the commercial management of the tourist destination Sucre-San Vicente. The objective of this work is to identify the factors that influence the behavior of the consumer regarding the visit of a tourist destination. The synthetic method was used, starting from a conception among various elements in the management of tourism activity, the comparative method from systematic comparisons in bases to bibliographic documentation for the multiple comparative analyzes, according to data from MINTUR from January to December of the year 2017 1'617,914 people visited the country, in 2018 there were a total of 2'428,536 tourists and in 2019 from January to April there is a total

of 682,929 visitors. This study has made it possible to define that the destinations that fail to maintain the necessary infrastructure or that build inappropriate infrastructure run significant risks. Currently the tourism sector is in the process of improvement with the purpose of providing an exclusive and comfortable destination for its visitors. We proceeded to assess the presence of digital media from the categories of hotel companies, where the first phase determined that 77% of companies do not have representativeness in digital media, which means they are not recognized or visited by travelers.

Keywords: Behavior, consumer, management, destination

INTRODUCCIÓN

Troncoso (2008) en los últimos años han surgido trabajos desarrollados desde una geografía del turismo crítica, en la cual se incorpora la dimensión social de la actividad (visitantes, residentes y demás actores públicos y privados) y se produce una articulación de diferentes espacios (lugares de origen, destino y de transición o desplazamiento) en un solo territorio, el del turismo. Citado por (Valdés & Valarezo, 2016)

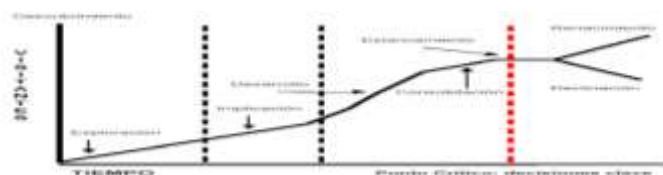
La Organización Mundial del Turismo, (2001) define al desarrollo turístico sostenible como aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Mientras que (Ivars, 2001) cuyo volumen y orientación del desarrollo evoluciona de manera que la presión sobre el medio natural permanece por debajo del umbral de capacidad de carga tanto para la generación presente como para la futura. El Ecuador necesita desarrollo turístico sostenible que cuide nuestra riqueza histórico-cultural, el medio ambiente, las comunidades y reactive la economía (Salvador, 2006)

El Cantón Sucre y San Vicente ubicado en la litoral costa considerada como un destino de balnearios de sol y playa, poseen además atractivos turísticos categorizados y jerarquizados por el Ministerio de Turismo del Ecuador, los cuales fortalecen a las empresas hoteleras y gastronómicas en todos los servicios que ofrecen, convirtiéndolo en un destino para los turistas. Este desarrollo turístico a su vez es un pilar fundamental para el crecimiento económico del destino, tanto en la rama turística como hotelera, en dependencia de la gestión comercial del destino

El destino cuenta con un total de 123 infraestructura hoteleras según levantamiento estadístico post terremoto 16^a, donde el 57.72% se encuentran ubicados en el cantón San Vicente y el 41.46% en el cantón Sucre identificados estas infraestructura como hotel, hostales, pensión, cabañas y campamentos, conformado por 5134 plazas y 1678 habitaciones a nivel de destino.

En revisiones de las bibliografías de Bluter, R. (1980,2006a & 2006b) se observa como el autor realiza un análisis evolutivo de los destinos turísticos desarrollando el ciclo de vida reconocida hasta nuestros días como la teoría del ciclo de vida desarrollado por Butler, R. (1980) que consecutivamente el propio autor revisa, enriqueciendo la propuesta inicial y evidenciando sus limitaciones, con aportaciones teóricas y estudios de casos. Garay, L. (2007)

Gráfico 1. Ciclo de vida de un destino turístico



Las cuatro prin

según resume Parra & Fuentes (2010), el número de visitantes alcanza su máximo, y los

estancamiento,

niveles de capacidad se han superado, lo que produce múltiples problemas medioambientales, sociales y económicos, esto en dependencia del destino y de su entorno. La imagen del destino es un elemento que tienen a definir la posición del destino, al igual que los factores socioeconómicos y los niveles de repetencia de los turistas.

En la fase de consolidación o madurez, según Blanco, R. (2012) fundamenta su estudio nueve elementos principales cuyas características definen un destino maduro, las cuales se relacionan a continuación:

- Oferta turística por encima de la demanda.
- Descenso de la afluencia turística y disminución de estancias medias y del gasto turístico.
- Obsolescencia de los establecimientos turísticos y de infraestructuras ligadas.
- Aumento de la presión humana (población, consumos).
- Degradación ambiental o pérdida de la calidad ambiental de las variables que aportan atractivo al destino (ruido, zonas verdes, calidad del aire, fragmentación del paisaje).
- La capacidad de carga de algunas variables se han sobrepasado y esto afecta a la percepción del turista.
- Desequilibrios entre inversiones necesarias para mantener la calidad ambiental y de la oferta turística del destino.
- Pérdida de calidad de la experiencia turística que proporciona.
- Pérdida de rentabilidad económica del destino en su conjunto.

Desde la perspectiva de enfoque del destino como experiencia integral ha venido alineado de la transformación del modelo turístico tradicional. Según Ávila, R. y Barrado, D.A (2005) tradicionalmente la posibilidad de desarrollo turístico procedía de que el destino tuviera algún recurso natural (playa, clima, montaña, etc.) o histórico (grandes monumentos, museos, etc.) y la razón del desplazamiento de un turista era "ver algo".

En la actualidad el turismo es entendido como una actividad más compleja y participativa, donde el desplazamiento se concibe como ir a un lugar para "hacer algo". De esta manera se hace necesario que los destinos actúen construyendo productos que merezcan la pena experimentar, ofreciendo una vivencia integral al visitante. El turismo vendrá, por tanto, determinado por esta nueva perspectiva y el destino deberá convertirse en la experiencia en sí misma, donde la oferta turística existente toma un papel relevante.

Santesmases, M., Sánchez, A. & Valderrey, F. (2014) argumentan sobre fundamentos del marketing y los elementos que lo integran, además de la comunicación integral de mercados, al igual Fernández, P. (2006) en el libro la gestión del marketing de servicios argumentan sobre los elementos de gestión del marketing, por lo que se deduce que la gestión de un destino turístico varía de acuerdo a su situación y necesidades particulares. Sin embargo, se deduce a través de los autores estudiado que existen tres aspectos básicos que deben ser considerados como prioritarios en la gestión de un destino turístico competitivo tales como:

Planificación y desarrollo del destino: Establecer el plan de trabajo o plan de acción del destino ejecutado por el ente gestor, contemplando una agenda de corto, mediano y largo plazo. De esta manera se logrará consensuar estrategias, proyectos e inversiones turísticas que logren mejoras en infraestructura, desarrollo de capacidades y la competitividad del destino.

Desarrollo de productos y servicios turísticos: Desarrollar productos y servicios, de acuerdo al mercado turístico, que definan los ejes centrales de acción del destino y constituyan una experiencia excepcional para el turista.

Promoción y comunicación del destino turístico: Desarrollar, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, estrategias de promoción y comunicación del destino turístico, que contribuyan a su posicionamiento en los segmentos de mercado objetivos.

Revisiones de estudios ejecutados permitirán comprender el comportamiento de un destino turístico dependiendo de su entorno, del turista y del propio destino como está concebido dependiendo del investigador y de la línea de investigación.

Los consumidores maximizan el valor, dentro de los límites que impone la búsqueda de costos, el conocimiento limitado, la movilidad y el ingreso; se forma una expectativa de valor y actúan en consecuencia. (Kotler, 2001)

Estudio de realizado del comportamiento del consumidor por Carlota Lorenzo (2006) a partir de valoraciones y criterios fundamentados en estudios realizados por Brown, M.; Pope, N. y Voges, K. (2003) que existen seis tipos de consumidores virtuales entre ellos están conciben los consumidores personalizados, los recreativos, los económicos, los orientados a la comunidad, los apáticos y los recreativos, implicados y orientados a la convivencia. Estos tipos de consumidores tienen similitud con los consumidores de un destino turísticos, pues partes de ellos son consumidores virtuales que perciben desde la posición virtual la percepción del destino.

Los afectos y cognición del consumidor son dos tipos de respuestas mentales que los consumidores experimentan con respecto a los estímulos y eventos de su ambiente. El término afectos se refiere a los sentimientos que se tienen hacia esos estímulos y eventos, como el agrado o desagrado en relación con un producto. La cognición abarca los pensamientos, como las creencias relativas a un producto.

Callado (2004) en su libro de Mercadotecnia tercera y cuarta edición argumenta que el comportamiento del consumidor son actos, procesos y relaciones sociales sostenibles por individuos, grupos y organizaciones para la obtención, uso y experiencias consecuentes con productos, servicios y otros recursos.

Modelo de evaluación del comportamiento del consumidor en el turismo.

En modelo de Yiannakis (1992), combina criterios comportamental y motivacional. De igual forma, se identificaron las categorías centradas en un turista que busca diversión en un ambiente tranquilo o, alternativamente, estimulante.

En este modelo se destaca la importancia que tiene la *motivación*, entendida como un elemento subjetivo; por tanto, es pertinente tener en cuenta la definición de *turismo* desde una perspectiva psicológica. Según (Ryan, 1991), el turismo es el medio por el que las personas buscan una recompensa de tipo psicológico, derivada de la experiencia temporal de nuevos lugares y situaciones.

De este modo, se reconoce la utilidad de los *factores push del mercadeo* o de empuje, los cuales se manifiestan tras la necesidad de *escape* del ambiente cotidiano como el estrés y la vida laboral que corresponden al sujeto psicológico.

(Beni, 2007) definió el sistema de turismo (SISTUR) como un conjunto de procedimientos, ideas y principios ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo. En esta conceptualización del sistema de turismo se destaca el elemento cliente. En los modelos de gestión estratégica está altamente jerarquizado este concepto, porque con sus inputs que determinan su comportamiento (necesidades, deseos, expectativa, satisfacción) optimizan la configuración del sistema y lo retroalimentan con la participación directa en el proceso.

Tocquer, G. y Zins, M. (1987) en sus estudios del marketing turístico aborda sobre un estudio del comportamiento del consumidor, donde luego realizan un análisis de las variables que influyen en el comportamiento del turista a través del modelo estímulo-respuesta, otros autores como Kotler, P. (1995) contribuye a este modelo de "**caja negra**", por lo que el mencionado modelo estímulo-respuesta para explicar el comportamiento en el mercado turístico y la forma en que se manifiestan a la existencia de variables internas, externas y de marketing. Con respecto a las variables de marketing, también denominados factores estimulantes del consumo, éstas actúan cuando se dan las condiciones mínimas imprescindibles para que se origine una demanda. Entre dichas condiciones destacan la capacidad adquisitiva y la disposición de tiempo libre. Esteban Talaya, A. (1996)

Estas variables serían las siguientes:

- ✓ Variables externas: económicas, políticas, legales.
- ✓ Variables personales: edad, fase del ciclo de vida personal, profesión, personalidad, estilo de vida.
- ✓ Variables culturales: cultura, subcultura, religión.
- ✓ Variables psicosociológicas: grupos de referencia, familia.
- ✓ Variables psicológicas: necesidades, motivaciones, percepciones, actitudes, aprendizaje.
- ✓ Variables de marketing: producto, precio, comunicación y distribución

Por otro lado consideraremos en el criterio de Dann, G. (1977), por su parte, establece la existencia de dos tipos de factores que inciden sobre el comportamiento del turista:

- Los factores "push" o factores de tipo psicológico, que son aquellos que provocan en el individuo el deseo de viajar.
- Los factores "pull" o de tipo cultural, que condicionan la elección del destino.

El modelo de toma de decisiones del consumidor de Leon G. Schiffman & Lazar Kanuk, (2010) se visualiza en tres fases distintas aunque entrelazadas: las fases de *entrada*, de *proceso* y de *salida*.

La fase de *entrada* influye en el consumidor para que reconozca que tiene la necesidad de un producto, y consiste en dos fuentes de información principales: las campañas de marketing de la empresa (el producto mismo, su precio, su promoción y el lugar donde se vende) y las influencias sociológicas externas sobre el consumidor (familia, amigos, vecinos, otras fuentes informales y no comerciales, clase social y pertenencia a grupos culturales y subculturales).

La fase de *proceso* del modelo se centra en la forma en que los consumidores toman decisiones. Los factores psicológicos inherentes a cada individuo (motivación, percepción, aprendizaje, personalidad y actitudes) afectan la manera en que los estímulos externos de la fase anterior influyen en el hecho de que el consumidor reconozca una necesidad, busque información antes de la compra y evalúe las alternativas. A la vez, la experiencia obtenida durante la evaluación de alternativas afecta los atributos psicológicos del consumidor.

La fase de *salida* en el modelo de toma de decisiones del consumidor se compone de dos actividades, después de la decisión, estrechamente relacionadas: el comportamiento de compra y la evaluación posterior a la compra. La prueba es la fase exploratoria del comportamiento de compra.

Los servicios hoteleros y gastronómicos cumplen un rol relevante en la sostenibilidad del destino Sucre-San Vicente, pues de la eficiencia y eficacia de estos, los resultados serán de beneficio para la provincia de Manabí, aportando tanto a su rentabilidad, como a su posicionamiento en el mercado y en la fidelización de los consumidores. Por tal razón el

objetivo del presente trabajo es identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor respecto a la visita de un destino turístico.

Materiales y métodos.

Método sintético que desde su concepción determina un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos, donde en este caso parte de las dos variables que integran el tema investigativo que desde su estudio del estado de arte gestione la actividad comercial del destino turístico Sucre-San Vicente. Se sintetizó las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que someterá a prueba o que aporte desde lo conceptual al estudio del comportamiento del consumidor para mejorar la posición de un destino turístico.

Método comparativo que desde su conceptualización se reconoce como un procesamiento de búsqueda de similitudes y comparaciones sistemáticas con el objeto de encontrar parentescos y se basa en la documentación de múltiples casos para realizar análisis comparativos, en este caso muy particular será desde el estudios de bibliografías referentes al tema investigativo que aporte significativamente a esta temática como referencia al proceso de comportamiento de los consumidores del destino turístico Sucre-San Vicente.

RESULTADOS

Las revisiones de trabajos realizados han permitido un estudio para definir que los destinos que no consiguen mantener la infraestructura necesaria o que construyen una infraestructura inapropiada corren importantes riesgos.

Estudio realizado en el destino para evaluar el posicionamiento web de las empresas que brindan servicios hoteleros partiendo del análisis del catastro del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) y del levantamiento del MIDUVI post terremoto 16A. Estructurada la investigación en tres fases y mediante el método deductivo se procedió evaluar la presencia web a partir de las categorías de las empresas hoteleras, en la primera fase se determinó que el 77% de las empresas no cuentan con representatividad en la página web. En la segunda fase se realizó la auditoría SEO fue medir el nivel de optimización de la página a través de 23 métricas donde en el cuadrante superado estuvo representado por un total de 50% de aciertos, el cuadrante de error un total de 22% aciertos y en el cuadrante de advertencia un total de 28% aciertos por lo que estos pueden ser superados con la asistencias de especialista en el tema para mejorar el posicionamiento web. La tercera fase se verifico el nivel de tráfico de clientes, el mejor evaluado fue para la Casa del Sol que represento un 100% de redes sociales y Chirije con un 89,34% de tráfico orgánico, solo el 10,66% tuvo nivel de representatividad en redes sociales; los demás empresas hoteleras se mantienen con un 100% en el tráfico orgánico.

Estudios sobre la sostenibilidad de los servicios hoteleros en su entorno sociocultural según los resultados obtenido se determinó que después del terremoto el 16 de abril del 2016 quedaron en un mayor número las pensiones que representaron del total el 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 del destino Sucre San Vicente.

Por su parte en los últimos años, los hoteles del Ecuador se han incrementado debido a un mayor movimiento turístico y el aumento en cadenas internacionales e inversionistas nacionales le han apostado a Ecuador como un destino privilegiado. Según estudios en noviembre de 2014 se registró con respecto a noviembre de 2013, igualmente en el

periodo de enero a noviembre del 2014 alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior llegada de extranjeros al país, que a partir del 2016 en la zona costa del país debido al terremoto existió pérdida en infraestructuras tanto hoteleras, gastronómicas, de empresas y negocios que afecto notablemente la actividad turística.

Manabí se encuentra situada en la región Litoral o Costa, está formada por 22 cantones y 53 parroquias rurales. Según datos del MINTUR en el año 2015 fue la segunda provincia del Ecuador con un mayor número de servicios de hospedajes, registrada con 649 establecimientos hoteleros y un número de plazas de cama de 2.8027.

Según datos del MINTUR desde Enero a Diciembre del año 2017 hubo un total de 1'617.914 personas que visitaron el país, en el 2018 existió un total de 2'428.536 turistas y en lo que corresponde a 2019 hasta el mes de Abril existe un total de 682.929 visitantes. Entre los países registrados con el mayor número de llegadas al Ecuador son Estados Unidos con 91.995 turistas, España con 23.625, Canadá 12.372, Alemania 9.994 y Reino Unido con 6.970 visitantes

Referente al feriado carnaval 2019 los principales destinos turísticos fueron los siguientes: Quito (7%), Ambato (6%), Salinas (5), Guayaquil (5%), Atacames (5%), Santa Elena (4%), Manta (3%), Riobamba (3%), Guaranda (3%) y Santo Domingo (2%), completando un 43%, los otros 57% abarca los otros puntos de país. (MINTUR, 2019). Así mismo entre los balnearios que presentaron alto nivel de visita fueron: Tonsupa, Atacames, Same y Tonchigüe en lo que corresponde a Esmeraldas; montaña, Ayangué, Salinas y Libertador Bolívar en Santa Elena; Manta y Puerto López en Manabí, es importante mencionar que la intervención de artistas internacionales realizadas en ese tiempo, brindaron alegría y diversión a los visitantes. (El telégrafo, 2019)

DISCUSIÓN

Desde una amplia perspectiva en el sector turístico con respecto a los cambio de los comportamientos del consumidor en los diferentes destinos, y estudiando desde el panorama mundial al local, establecer comparaciones claras que nos permitan consolidar una operación turística que vaya en expansión constante y gran vitalidad para que exista un desarrollo que nos permitan identificar y conocer esos factores que influyen el comportamiento del consumidor en la visita del destino turístico, parte en base a una planificación que evidencie resultados, se ha tomado cifras según estudios en noviembre de 2014 a noviembre de 2013, en lapsos de periodos , no ha existido un variación que alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior en llegada de extranjeros al país, esto en auge de turismo en el Ecuador y el trabajo conjunto del sector privado en lo hotelero que permita a los turistas comodidades propias de su estancia en los distintos lugares, aunque a partir del 2016 en la zona costa del país debido al terremoto existió pérdida en infraestructuras tanto hoteleras, gastronómicas, de empresas y negocios que afecto notablemente la actividad turística, esto como antecedentes.

Ahora Según el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “(PLANDETUR) 2020”, el potencial turístico en el país se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural. Con proyecciones según instituciones públicas del Ecuador podemos dar acercamiento a una planificación eficiente con los recursos ávidos respecto a la empresa privada, pública y estamentos reguladores políticos de crecimiento.

En la actualidad estamos evidenciando una creciente en el sector turísticos puesto que entre los países registrados con el mayor número de llegadas al Ecuador son Estados Unidos, España, Canadá, Alemania y Reino Unido en escala de mayor a menor con respecto a número de visitas, además 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 del destino Sucre San Vicente, debido a que están en lapsos de reconstrucción o remodelación de las edificaciones aunque en algunos casos por falta de un financiamiento no es posible más aun cuando no cumplían con el seguro de edificación.

Las revisiones de trabajos realizados han permitido un estudio para definir que los destinos que no consiguen mantener la infraestructura necesaria o que construyen una infraestructura inapropiada corren importantes riesgos. El sector turístico va por mejoras en todos sus procesos y estar a la vanguardia de líneas internacionales en todos sus aspectos hacen que el Ecuador sea un destino exclusivo para sus visitantes, además se procedió evaluar la presencia de medios digitales a partir de las categorías de las empresas hoteleras, en la primera fase se determinó que el 77% de las empresas no cuentan con representatividad en medios digitales, esto provoca la falta de representatividad y el posicionamiento necesario para ser un destino referente, para atraer visitantes, dinamizar economías, mantener prospectos, y redituabilidad de los turistas.

CONCLUSIONES

El sistema de turismo supera las relaciones existentes entre sus conceptos básicos de oferta y demanda, puesto que integra las decisiones de los visitantes de regiones externas que se encuentran influenciados por las expectativas, pese a estas concepciones tenemos que después del terremoto el 16 de abril del 2016 quedaron en un mayor número las pensiones que representaron del total el 23%, seguidas de los Hoteles, Hostales y Hostales Residenciales con un 18% cada uno, Hosterías en 14% y Cabañas en un 9%, las cuales pueden ser superiores o inferiores a lo encontrado en cada destino según su infraestructura, superestructura y las relaciones ambientales que conjugan; todo ello llevara a los turistas a considerar la redituabilidad del destino y con ello a generar mayor desarrollo local producto de los intercambios comerciales producidos y consumidos dentro del modelo.

El sector turístico y las organizaciones que están dentro de ellas deben de conocer, la importancia de generar estrategias de venta y de comunicacionales, aunque en la primera fase de un estudio se determinó que el 77% de las empresas no cuentan con representatividad en medios digitales, fortalecer estos canales para que tengan el objeto de que los turistas reales y potenciales conozcan y valoren las cualidades distintas de los destinos o productos, y de que los costes de prospección en los que incurran para adquirirlos sean mínimos, esto para dar al cliente un coste beneficio para la satisfacción del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

Blanco, R. (2012). *Planificación de destinos turísticos maduros*. Consideraciones para su reconversión. En Vera, F. y Rodríguez, I. (Eds.), *renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras*. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades (pp. 19-36). Valencia: PUV Universitat de Valencia.

Brown, M.; Pope, N. Y Voges, K. (2003). "Buying or browsing? An exploration of shopping orientations and virtual purchase intention", *European Journal of Marketing*, 37 (11/12), 1666–1684.

Dann, G. (1977): "Anomie, ego-enhancement and tourism". *Annals of Tourism Research*, nº 4, pp. 184-194.

El telégrafo. (6 de Marzo de 2019). *Turismo por feriado de Carnaval generó \$ 67 millones*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/personas-viajaron-pais-carnaval-2019>

Fernández, Pablo & Héctor Bajac (2006). *La gestión del marketing de servicios: Principios y aplicaciones para la actividad gerencial*. Montevideo, Uruguay. ISBN: 950-641-424-6

Fischer de la Vega, Laura Estela & Callado, Jorge (2011). *MERCADOTECNIA*. Cuarta edición. Mexico, D.F. ISBN: 978-607-15-0539-2

Gallego Galán, I. (2015). *Tesis doctoral. Málaga*: Universidad de Málaga. Obtenido de Vulnerabilidad de los destinos turísticos propuesta de un Sistema de indicadores para su gestión:

https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10344/TD_Gallego_Galan.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Garay, L. (2007) *El Ciclo de Evolución del Destino Turístico*. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña. Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, España

Kotler, Philip (2001). *Dirección de Mercadotecnia Análisis, Planeación, Implementación Y Control*. Octava Edición.

Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk (2010). *Comportamiento del Consumidor* Décima Edición, Escuela de Administración Turística, Economía y Negocios Universidad Anáhuac del Norte, México. Pearson ISBN: 978-607-442-969-5

MINTUR. (2019). *Boletín de feriado*. Obtenido de Estimaciones preliminares del turismo en Ecuador feriado: Carnaval 2019: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Feriados/2019/FERIADO-CARNAVAL.pdf>

Parra, E., Melchior, M. y Fuentes, M.L. (2010). *Dinámicas de transformación de un destino turístico maduro*. En Hernández, R. y Santana, A. (Coord.) *Destinos turísticos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canarias* (pp. 217-231). La Laguna: Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad de la Laguna.

Ruiz de Maya, Salvador (2001). *El comportamiento del consumidor en Marketing*. Del método científico a su posición en la empresa. Universidad del Valle.

Santesmases Mestre, Miguel & Sánchez Guzmán, Adriana & Valderrey Villar, Francisco (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*, Primera Edición Ebook México. ISBN: 978-607-438-880-0

ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDO PARA GERENCIAR PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL DESTINO SUCRE – SAN VICENTE

AUTORES:

Farías Mendoza Liceth Carolina
e1755439294@live.ulead.edu.ec

Villacís Domínguez Ana Lucía
e13147774421@live.ulead.edu.ec

TUTORES:

Frank Ángel Lemoine Quintero
frank.lemoine@ulead.edu.ec

Norma Rafaela Hernández Rodríguez, Dra.C.
norma@uo.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo desarrollar estrategia de marketing de contenido que permita gerenciar productos turísticos en el destino Sucre – San Vicente, con la finalidad de fortalecer tanto la actividad turística como empresarial en la zona objeto de estudio. Para lo cual se utilizó el método analítico-descriptivo partiendo del análisis de las conceptualizaciones del turismo sostenible, además de la identificación de los atractivos turísticos como elemento que contribuye a posicionar al destino para su gestión turística y que a su vez permita describir las potencialidades de los recursos y atractivos turísticos existente a nivel de cada Cantón objeto de estudio.

(Di Genova, 2016) El marketing de contenido es la creación y difusión de contenido, que a través de páginas webs, blogs, redes sociales o email marketing, llega a los usuarios y le aportan un valor añadido. El contenido se genera para atraer a los usuarios y convertirlos en clientes.

Entre sus beneficios puedes: aumentar el posicionamiento de tu web en buscadores, generar más tráfico a tu web y ser referente en el sector que manejas.

Palabras clave: estrategia, gerenciar, marketing, actividad turística.

SUMMARY

The objective of this research was to develop a content marketing strategy that allows the management of tourism products in the Sucre - San Vicente destination, with the aim of strengthening both tourist and business activity in the area under study. For which the analytical-descriptive method was used starting from the analysis of sustainable tourism conceptualizations, besides the identification of the tourist attractions as an element that contributes to positioning the destination for its tourist management and that in turn allows to describe the potentialities of resources and tourist attractions existing at the level of each Canton object of study.

(Di Genova, 2016) Content marketing is the creation and dissemination of content, which through websites, blogs, social networks or email marketing, reaches users and provides added value. Content is generated to attract users and convert them into customers.

Among its benefits you can: increase the positioning of your website in search engines, generate more traffic to your website and be a reference in the sector you manage.

Keywords: strategy, management, marketing, tourist activity

INTRODUCCIÓN

(Sordo, 2017) El marketing de contenidos necesita mano de obra, por lo tanto, el primer paso es averiguar quién será el líder del programa. La estructura del equipo no es universal y depende en gran medida del tamaño de tu empresa, equipo de marketing y presupuesto.

(Cajal, 2016) Las estrategias de marketing turístico están evolucionando rápidamente en los últimos años y las empresas de turismo tienen un gran reto por delante para no quedarse al final de la cola. Conocer las estrategias y tendencias en el marketing y el turismo es la clave para ganar la partida.

Este presente artículo tiene como finalidad desarrollar estrategia marketing de contenido para fortalecer la actividad turística tanto de los cantones Sucre y San Vicente. Teniendo claro que El marketing de contenido es “Una técnica de marketing que consiste en la creación y distribución de contenido valioso, pertinente y coherente para atraer y adquirir un público definido con claridad, con el objetivo de impulsar la acción rentable de los clientes” (PULIZZI, 2018)

El marketing turístico se encarga de descubrir la necesidad del turista y desarrollar los servicios adecuados. El turismo debe estar conectado con el mundo digital, porque los

clientes están en las redes sociales o web y se encuentran buscando nuevos lugares para conocer, opiniones de viajeros que ya hayan visitado el destino y hablar directamente con las marcas es decir personas que ya hayan vivido estas experiencias de conocer estos destinos como lo son los cantón Sucre y San Vicente que se encuentran en la Región Costa ubicada en la Provincia de Manabí la misma que cuenta con 22 cantones, con una densidad poblacional de 57,159.00 habitantes en el cantón sucre y en San Vicente con una cantidad de 22,025.0 habitantes.

Sucre conformado por tres parroquias dos urbanas una es cabecera cantonal nombrada Bahía de Caraquez y la otra es Leónidas Plaza, en la zona rural esta Charapotó y San Isidro ambas con una infraestructura típica de la zona y con una cultura tradicionalista que ha trascendido desde épocas remotas y es vital importancia para consolidar los destinos turísticos de ambos y aprovechar los recursos naturales, sus cultura, sus playas, su gastronomía, entre otras actividades que constituye una oferta turística atractiva.

La principal actividad económica es la agricultura, ganadería, silvicultura, y pesca que representa en el cantón Sucre representa el 33.86% y en el cantón San Vicente el 35.66% seguido en ambos cantones por la actividad de comercio al por mayor y al por menor de 11.72% y el 11.86% en el cantón San Vicente. La tercera actividad en el destino turístico corresponde a la actividad de alojamiento y servicios de comida que representa del total de actividades el 3.17% y el 5.58%. Actualmente existen 93 comunidades en el Cantón, de estas 43 comunidades se encuentran en la zona urbana, representan el 46% del total de la población. Mientras 50 comunidades se encuentran en la zona rural, representan el 54% del total de la población.

(Oscar Reyes Pérez, 2016) Fundamenta en su análisis que la importancia de incrementar la actividad turística a través de la diversificación de más y nuevos mercados turísticos requiere no sólo encontrar los lugares con atractivos naturales o culturales, también, estudiar las condiciones socioeconómicas y ambientales de tales sitios en donde se pretende fomentar flujos constantes de visitantes. A este respecto, en cualquier proyecto de desarrollo turístico sustentable es de suma importancia considerar la posición que asume la población local y, con base en ello, formular las mejores estrategias.

(Vejsbjerg, 2013) Desde su valoración identifica que los atractivos para visitantes son los principales símbolos e imágenes de los destinos turísticos, y como tales, constituyen un reflejo de la valoración diferenciada de ciertos recursos y lugares, tanto por actores pertenecientes a la comunidad como por otros agentes relacionados al sistema productivo local. Donde se reconoce el atractivo como resultado de un proceso de construcción social.

El 2017 fue declarado por la ONU como el “Año Internacional del Turismo Sostenible para el desarrollo”. Se reconoció al turismo como una herramienta que genera impactos positivos en la calidad de vida de la población local y en la conservación del patrimonio natural y cultural; siendo esto posible si la actividad turística es producto de una planificación estratégica que contempla la construcción de destinos turísticos de forma concertada y participativa entre todos los actores que componen el sistema turístico, según argumentos de (LOMBARDI, 2017)

Continúa manifestando posteriormente que el turismo como sistema tiene en consideración el territorio como uno de sus elementos, el territorio no solamente entendido como un espacio de ocupación, sino como un espacio en el cual se generan diversas dinámicas económicas y sociales, por ello la importancia del ordenamiento territorial como uno de los pilares para la planificación turística.

Cada autor desde su concepción de estudio realizado va argumentando un criterio acerca del atractivo, por supuesto que se enmarcan en un entorno y en una temática específica

donde intervienen varios elementos que potencializan la actividad turística. Donde se direccionan principalmente los estudios del turismo del siglo XXI, hacia un sector muy amplio, con variedad de alternativas, ya no un turismo lejano aquel tradicional turismo que solo está en busca de “sol y playa”, donde cada vez más se prioriza y se busca la experiencia, la cultura y la diversión.

La falencia de contenido eficiente provoca la no efectividad del marketing en la plataforma web. El marketing de contenidos busca construir relaciones que den lugar a mejores oportunidades de negocio y así fortalecer todo tipo de actividad empresarial y turística en la zona objeto estudio con la finalidad de fortalecer la actividad turística en el destino y atenuar los indicadores de pobreza.

El objetivo de esta investigación es desarrollar estrategia de marketing de contenido que permita gerenciar productos turísticos en el destino Sucre – San Vicente, con la finalidad de fortalecer tanto la actividad turística como empresarial en la zona objeto estudio.

MATERIALES Y MÉTODOS.

El método a utilizar es el analítico-descriptivo partiendo del análisis de la conceptualizaciones del turismo sostenible, además de la identificación de los atractivos turísticos como elemento que contribuye a posicionar al destino para su gestión turística y que a su vez permita describir las potencialidades de los recursos y atractivos turísticos existente a nivel de cada cantón objeto estudio. El método descriptivo parte de la conceptualización cualitativa a partir de las variables nivel de ocupación, estado y conservación de la infraestructura realizando a través de la descripción una valoración del estado del atractivo así como de la infraestructura hotelera.

En su estudio sobre las nuevas tendencias del turismo sostenible fundamenta que Ecuador, un país con una estructura productiva muy dependiente del sector primario, con la necesidad de diversificar su matriz productiva y generar nuevos ingresos que mejoren su economía, ha impulsado una serie de iniciativas en el sector turístico. El turismo de masas evidencia importantes problemas como la masificación, la degradación de las costas o la pérdida de calidad en la experiencia turística. Ecuador puede aprovechar las experiencias de otros países, apostando por un modelo turístico más sostenible. Cabe interpretar que son variados los estudios encaminados a potencializar el turismo ecuatoriano en especial en los cantones sucre y san Vicente, pero son múltiples las razones por que este no tenga un mejor posicionamiento e impacto en el mercado, sea cual sea su razón o índole social, cultural o político. Resaltando el papel de las comunidades en buscar alternativas sostenibles a sus negocios y sus deseos de crecer frente a las adversidades hasta demográficas que se han presentado en el país. (MARTÍNEZ,F; VÁZQUEZ,E;, 2015)

Una de las zonas que no ha fortalecido el turismo es la provincia de Manabí, con una extensión ubicada en la parte interior de las costas ecuatorianas, localizada en el emplazamiento centro-noroeste del país. Ofrece 350 kilómetros de playa, bosques húmedos, cabalgatas, deportes náuticos, cultura, arqueología y patrimonio. Ocupa un territorio de unos 19.427 km², siendo la cuarta provincia del país por extensión, denominada como una de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. La economía Manabita se deriva en 37.47% dedicada al sector terciario donde resalta las actividades de comercio al por mayor y menor, alojamiento, la parte turística, enseñanza, transporte, haciendo este sector en su conjunto el más fuerte del Cantón y basándose su fuerza económica en lo urbano.

RESULTADOS

Es importante que entendamos que el marketing de contenidos está enfocado hacia el cliente, al cual deberemos de aportarle contenido relevante que se ajuste a lo que necesita en este caso es crear una marca representativa para estos dos destinos que son Sucre y San Vicente

Las estrategias más relevantes de marketing de contenido para generar productos turísticos en el destino Sucre- San Vicente se presentan de la siguiente manera:

- Definir claramente a quién queremos llegar, quién es nuestro cliente potencial y nuestro cliente ideal en este caso los turistas como tal son nuestro objetivo y esta es una de las partes más importantes ya que tenemos que tener muy claramente qué tipo de perfil queremos atraer con los contenidos que vamos a generar.
- Se requiere crear marca, fidelizar a nuestros clientes aportándoles material de interés y de valor o incluso intentar ganar autoridad y conseguir nuevos clientes en nuestro mercado; estos son los objetivos que podemos marcarnos con el marketing de contenidos. Debemos tener claro para qué sirve el contenido que estamos creando.
- Crear publicidad, generar contenidos entre otros con las palabras clave más relevantes se puede utilizar herramientas como Google Keyword Planner para conocer exactamente cuánto tráfico potencial recibiríamos si posicionamos esos contenidos.
- Planificar las publicaciones que haremos, en qué canales, tipos de contenidos y con qué frecuencia (crear un plan editorial)

Estudios realizados por el Observatorio turístico de la extensión Bahía de Caráquez de la Uleam han relevado desde la concepción científica la denominación de los servicios del sector tanto gastronómico como hotelero en los cantones de Sucre y San Vicente. Trabajos realizados por líderes de proyectos de investigación y el grupo científico estudiantil han corroborado el estado de conservación y la calidad de los servicios en ambos sectores que han permitido generar estrategias tanto de posicionamiento como de crecimiento, de diferenciación, líder de costes, enfoque de bajo coste y diferenciación de bajo coste con la finalidad de mejorar la eficiencia en el sector. Las tablas 1 y 2 muestran la denominación a nivel de hoteles y hostales, así como la denominación a nivel de restaurantes y puestos de comidas existentes en el destino.

Cantón Sucre, Bahía de Caráquez	
Hoteles y Hostales	Servicios Gastronómicos

<ul style="list-style-type: none"> • Hostal Xanadu • Coco Bongo • Buenavista Hotel • Hotel La Piedra • Hotel La Herradura • Hotel Bahia • Hotel Ferrocarril • Hostal Isabela • Hotel Bahia B&B • Hotel La Casa Ey Soul • Hotel Casa Ceibo 	<ul style="list-style-type: none"> • D' Carlos Restaurant • Picanteria • Resturant El Rincon De Belen • La Cuchara De Hugito • El Marinero Restaurant • Big Boy Robin • Pollo Dorado La Lora • El Rey Del Burrito • D' Camaron • Pizzeria Claudia • Cevicheria Del Hermanacho Rotari 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante Ximena • Chifa Gran Muralla • Sabor Criollos • P.P Pico's • Muelle Uno • El Buen Sabor • La Terraza • Puerto Amistad • Picanterias • Asados Pepito • Terraza Yannina • Punto B Cevicheria • Cevichon • Antojitos Pizza • La Posada Bar • Sambuca • Puerto Amistad • H Sport
--	---	--

Tabla 1: Caracterización del servicio a nivel de Bahía de Caráquez.

Como se observa en la tabla 1 en Bahía de Caráquez 40 establecimientos de servicios tanto de hospedaje como gastronómico donde solos 11 infraestructuras pertenecen a las empresas hoteleras que representa el 27.5% del total, siendo el más representativo el sector gastronómico que representa el 72.5% del servicio en la parroquia.

Cantón San Vicente	
Hoteles y Hostales	Servicios Gastronómicos

<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Marinero Inn • Hotel el Velero • Hostal del Mar • Hostal Sebastián • Hostal Bellavista • Hostal Amalur • Hostal Canoamar • Hostal El Rinconcito • Casa Sangri La • Pensión La Casa De Genesis • Hostal Costa Mar • Hostal Macondo Lodge • Hostal Palacio Del Sol • Hostal El Descanso Del Belén • Hostal Restaurante El Jardin • Hostal Playa Azul • Hostal Vista Hermosa • Hostal Mateo • Hostal Katusca • Hostal Palmera Beach • Hostal Posada De Daniel • Hotel Rio Mar 	<ul style="list-style-type: none"> • Isla De Briceño Vía Canoa • Bar The Buchaus Beach • Bar Oasis • Bar Restaurante Surf Shak • Cabaña Restaurante Dilan • Cabaña Destino Azul • Cabaña Resturante La Gabiota • Bar Restaurante “ Suki Bar” • Cabaña Picanteria Arena Caliente • Cabaña Y Cevicheria Saboréame • Cevicheria Calamar • Bar Restaurant Coraima • Comedor La Esquina Del Sabor • Comedor El Panita • Pizza Surf • Soda Bar Y Pizzería La Tia • Pizzeria Marea Baja • Restaurant Petizo El Original • Restaurante Doña Fatima • Restaurante La Fortaleza • Restaurante El Paraíso De Nohelia • Restaurante Santa Fe • Restaurante Italiana La Casona 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante Mar Azul • Restaurante La Delicia De Sofía • Restaurante Poseidón • Restaurante Delicia Del Mar • Restaurante Aloah Bar • Restaurante Brisas Del Mar • Bar Restaurant The Rock • Bar Restaurante Café Flor • Restaurante Campo Mar • Restaurante Kady Luz • Restaurante Cielito Del Pacifico • Restaurante Costa Azul • Restaurante El Delfin • Restaurante Elo • Restaurante Gemita • Restaurante Jharlin • Restaurante Jhoana • Restaurante La Canoa
---	--	---

<ul style="list-style-type: none"> • Hostal Posada Olmito • Hostal Mi Sol • Pensión Sarita • Hostal Lalo Beach • Hostal Canoa Atopa • Hostería Canoa • Hostería Montañita De Canoa • Hostería Sol Del Rio • Hotel Canoa Wonderlan • Hotel Sharit • Hotel Baloo • Hotel Bambu • Hotel Cabaña Cuyabemo • Hosteria Caida Del Sol • Hostal Canoa • Hotel Canoa's Inn • Hostel Coco Loco • Hotel Coco Nut • Hotel La Vista • Hostal Paraíso Canoa • Hotel País Libre • Hotel Camaleón • Hotel Paraíso 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante Asadero Su Pollo • Bar Restaurante Charles • Restaurante El Gourmet • Kiosko Comedor La Colombio • Chifa China 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante La Choza • Restaurante Lolita • Restaurante Aquí En Bachita • Restaurante Mar Bella • Restaurante Torbellino • Restaurante Ac • Bar Comedor Claudia • Bar Comedor Alexandra • Restaurante Mar Azul • Restaurante El Asado • Restaurante La Tablita • Restaurante El Petizo
---	--	---

<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Royal Pacífico • Hostal Andrómeda • Hotel Sol Y Luna • Hostería Sundown Beach • Hostal Canoa Green • Hotel Z Mediterráneo • Casa Gred • Hostal Restaurante Estrella Del Mar 		
--	--	--

Tabla 2. Caracterización del servicio a nivel de Bahía de Caráquez.

Del estudio realizado en San Vicente se observa que el servicio más representativo es a nivel de gastronomía con un total de 59 locales que representa 52.2% del total existente en la zona objeto estudio, donde es notorio también el nivel de representatividad de las empresas hoteleras con un 47.8% de representatividad.

DISCUSIÓN

Una de las zonas que no ha fortalecido el turismo es la provincia de Manabí, con una extensión ubicada en la parte interior de las costas ecuatorianas, localizada en el emplazamiento centro-noroeste del país. Ofrece 350 kilómetros de playa, bosques húmedos, cabalgatas, deportes náuticos, cultura, arqueología y patrimonio. Ocupa un territorio de unos 19.427 km², siendo la cuarta provincia del país por extensión, denominada como una de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. La economía manabita se deriva en 37.47% dedicada al sector terciario donde resalta las actividades de comercio al por mayor y menor, alojamiento, la parte turística, enseñanza, transporte, haciendo este sector en su conjunto el más fuerte del Cantón y basándose su fuerza económica en lo urbano. El sector primario, es la segunda fuerza económica con un 34.98% basándose a la actividades pecuarias, de agricultura, selvicultura y pesca, teniendo su fuerte en el área rural. Por consiguiente el sector secundario es el menos fuerte en la parte económica con tan solo el 10.67%, basando este rubro en las empresas de construcción y en las industrias manufactureras. (REDATAM, 2010)

Es notorio identificar que la actividad turística en la ciudad de Bahía de Caráquez es menos representativa que la del cantón San Vicente según los resultados mostrado en la tabla 1 y 2, debido que Bahía de Caráquez solo representa el 26.8% del total de servicios tanto hoteleros como gastronómicos, donde el 27.5% de este total está representado por empresas hoteleras y 72.5% por empresas de servicios gastronómicos. En cambio el cantón San Vicente tiene un total de 109 empresas de estas 52.3% están representadas por empresas o servicios gastronómicos y el 47.7% por empresas hoteleras ubicadas estas en todo el sector playa de San Vicente, Briceño y Canoa. Por lo que se hace imprescindible

utilizar estrategias efectivas de posicionamiento que hagan del marketing de contenido una herramienta participe de orientar y direccionar a estas empresas en un mercado competitivo a nivel nacional e internacional.

CONCLUSIONES

1. En conclusión la presente investigación tiene como objetivo desarrollar estrategia de marketing de contenido que permita gerenciar productos turísticos en el destino Sucre – San Vicente, con la finalidad de fortalecer tanto la actividad turística como empresarial en la zona objeto de estudio.
2. Se logró Identificar los hoteles y restaurantes existentes en los cantones sucre y san Vicente ya que como resultado dieron 153 locales en los destinos de estudio el más representativo se encuentra en la localidad de san Vicente, por lo que se requiere trazar estrategias de contenido y además comunicacional como publicitaria que permitan fortalecer estos destinos turísticos
3. Existe la suficiente infraestructura hotelera y servicios de restaurante pero la falta de capacitación para recibir a los turistas, así también están las políticas vigentes que contribuyen a fortalecer los atractivos existentes, partiendo de un modelo estratégico de destino turístico que responden a fortalecer la gestión del destino implementando las estrategias de contenido ya que estos cantones se puedan capacitar y puedan tener la suficiente comunicación de empresa a empresa

RECOMENDACIONES

1. Elaborar un plan de marketing donde sus prioridades sean implementar las estrategias de contenido para gerenciar productos turísticos en el destino Sucre – San Vicente y así estos dos cantones puedan tener una exitosa afluencia turística y económica.
2. Es importante tener los conocimientos necesarios de cómo funcionan las estrategias de contenido, el plan de implementación y saber transmitir la información de lo que se quiere vender en este caso sería la marca de estos dos cantones objetos de estudio que se realizara de forma atractiva para alcanzar el éxito y tener buenos resultados.
3. Hay que darle a los turistas un buen motivo para acercarse a nuestra marca como ciudad; tratar no simplemente de hacer una descripción muy sencilla, sino más bien llegar a la esencia del público o tipo de cliente que deseamos para así optimizar el turismo en los cantones objetos a estudio

BIBLIOGRAFÍA

- Cajal, M. (21 de octubre de 2016). *Marketing y turismo digital* . Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2016/10/marketing-turistico-10-tendencias-clave-para-tus-estrategias.html/>
- Di Genova, A. (29 de febrero de 2016). *REDRRPP*. Obtenido de 7 técnicas para crear tu estrategia de marketing de contenido para turismo : <https://www.redrrpp.com.ar/7-tecnicas-de-marketing-de-contenido-para-turismo/>
- LOMBARDI, R. (25 de 09 de 2017). INSTITUCIONAL. *Diario Oficial El Peruano*. Obtenido de Turismo sostenible para el desarrollo.
- MARTÍNEZ,F; VÁZQUEZ,E;. (2015). EL TURISMO EN ECUADOR. NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO SOSTENIBLE Y. *Galega de Economía*.
- Oscar Reyes Pérez, J. G. (10 de 03 de 2016). Artículos. *DESTINOS TURISTICOS POTENCIALES EN EL LITORAL DEL PACIFICO SUR OCCIDENTAL MEXICANO: UN DISEÑO CONSTRIDO DESDE ABAJO*. MEXICO:

<http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n32/1870-9036-eps-32-00003.pdf>. Obtenido de DESTINOS TURISTICOS POTENCIALES EN EL LITORAL DEL PACIFICO SUR OCCIDENTAL MEXICANO: UN DISEÑO CONSTRIDO DESDE ABAJO: <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n32/1870-9036-eps-32-00003.pdf>

PULIZZI, J. (11 de 05 de 2018). *MARKETING - VICTOR MARTIN* . Obtenido de MARKETING DE CONTENIDOS : <https://victormartinp.com/marketing-de-contenidos/>

REDATAM. (2010). Sistema Integrado de Consultas del INEC.

Sordo, A. I. (30 de Diciembre de 2017). *HubSpot*. Obtenido de Estrategias de marketing de contenido : <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-marketing-contenidos>

Vejsbjerg, L. (2013). LA IMPORTANCIA CIENTÍFICA EN LA SELECCIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS PATRIMONIALES. UNA VISIÓN DESDE LA ESPACIALIDAD SOCIAL. *REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES*.

MARKETING TURÍSTICO COMO ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL TURISMO EN LA CIUDAD DE BAHÍA DE CARÁQUEZ

AUTORES

Evelyn Carolina Olgún Tenecota
evelyncarolguin94@gmail.com

Gema Monserrate Mero Carrasco
gemamero92@gmail.com

Javier Celestino Vera Jama
tino9514@gmail.com

TUTOR

Edison Rafael Iriarte Vera, Mg.
edison.iriarte@uleam.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación se sustenta en el Marketing turístico como estrategias para promover el turismo en Bahía de Caráquez, la ciudad cuenta con una impresionante variedad escénica en donde se encuentran ecosistemas como el bosque seco tropical, manglares y una sorprendente vida marina por tal razón cuyo objetivo es proponer el uso de estrategias publicitarias para el desarrollo de productos y promociones turísticas en la ciudad de Bahía de Caráquez para impulsar la actividad turística dentro de la misma. Se utilizó el método bibliográfico como referencia para sustentar la información y el cuantitativo, usando una encuesta estructurada y el software SPSS21 para el procesamiento de información, obteniendo como resultado que existe un total del 90% de las personas encuestadas que si identifican los recursos turísticos que posee la ciudad, el 40% tiene identificado los recursos mencionados como la playa, Cerro Seco, Punta Bella, La Cruz y el Faro, el 80% respondieron que el Gobierno no ha brindado apoyo para la aplicación de estrategias de marketing.

Palabras claves: Marketing, turismo, accesibilidad, conjunto, expansión.

ABSTRACT

The present research is based on Tourism Marketing as strategies to promote tourism in Bahía de Caráquez, the city has an impressive scenic variety where ecosystems such as the tropical dry forest, mangroves and an amazing marine life are found, for this reason the objective is to propose the use of advertising strategies for the development of products and tourist promotions in the city of Bahía de Caráquez to boost tourism activity within it. The bibliographic method was used as a reference to support the information and the quantitative one, using a structured survey and the SPSS21 software for the information processing, obtaining as a result that there is a total of 90% of the surveyed persons that identify the tourist resources that owns the city, 40% have identified the resources mentioned as the beach, Cerro Seco, Punta Bella, La Cruz and El Faro, 80% responded that the Government has not provided support for the implementation of marketing strategies.

Keywords: Marketing, tourism, accessibility, set, expansion.

INTRODUCCIÓN

Witt & Moutinho (1995) definen al marketing turístico como el proceso a través del cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos.

De este modo se alcanza simultáneamente la satisfacción del turista y las metas de las organizaciones. El marketing turístico se forja para convencer con naturalidad de las mejores cualidades del lugar que se puede visitar. La variedad de puntos destacables para convencer es muy importante. Sin embargo, el conocimiento detallado de las variables informativas y emocionales que se emplean para convencer al cliente es parte de la formación que da un máster en marketing turístico. (Neetwork.com, 2019). De acuerdo a los criterios de los autores anteriores se manifiesta que el marketing turístico es el que se encarga de volver atractivo a un destino con la finalidad de captar la atención de un público objetivo mediante el conjunto de procesos enfocados desde la parte turística hasta la comercial que posee un país, ciudad o zona.

Es importante mencionar que el marketing turístico no es lo mismo que el marketing de destino debido a que el turístico se encarga de realizar estrategias para publicitar no solo destinos turísticos, sino también la parte hotelera, comercial y otros factores que complementan al lugar, mientras que el marketing de destino solo se enfoca por vender la parte turística que posee una zona.

El marketing turístico aliado con las nuevas tecnologías de la comunicación es una herramienta favorable para poner en circulación todos los aspectos novedosos y destacados del producto turístico. (Zárate, 2018)

Se realiza con la finalidad de incrementar las estrategias publicitarias para poder desarrollar los pequeños y grandes productos y promociones turísticas en la ciudad de Bahía de Caráquez con el fin de impulsar la actividad turística dentro de la misma. (MINTUR, 2018)

Para Altés (1995) los aspectos más estudiados dentro del marketing turístico son:

- Consumidor: Movimiento turístico, perfil del turista, las motivaciones que tiene al momento de escoger un destino, hábito de información, compra y consumo de la demanda real o potencial, gasto turístico, etc.
- Oferta: Imagen de la oferta, estudiar la valoración de distintos atributos de dicha oferta.
- Estudio de la competencia
- Incidencia del turismo en la economía del destino (Volumen de negocio, empleo, masa salarial, evolución de los precios, etc.)

El marketing es una pieza fundamental de la industria turística para generar negocio y oportunidades, para la sensibilización, motivación y convencimiento para poner a conocimiento de los posibles clientes potenciales, visitantes o viajeros cada uno de los valores de alojamiento o un destino en el mapa. Pone en contacto a quienes deseen una experiencia en otro lugar con quienes pueden promocionar profesionalmente. Y para los que desean hacer carrera o mejorar sus opciones turísticas. (DIMEO, 2018)

El marketing turístico puede llamar la atención (sensibilizar) sobre un aspecto único de una zona de interés. Una sensibilización que puede orientarse a la comercialización de promociones turísticas en curso que cuentan con un periodo de ofertas limitado. Sensibilizar para atraer. La incitación para adquirir los paquetes turísticos puede ser muy variada. Explotar las diferencias con respecto a otros destinos o las expectativas de unas experiencias de viaje únicas, pueden ser el centro de la motivación final del usuario para adquirir unos servicios turísticos.

Una de las problemáticas que se presentan actualmente las empresas turísticas es el poco uso de estrategias de marketing para promover un destino turístico, para esto es importante tener en cuenta que la publicidad y los medios digitales cumplen un papel fundamental dentro del sector turístico, debido a que además de ofertar un destino, brinda

información de los servicios que existen dentro de una ciudad con la finalidad de captar clientes potenciales y que sientan la necesidad de visitar dicho destino.

Actualmente las redes sociales son unas de las fuentes principales en el sector turístico debido a que permite socializar de manera pública las experiencias obtenidas en un destino y a su vez generar expectativas hacia un mercado potencial, generando una oportunidad de visita. Por tal razón una de las principales estrategias del Marketing turístico es el uso de medios digitales para ofertar un punto turístico más los servicios que se encuentran en el entorno los cuales hacen que un ambiente sea confortable para los visitantes.

La ciudad de Bahía de Caráquez se encuentra ubicada en el centro de la costa Ecuatoriana, provincia de Manabí, en la desembocadura del río Chone. Cuenta con una impresionante variedad escénica en donde se encuentran ecosistemas como el bosque seco tropical, manglares, y una sorprendente vida marina. Rodeada de una fantástica naturaleza que conjuga con la belleza arquitectónica de su ciudad lo cual le da un toque mágico.

Bahía de Caráquez posee diferentes atractivos turísticos como son sus playas, hoteles, museo, mirador la Cruz, reserva biológica Cerro Seco, Punta Bellaca, El Faro, sin embargo estos atractivos no están siendo promocionados y publicitados de manera adecuada, por tal razón el objetivo de este trabajo es proponer el uso de estrategias publicitarias para el desarrollo de productos y promociones turísticas en la ciudad de Bahía de Caráquez para impulsar la actividad turística dentro de la misma.

Hoy en día se vive la era digital y una de las alternativas para promocionar un destino Turístico es por medio de estrategias publicitarias utilizando las redes sociales para publicitar con la finalidad de enganchar emocionalmente a un público objetivo y que este a su vez sienta la necesidad de visitar dicho lugar para satisfacer sus necesidades y por ende obtener una experiencia por medio de las percepciones captadas.

También se recalca aplicando storytelling usando lenguaje visual presentado de tal forma que trasmite la experiencia de visitar estos atractivos en la ciudad de Bahía de Caráquez

MATERIALES Y MÉTODOS

Se utilizó el método científico realizando una revisión bibliográfica que sustente la investigación, el método cuantitativo en el cual se procedió a realizar una encuesta estructura de siete preguntas tomando una muestra de 30 personas entre visitantes y residentes de Bahía de Caráquez cuyo objetivo es conocer si las personas tienen conocimiento del uso de estrategias que se aplican en la zona.

RESULTADOS

Se procedió a realizar una recopilación de información por medio de encuestas tomando como referencia un total de 30 personas entre habitantes de Bahía de Caráquez y turistas.

¿Tiene usted identificado algún recurso turístico en la ciudad de Bahía de Caráquez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	27	90,0	90,0
	No	3	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

El 90% de las personas encuestadas respondieron que si tienen identificado recursos turísticos que existen en Bahía de Caráquez, mientras que el 10% respondió que no tenía conocimiento de dichos recursos.

¿Cuál de los siguientes recursos tiene identificado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Playa Bahía	4	13,3	13,3
	Cerro Seco	2	6,7	20,0
	Punta Bellaca	3	10,0	30,0
	La cruz	3	10,0	40,0
	El Faro	6	20,0	60,0
	Todos	12	40,0	100,0
	Total	30	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En lo correspondiente a los recursos identificados en la ciudad de Bahía se evidencia que su playa tiene un 13.3% de identificación, la Reserva Biológica Serró Seco con el 6.7%, Punta Bellaca el 10%, Mirador La Cruz con un 10%, el Faro cuenta con el 20% y el un 40% indicó que tiene conocimiento de todos los recursos anteriormente mencionados.

¿Cree usted que el Gobierno ha brindado apoyo para iniciar las nuevas estrategias de marketing turístico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	6	20,0	20,0
	No	24	80,0	100,0
	Total	30	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En lo correspondiente si el gobierno ha brindado apoyo para iniciar las nuevas estrategias de marketing turístico un 20% respondió que el gobierno si brinda apoyo, pero un 80% de las personas encuestadas respondió que no reciben ayuda.

¿Cuáles fueron las estrategias que se usó para reactivar y promover el turismo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hacer promoción	20	66,7	66,7

Esperar la ayuda del Gobierno	6	20,0	20,0	86,7
No hacer nada	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En el conocimiento de las estrategias que se usó para reactivar y promover el turismo entro el 66.7% manifestó que una de las estrategias que se usa es hacer promoción, el 20% indico que espera la ayuda del gobierno, mientras que el 13.3% respondió que no hace nada.

DISCUSIÓN

Se evidencia que el 40% de las personas identifican todos los recursos de la ciudad, entre estos se encuentran la playa, Cerro Seco, Punta Bellaca, Mirador la Cruz y el faro, sin embargo estos recursos no están siendo promocionados debidamente por lo que se considera que existe una carencia de estrategias marketing turístico para evidenciarlos, para esto se realizó un estudio identificando al Faro como el lugar más visitado por turistas nacionales y extranjeros que concurren a la ciudad de Bahía de Caráquez para así hacer unas buenas propuestas para el lanzamiento de unas nuevas promociones dentro de los destinos. La gestión y el marketing de un destino turístico de éxito no es el fruto de una receta mágica, ni siquiera de una poción milagrosa “No existen”. El éxito de un destino turístico se basa en el trabajo constante, dedicación, capacidad de escucha, autocrítica y, sobre todo, en la voluntad de adaptarse a un entorno cambiante. La gestión y el marketing de los destinos turísticos necesitan una estrategia precisa, con objetivos que alcanzan mucho sentido común. Con los métodos aplicados se busca dar otra imagen a la ciudad, aplicándolo a pequeñas y grandes empresas que serán beneficiadas de este tipo de publicidad empleando marketing turístico y marketing experiencial para promoción de los mismos. Las estrategias que se pueden aplicar son la creación de una página web que brinde información referente a los atractivos turísticos y sus diversas actividades a realizar además se utilizara los medios tradicionales y actuales en comunicación, se elaborara trípticos, volantes, tarjetas, promociones, eventos de presentación que se propagara por medio de las redes sociales que están enlazada con la página web, tomando un mayor alcance para atraer turistas tanto nacionales como extranjeros.

CONCLUSIONES

- Una vez planificada la actividad turística de la zona es necesario ofertar el producto con las estrategias de marketing aplicadas.
- Se puede tener los mejores lugares turísticos pero sin una buena estrategia de marketing turístico no habrá afluencia de turistas en el lugar.
- De nada sirve tener un lugar sino se sabe promocionar, cualquier estrategia de marketing y promoción del producto es fundamental para saber que ese lugar existe y puede ser promocionado.
- Al realizar una publicidad referente a un destino turístico o una ciudad es necesario irlo enlazando con una marca a un territorio, de tal manera que permita visualizar los recursos que esta posee y los servicios disponibles que posee dicho lugar para cubrir y satisfacer las necesidades de la demanda.

BIBLIOGRAFÍA

Altés, M. (1995). *Marketing y Turismo. Introducción al Marketing de Empresas y destinos turísticos*. Madrid: Síntesis.

- Citric consultores. (2016). Obtenido de <https://www.citricconsultores.com/marketing-turistico/>
- Digital, M. (2016). Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4995/1/T1955-MDTH-Barrera-El%20impacto.pdf>
- DIMEO. (2018). Obtenido de <https://dimeodigital.com/2018/12/17/la-importancia-del-marketing-en-el-turismo/>
- Juan, P. (2018). Obtenido de [file:///C:/Users/LAB-TU2/Downloads/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20PEREZ%20PAREDES%20JUAN%20CARLOS%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LAB-TU2/Downloads/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20PEREZ%20PAREDES%20JUAN%20CARLOS%20(1).pdf)
- Merca2.0. (2019). Obtenido de <https://www.merca20.com/entrevista-exclusiva-depegar-com-replantea-su-propuesta-de-valor-para-la-region/>
- MINTUR. (2018). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-actualiza-el-levantamiento-de-atractivos-turisticos-a-nivel-nacional/>
- Neetwork.com. (2 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://neetwork.com/cualidades-de-un-vendedor/>
- OMT. (2014). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982014000100005
- Rousslin. (2016). Obtenido de <http://www.todomktblog.com/2013/06/mkt-turistico.html>
- Witt, S., & Moutinho, L. (1995). *Tourism Marketing and Management*. Prentice Hall: México.
- Zárate, G. (2018). Obtenido de <https://www.euroaula.com/es/importancia-marketing-turismo>

**EL IMPACTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES, ORIENTADO A LAS
MIPYMES DE LA CIUDAD DE CHONE**

AUTORES

Karol Alejandra Palma Muñoz
e1310545601@live.ulead.edu.ec

Juan José Garzón García
e1717701666@live.ulead.edu.ec

Jony David Delgado Zambrano
e1314792308@live.ulead.edu.ec

TUTORES

Katty Gisella Zambrano Alcívar, PhD.
katty.zambrano@uleam.edu.ec

Lenin Andrés Párraga Zambrano, PhD.
Martha Lorena Mendoza Navarrete, Lcda.

RESUMEN

La presente investigación se centró en el impacto que tienen las aplicaciones móviles en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Chone y de qué manera inciden estas aplicaciones en el sector comercial. El objetivo de este trabajo fue medir los niveles de uso e interés de las aplicaciones móviles en las MIPYMES de la ciudad Chone, para ello se realizó una entrevista a los dueños y encargados de estas empresas los cuales expresaron sus opiniones, se utilizó el método analítico lo que permitió a los autores analizar la situación en la que se encontraban, es decir las causas y los efectos que tiene el impacto de las aplicaciones, también se utilizó el método sintético para poder reconstruir la investigación con los datos obtenidos. Se pudo notar que en la ciudad de Chone existe un bajo nivel en el uso de aplicaciones móviles propietarias para la gestión de transacciones de ventas, compras y pagos de las MIPYMES, a pesar de que en la actualidad las tecnologías han avanzado de una manera considerable tanto así que la mayoría de las personas del cantón Chone cuentan con un teléfono inteligente lo que les permite realizar una serie de actividades, la mayoría de los dueños o trabajadores de las pymes utilizan aplicaciones de redes sociales para comercializar su producto.

Palabras claves: aplicación móvil, MIPYMES, empresas

ABSTRACT

This research focused on the impact that mobile applications have on small and medium enterprises in the city of Chone and how these applications affect the commercial sector. The objective of this work was to measure the levels of use and interest of mobile applications in MIPYMES of the city of Chone, for this an interview was conducted with the owners and managers of these companies who expressed their opinions, the analytical method was used what allowed the authors to analyze the situation in which they were, ie the causes and effects of the impact of the applications, the synthetic method was also used to reconstruct the research with the data obtained. It was noted that in the city of Chone there is a low level of use of proprietary mobile applications for the management of sales, purchases and payments transactions of MSMEs, despite the fact that currently technologies have advanced considerably So much so that most people in Canton Chone have a smartphone that allows them to perform a series of activities, most owners or workers of SMEs use social networking applications to market their product.

Keywords: mobile application, MIPYMES, companies

INTRODUCCIÓN

Actualmente el mundo ha revolucionado de una manera considerable de tal manera que muchas actividades han ido cambiando, es allí donde surge la interrogante si Chone como una ciudad productiva está al alcance de ese cambio, si su actividad comercial se encuentra en el nivel de la tecnología, debido a que un 90% de los trabajadores de las

MIPYMES de la ciudad de Chone cuentan con un smartphone. Lo que se busca con este trabajo de investigación es conocer y demostrar el impacto que tienen las aplicaciones móviles en las pequeñas y medianas empresas para de esta manera saber el nivel de avance tecnológico.

Las aplicaciones que existen actualmente para dispositivos móviles es decir aplicaciones móviles, se están convirtiendo en parte de las actividades que se realizan diariamente, debido a eso se puede observar que esas aplicaciones brindan de alguna manera con más frecuencia comparado con el pasado, el apoyo en diferentes aspectos del quehacer humano como por ejemplo existen aplicaciones para organizar el día, aplicaciones para llevar un mejor control para tomar agua lo cual es beneficioso para la salud, aplicaciones para ubicarse en cualquier lugar que se encuentren, entre muchas más aplicaciones. Los dispositivos móviles están causando un boom en el mundo en el que se vive, y cada vez se hacen más accesible a las personas comunes, su capacidad para manejar datos y programas cada día se incrementa a ritmos vertiginosos. Todas las aplicaciones que se encuentran en el mercado informático nacieron de alguna necesidad concreta de ciertos usuarios en específico, o algunas para brindar ciertas actividades que servirán de alguna manera a un número determinado de usuarios, estas aplicaciones regularmente son usadas para facilitar o poder realizar algunas tareas que algún tipo de investigador considere que tengan alguna necesidad. Como es conocido un dicho que para cada problema hay una solución, en informática este dicho se modifica ha para cada problema hay una aplicación. De acuerdo con (Vique, 2013) todas las aplicaciones se ejecutan dentro de un ecosistema. Por lo tanto, para conseguir un desarrollo satisfactorio, es ideal conocerlo. Existen varios factores que afectan al ecosistema, como la infraestructura de la aplicación, el sistema operativo, los métodos de entrada de información, los propios usuarios, los canales de distribución de la aplicación. Concordando con lo que dice Vique al momento de realizar el análisis de la implementación de una aplicación , se debe tomar en cuenta el entorno en que esta va a ser implementada , es decir abarcar desde el sistema operativo en el que se va a ejecutar, también es importante conocer el nivel de conocimiento que tienen los usuario en cuanto a tecnología para diseñar una aplicación que se adapte a su nivel.

Los dispositivos móviles han sido definidos como pequeños aparatos que sirven para diferentes aspectos en la vida de las personas, estos dispositivos cuentan con algunas capacidades de procesamiento, algunos de ellos tienen conexión permanente o intermitente algún tipo de red, con una memoria ilimitada la cual es diseñada específicamente para cumplir una función, pero cumpliendo también otras funciones generales, la principal característica de estos dispositivos es que tienen un buen uso de su portabilidad es decir que no dependen de ningún terminal o tipo de cableado para poder realizar sus operaciones como hacer llamadas, enviar mensajes o conectarse a internet, estos dispositivos han sido creados con una función en específico la cual es la comunicación entre personas que se encuentran en diferentes lugares sin importar la cobertura.

Las aplicaciones móviles en la actualidad son muy aplicadas en la vida cotidiana, por lo que hace la subsistencia más fácil, proporcionan el desarrollo de la tecnología, las oportunidades en diferentes sectores empresariales. Al realizar un estudio, los beneficiarios que ofrecen la aplicación móvil para la compra de productos y servicios en línea en el cantón Chone, se propone el desarrollo de la aplicación móvil, que permitirá realizar compras de manufactura.

Unos de los instrumentos con mayor aumento eficaz para la empresa ha sido la aplicación móvil porque facilita la vida de los usuarios, promueve la interconectividad, perfeccionando la experiencia en la adquisición de productos y servicios. En la actualidad

la colectividad cada vez es más inflexible tanto en lo laboral, educativo, social, la comunicación permite a los sujetos estar informados en su ambiente, cada vez el entorno es más competitivo, las herramientas tecnológicas son indispensable porque permite mejorar los procesos de gestión y comunicación.

Las aplicaciones móviles y la web están monetización (convertir un activo en dinero) es una período inicial hacia la rentabilidad que accede mejor la experiencia de uso, con la obtención de la investigación de las aplicaciones móviles para la compra de productos o servicios. Se analiza el funcionamiento de la aplicación móvil, mediante pruebas, explicar el funcionamiento de la aplicación móvil ya sea de manera física o manual.

Según (Cuello & Vittone, 2013) Las aplicaciones son para los móviles lo que los programas son para los ordenadores. Las app tienen funciones y contenidos que se aplican para la web y son adaptados de acuerdo a su tamaño de pantalla y la forma de interacción de un móvil. Las aplicaciones móviles aparte de generar un ámbito tecnológico en los negocios esta también generan innovación ya que hacen posible la producción de nuevos servicios y a la misma vez generan publicidad para los habitantes de la ciudad de Chone. Se sabe que las aplicaciones móviles a medida que avanza el tiempo estas crecen ya que las tecnologías siempre van a estar en constante evolución, por lo tanto, muestran tendencias en la ciudad ya que las mayorías de las pymes las utilizan.

Según (Carrasco, 2015) Los dispositivos móviles, como los smartphones (teléfonos inteligentes) o las tablets, son los principales impulsores del cambio en la manera de relacionarse con personas y organizaciones y están abriendo un sinfin de oportunidades en los diferentes sectores empresariales.

A raíz de lo mencionado es importante entender cuáles son los cambios que las aplicaciones móviles han ido generando dentro de la ciudad llegando a la conclusión que la tecnología y el uso de las mismas en los negocios va más allá de la aplicación en los procesos administrativos, sino que ofrecen mejoras en cuanto a la eficiencia de los procesos dentro de cada una de las pymes.

Según (Marketing, 2016) Los negocios que utilizan las apps en su día a día son cada vez más, y no solo en aquellas empresas que ofrecen sus servicios y productos a los usuarios vía aplicación móvil. Las empresas, sin importar su tamaño o sector, han ido incorporando estas apps en sus procesos internos, en la gestión de su negocio.

Se puede decir que la transformación digital esta aperturando nuevas posibilidades en todos los negocios por medio de las aplicaciones móviles y creando nuevas oportunidades para los negocios de la ciudad de Chone, esto hace que la competencia entre los negocios de su misma rama aumente y generen cada día más nuevas estrategias usando las aplicaciones móviles.

Aplicación Móvil

Según (Lutty, 2014) Una aplicación (también llamada app) es simplemente un programa informático creado para llevar a cabo o facilitar una tarea en un dispositivo informático. Cabe destacar que, aunque todas las aplicaciones son programas, no todos los programas son aplicaciones. Existe multitud de software en el mercado, pero sólo se denomina así a aquel que ha sido creado con un fin determinado, para realizar tareas concretas. No se consideraría una aplicación, por ejemplo, un sistema operativo, ni una suite, pues su propósito es general.

Las aplicaciones nacen de alguna necesidad concreta de los usuarios, y se usan para facilitar o permitir la ejecución de ciertas tareas en las que un analista o un programador han detectado una cierta necesidad. Pero las aplicaciones también pueden responder a necesidades lúdicas, además de laborales.

Beneficios de las aplicaciones móviles para un negocio

Según (Melgoza, 2017) En la actualidad, prácticamente todas las personas cuentan con dispositivos móviles personales con los cuales interactúan todo el día en sus tareas cotidianas. Aquí es donde nace una gran oportunidad para las empresas de estar aún más cerca de sus clientes y crear otro canal de venta.

La gran mayoría de tareas del día a día se realizan mediante un smartphone: comprar boletos de avión, pagar en un restaurante, grabar momentos y compartirlos, incluso adquirir productos desde la palma de la mano. La tecnología está cambiando las formas de hacer las cosas y las empresas debemos adaptarnos a eso o dejar lugar a quien sepa hacerlo.

Fortalecimiento de marca: Tu empresa se destacará de la competencia al tener una aplicación móvil mediante la cual tus usuarios puedan interactuar contigo de una manera que no puedes conseguir mediante otros canales.

Mayor visibilidad: Una aplicación móvil, al estar hospedada en las principales tiendas de aplicaciones como Google Play Store y App Store de Apple, estará disponible para miles de usuarios interesados en tu producto.

Otro canal de venta: Al desarrollar una app para tu negocio, no solo estarás consiguiendo fortalecer tu marca, sino que también estarás abriendo un nuevo canal de venta desde donde los usuarios podrán realizar compras de tus productos como lo harían desde una sucursal física o una tienda en línea.

Velocidad: A diferencia de un eCommerce donde la velocidad de carga es de 2 a 5 segundos una app móvil funciona mucho más rápido, al haberse descargado en los dispositivos de tus usuarios.

Usabilidad: Tu aplicación móvil podrá ser como tú quieras, con un diseño orientado a tener una gran experiencia de usuario y obtener los máximos resultados de venta para tu negocio.

Notificaciones: Podrás crear una relación más fuerte con tus usuarios que la que podrías conseguir utilizando otros medios, ya que estarás tan cerca de ellos como ellos lo están de sus dispositivos. Hablamos de que podrás enviarle notificaciones con promociones, descuentos, ofertas, encuestas y mucho más.

Disponibilidad offline: No todas las personas tienen acceso a Internet durante todo el día. Una app móvil permitirá que tus usuarios puedan navegar por el catálogo de tus productos, noticias y promociones en cualquier momento que lo deseen, cuenten o no con conexión a Internet.

Periféricos del dispositivo: Una de las mejores ventajas de tener una aplicación para tu negocio es que puedes acceder a la tecnología de los dispositivos como GPS, cámara, micrófono, acelerómetro, etc. Por ejemplo, podrás conocer la ubicación de tus usuarios para así enviarles promociones (notificaciones push) más acordes a su localización.

Fidelización de los clientes: Tu app estará en la lista de aplicaciones dentro del teléfono de tus clientes. De esta manera, cada vez que abran el menú de su dispositivo, resaltará tu marca allí, y será más factible que ingresen a ella una y otra vez, fortaleciendo así el vínculo con tu empresa y pudiendo utilizarla como canal directo de compra.

MIPYMES

Según (IAVARONE, 2012) Se consideran micro empresas aquellas que tienen menos de 20 trabajadores y medianas las que tienen entre 20 y 500 empleados. Esta definición es susceptible de variar en función de los distintos contextos económicos e históricos, no existe una definición única que categorice a la pequeña y mediana empresa dado que se utilizan diversos criterios. Las pequeñas y medianas empresas cumplen un importante papel en la economía de todos los países.

Según el Banco Europeo de Inversiones (BEI), se consideran pequeñas y medianas empresas aquellas con menos de 500 trabajadores y con una participación máxima de un tercio del capital en manos de una empresa de grandes dimensiones.

Clasificación de las pymes:

Dentro de las pymes se diferencian tres tipos de categorías, delimitadas en función del número de empleados y del volumen de negocios o balance:

Microempresa: Dentro de esta categoría se incluyen aquellas empresas con diez o menos trabajadores y con un volumen de negocios o un balance general inferior o igual a dos millones de euros.

Pequeña empresa: Son todas aquellas cuyo volumen de negocios o balance anual sea igual o inferior a los diez millones de euro y tengan una plantilla inferior a 50 miembros.

Mediana empresa: Las medianas empresas no pueden tener más de 250 empleados y su volumen de negocio no puede superar los 50 millones de euros, o su balance anual los 43 millones.

Características de las pymes:

Según (Luna, 2013) algunas de las características son:

- Tienen capital proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad.
- Los dueños dirigen la empresa.
- La administración es empírica.
- Utilizan más maquinaria y equipo aunque se basen en el trabajo más que en el capital.
- Dominan y establecen un mercado más amplio.
- Están en proceso de crecimiento (la pequeña tiende a ser mediana, y la mediana aspira a ser grande).
- Obtienen algunas ventajas fiscales.

Esta investigación tiene como objetivo medir el impacto que tienen las aplicaciones móviles en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Chone, se ha podido observar que en esta ciudad el impacto que generan las aplicaciones móviles sociales es muy elevado en el sentido que las empresas utilizan las aplicaciones móviles para promocionar sus productos y obtener más clientes, muy diferente de las aplicaciones móviles propietarias estas tienen un bajo impacto dentro del mundo de la comercialización en las pymes de la ciudad de Chone.

MATERIALES Y METODOS

Se aplicó una entrevista a dueños y encargados de las pymes de la ciudad de Chone, para conocer la opinión que tienen ellos sobre las aplicaciones móviles, además con la entrevista se pudo medir el impacto que causan estas aplicaciones dentro de la comercialización de dicha ciudad, conociendo el uso que les dan.

Método analítico permitió desmembrar la situación que se presenta con el uso de aplicaciones móviles en las pymes de la ciudad de Chone, para de esta manera analizar cada una de las opciones que se presentan, poder observar las causas que lo componen y de esa manera comprender su esencia y poder medir el impacto de estas aplicaciones.

Método sintético consintió en exponer todas las opciones que se presentaron durante la investigación para poder analizar y resumir todos los datos obtenidos, para de esta forma aclarar todas las interrogantes que existieron y poder pasar de lo universal a lo particular es decir re direccionar la investigación a las pymes de la ciudad de Chone.

RESULTADOS

De acuerdo a los datos obtenidos con la encuesta que se realizó a los dueños o encargados de las MYPIMES se pudo constatar que en la ciudad de Chone el 90% utilizan las aplicaciones móviles de redes sociales para hacer comercialización del producto que

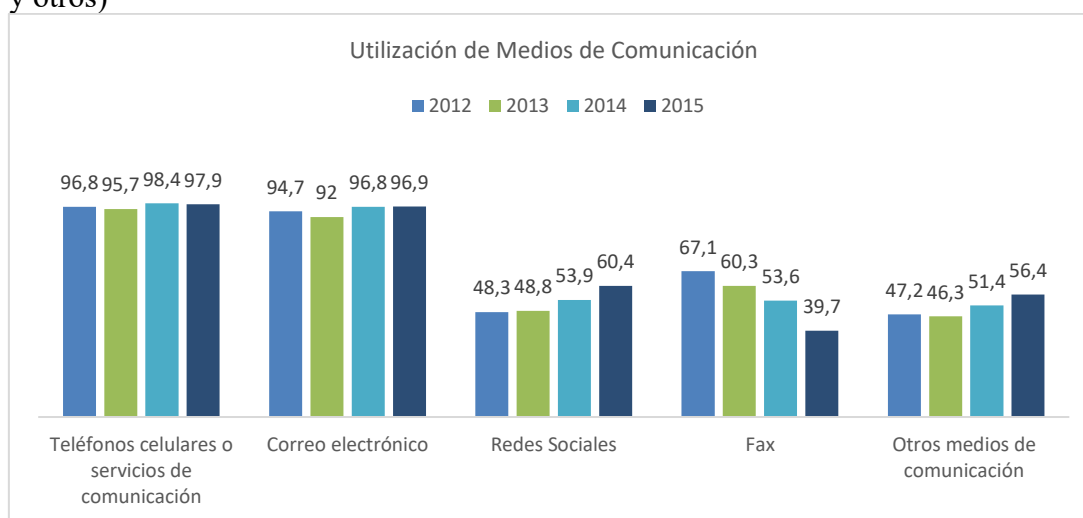
ofrecen, debido a que son aplicaciones que manejan para otras actividades es que conocen y hacen uso de ellas, el 70% de estas misma empresas hacen uso de aplicaciones móviles bancarias que les permiten generar los pagos a los proveedores.

Debido a que la mayor utilización de aplicaciones móviles se centra en las redes sociales, se conoce que estas aplicaciones son descargadas de la tienda de dispositivos móviles, sin embargo un 10% de las MIPYMES cuentan con una aplicación que ha sido diseñada exclusivamente para uso de su empresa, pero aunque estas empresas se manejan en el Cantón, sus dueños no son nativos es por ello que la han implementado.

La ciudad de Chone a pesar de ser una ciudad muy productiva y de contar con diversas clases de MIPYMES, se está quedando en el pasado ya que los dueños no invierten en aplicaciones que le permiten mejorar el control de su empresa esto se debe al desconocimiento que tienen estos dueños en el aspecto tecnológico.

Se ha podido constatar que el uso de las redes sociales como medio de publicidad ha ayudado a incrementar las ventas en las MIPYMES ya que los dueños y empleados promocionan sus productos por internet y las personas interesadas se contactan con la empresa o la visitan directamente y van adquiriendo lo que necesitan.

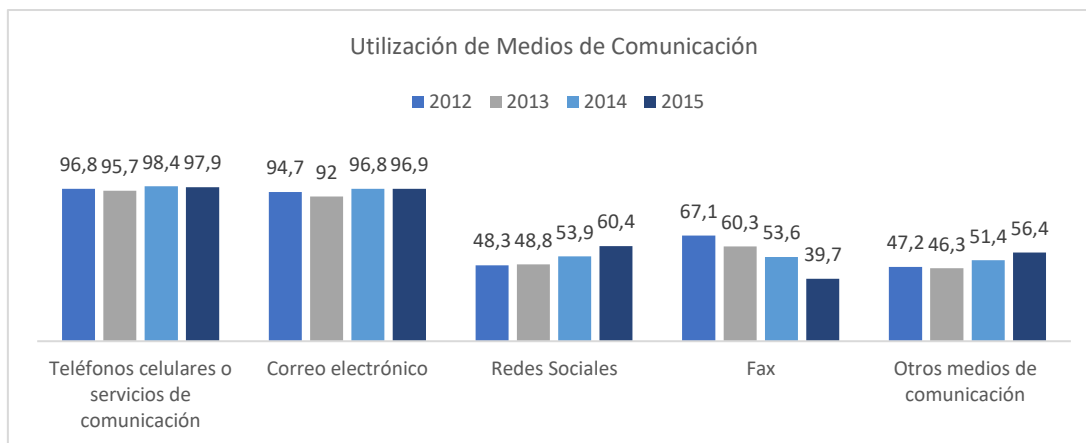
En el periodo 2012-2015, existe un incremento en el uso de redes sociales (12,1 puntos porcentuales), por su lado, el fax se muestra en desuso (disminución de 27,4 puntos porcentuales). Además, los teléfonos celulares y correo electrónico son los principales medios que utilizan las empresas investigadas en el sector Comercio para comunicarse en el 2015 (Otros medios de comunicación comprende mensajería especializada, call center y otros)



Fuente: INEC, 2015

Se descubrió que 10 de cada 10 comercios entre Papelerías y Ropa aceptan la importancia de las aplicaciones móviles para aumentar el desempeño de su negocio enfocados a servicios de pagos más usados por los comerciantes por su facilidad y estandarización son los aplicativos de Banco Pichincha y Guayaquil representando un 60% de usuarios entrevistados principalmente entre los comercios métodos externos para realizar transacciones en su mayoría con cuentas personales. Con una inversión máxima para la compra del software aproximada entre quinientos y mil dólares mayormente.

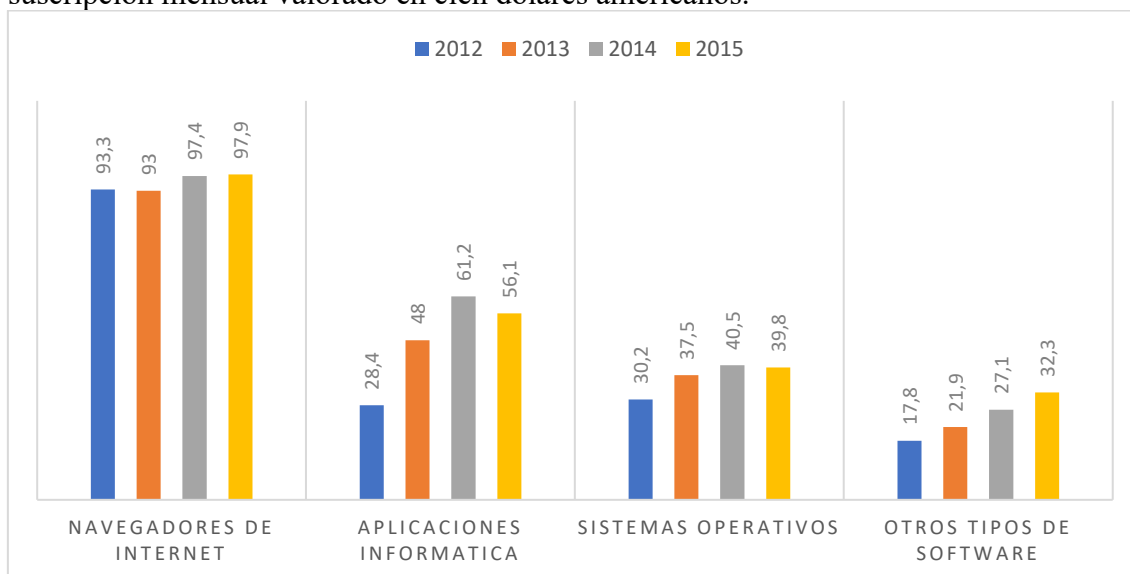
DISCUSIÓN



Fuente: INEC, 2015

En el periodo 2012-2015, existe un incremento en el uso de redes sociales (12,1 puntos porcentuales), por su lado, el fax se muestra en desuso (disminución de 27,4 puntos porcentuales). Además, los teléfonos celulares y correo electrónico son los principales medios que utilizan las empresas investigadas en el sector Comercio para comunicarse en el 2015 (Otros medios de comunicación comprende mensajería especializada, call center y otros)

El aumento incontrollable del avance tecnológico en el desarrollo de software enfocado a ambientes móviles ha impulsado a negocios en la ciudad de Chone como son el restaurante Casa Club y Bar el Tocayo, usuarios de aplicaciones móviles de terceros en donde destacan funciones como comunicación entre meseros y el personal de cocina para gestionar los pedidos, pagos bancarios con proveedores, registro contable de los servicios ofrecidos, fragmentación de las cuentas generadas por los clientes para dividir el pago entre un número determinado de clientes, también se destaca el color de la interfaz gráfica y una experiencia de usuario son elemento complementario. El servicio es ofrecido por suscripción mensual valorado en cien dólares americanos.



Fuente: INEC, 2015

Las empresas pueden utilizar varios tipos de software de código abierto, es decir, las respuestas no son excluyentes. Otros tipos de software comprende ERP o CRM, software de seguridad, plataformas de aprendizaje, etc.

*El porcentaje de empresas que usaron navegadores de código abierto se lo realizó en función del número de empresas que utilizaron internet.

En el 2015, de las empresas que tienen conexión a internet, el 97,9% utilizan navegadores de **código abierto**. Por su lado, del total de empresas investigadas, el 56,1% utilizan aplicaciones ofimáticas, el 39,8% sistemas operativos, y el 32,3% algún tipo de software de código abierto.

Naturalmente la mentalidad de desarrollo de software libre expande las posibilidades operativas, junto con las tecnologías usadas limitan la arquitectura, cantidad y calidad de los desarrolladores independientes (o equipos de trabajo) puedan colaborar con el proyecto; junto con el apoyo del Ministerio de Telecomunicaciones hacia la inversión en tecnologías de la información el país se ve proyectado hacia automatización de procesos gubernamentales apegándose a normativas para el cuidado del medio ambiente con el ahorro de papel y apostando por el modelo de negocio, “según manifestó **Burbano de Lara**, Presidente del Directorio de CITEC, este sector genera más de 1.600 millones de dólares anuales en movimientos comerciales.” (Zumba, L. 20 de junio de 2019. Diario Expreso.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que el impacto de las aplicaciones móviles propietarias en el sector comercial de las pymes de la ciudad de Chone es muy bajo ya que las empresas no cuentan con aplicaciones que les permite manejar la empresa o llevar sus cuentas, en cambio las aplicaciones sociales tienen un gran impacto ya que un 90% de estas empresas hacen publicidad de los productos que ofrecen por medio de las redes sociales.

En la mayoría de los dueños o administradores proyectan mentalidad abierta hacia la adquisición e implementación de software para dispositivos móviles que automaticen procesos de compra y servicios de pago. Se encontró que existe aplicación de servicio al cliente personalizado (CRM) usando aplicaciones de mensajería instantánea, pero sin realizar un análisis de datos enfocado en la frecuencia de consumo.

BIBLIOGRAFÍA

Carrasco, S. (02 de 07 de 2015). *Análisis de la aplicación de la tecnología móvil en las empresas*. Obtenido de

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/57229/TFC%20Silvia%20Carrasco.pdf?sequence=1>

Cuello, J., & Vittone, J. (2013). *Diseñado apps para móviles*. Catalina Duque Giraldo.

Obtenido <https://books.google.com.ec/books?id=ATiqsjH1rvwC&printsec=frontcover&dq=articulos+aplicacion+movil+para+la+compra+de+productos+y+servicios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiiyIPoqMTiAhXR11kKHasZBiAQ6wEITzAH#v=onepage&q&f=false>

IAVARONE, P. (01 de 04 de 2012). Obtenido de

http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5230/iavaronitrabajodeinvestigacion.pdf

Luna, J. (14 de 04 de 2013). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/caracteristicas-pymes.html>

- Lutty, R. (06 de 05 de 2014). Obtenido de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4515/Robertho_Tesis_Titulo_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marketing. (07 de 10 de 2016). *DIGITALIST*. Obtenido de <https://digitalisthub.com/el-impacto-de-las-aplicaciones-moviles/>
- Melgoza, J. (05 de 01 de 2017). *DOPPLER*. Obtenido de <https://blog.fromdoppler.com/beneficios-de-aplicaciones-moviles/>
- Vique, R. R. (2013). *Métodos para el desarrollo de aplicaciones móviles*. UOC. Obtenido de [https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Tecnologia_y_desarrollo_en_dispositivos_moviles/Tecnologia_y_desarrollo_en_dispositivos_moviles_\(Modulo_4\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Tecnologia_y_desarrollo_en_dispositivos_moviles/Tecnologia_y_desarrollo_en_dispositivos_moviles_(Modulo_4).pdf)
- (Zumba, L. 20 de junio de 2019. Diario Expreso, extraído de <https://www.expreso.ec/economia/autoridades-buscan-potenciar-inversion-tecnologica-FI2921171>)

MARKETING TURÍSTICO PARA DESARROLLAR PRODUCTOS HISTÓRICOS ARQUEOLÓGICOS EN EL CANTÓN SUCRE.

AUTORES

Evelyn Carolina Olguín Tenecota
evelyncarolguin94@gmail.com

TUTOR

Lic. Carlos Chica Medranda. Mg.
carlos.chica@uleam.edu.ec

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar productos Históricos Arqueológicos con la finalidad de generar nuevos diseños de imagen para los productos aplicando el Marketing en conjunto con el turismo. En otra época, las preguntas podrían haber sido una simple oración que encierra una definición conceptual, según el estudio analizado las

estrategias publicitarias utilizadas en cada uno de los sitios señalados no refleja la importancia para el turismo, por lo que se debe presentar un bosquejo de propuestas para mejorar la marca y potenciarla aplicando el marketing. Las actividades del marketing también se definen en términos de estructura y se fundamenta en niveles básicos que deben ser estratégicos en conjunto con las tres disciplinas básicas del marketing. El marketing es muy utilizado ampliamente en la sociedad actual pero su uso suele limitarse a alguno de sus aspectos o componentes, a pesar de tener un alcance mucho más amplio. El marketing se centra en las relaciones de intercambio de valor, cuyo objetivo es captar al máximo valor de los clientes mediante la satisfacción de los deseos y necesidades de todos los miembros implicados. Por lo tanto, el marketing puede inmiscuirse en cualquier persona o entidad y puede ser aplicado sobre cualquier elemento tangible e intangible susceptible de ser objeto de intercambio y orientado a la satisfacción del cliente en conjunto con la disponibilidad actual de los mercados.

Palabras claves: Marketing, Turismo, Productos, Histórico, Arqueológico.

Abstract

The objective of this work is to develop Archaeological Historical products with the purpose of generating new image designs for products by applying Marketing together with tourism. At another time, the questions could have been a simple sentence that contains a conceptual definition, according to the study analyzed the advertising strategies used in each of the sites indicated does not reflect the importance for tourism, so a sketch of proposals to improve the brand and enhance it by applying marketing. Marketing activities are also defined in terms of structure and are based on basic levels that must be strategic in conjunction with the three basic disciplines of marketing. Marketing is widely used in today's society but its use is usually limited to some of its aspects or components, despite having a broader scope. Marketing focuses on value exchange relationships, whose objective is to capture the maximum value of customers by satisfying the wishes and needs of all members involved. Therefore, marketing can interfere in any person or entity and can be applied to any tangible and intangible element that can be exchanged and oriented to customer satisfaction in conjunction with the current market availability.

Keywords: Marketing, Tourism, Products, Historical, Archaeological.

INTRODUCCIÓN

(Nuria, 2016) El marketing y el turismo van de la mano debido a que la escasez del ser humano por el medio de trasladarse de un lugar a otro para conocer nuevos lugares dentro de un ciclo de avance tanto del hombre como de los destinos turísticos que los define como zonas turísticas históricas arqueológicas como productos/servicios. Es de gran utilidad el modelo que sirve para identificar la fase en la que se encuentra determinado tanto un producto histórico arqueológico y si es necesario poner medidas correctivas que se mejoren su sostenibilidad económica, social y medioambiental y por ende cultural.

El turismo es innegablemente departir de cultura y por ende de patrimonio en su concepción más amplia. El patrimonio cultural de un país, región o ciudad está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.

El Patrimonio histórico arqueológico, relacionado con la sucesión, es un concepto dinámico que alude a la historia, que se enlaza con la esencia misma de la cultura y es asumido directamente por los grupos locales. Es la recapitulación de los valores que dan identidad a una sociedad que los registra como propios. Ello implica un proceso de reconocimiento intergeneracional de unos elementos como parte del bagaje cultural y su vinculación a un sentimiento de grupo.

Dentro del objetivo se ara a la aplicación del turismo Histórico arqueológico diseñando así un nuevo proceso de estrategias publicitarias dando a conocer los recursos con los que cuenta la zona en la parte cultural.

MATERIAL Y MÉTODOS

Para el presente trabajo de investigación se han demostrado tres contextos investigativos, de los cuales forman parte del trabajo metodológico, teórico y propositivo, Entre ellas tenemos 4 fases:

Fase de exploración.- Donde se harán las respectivas investigaciones yendo al sitio indicado.

Fase de implicación.- Hace referencia las personas o herramientas a utilizar en la investigación.

Fase de desarrollo.- La metodóloga que se utilizara para el desarrollo el desarrollo será en base a la exploración

Etapa de declive.- Si se da la etapa de declive será que existen nuevos destinos que el turista está visitando y con los que no se puede competir. Por lo contrario si se da la fase de rejuvenecimiento o mejoras tanto de un recurso o atractivo en el que sea identificable debido a las mejoras en las estrategias de publicidad aplicadas.

El acrecentamiento cualitativo y cuantitativo que a lo largo de los años ha venido experimentando el turismo en el país, así como la globalización de la industria turística, han probado el aumento de nivel de competencia entre destinos. Por otro lado, los años. Tediosos que se ha estado experimentando con drásticos cambios climáticos, económicos y sociales, están modificando las necesidades de los mercados.

Los distintas combinaciones de promociones turísticas ofertantes con la garantía de una experiencia integrada a los turistas, reorganizando sus estructuras para convertirlas en organizaciones más rápidas y flexibles; innovan sus productos para dar respuesta a las nuevas demandas de ocio como instrumento destinado a provocar el deseo del turista y captar su atención. La calidad del producto/servicio era suficiente como ventaja competitiva. (Andreu, 2000)

Conceptualmente constan tres partes:

Datos: Que deben recopilarse y tratarse.

Procesos: Como han de tratarse los datos.

Organización: En qué secuencia deben realizarse los procesos y como se debe disponerla información.

Físicamente se considera que si incluye las siguientes partes:

Archivo: Que se usara para guardar información recopilada en cualquier formato.

SGBD: O sistema de gestión de base de datos, que sirve para guardar y gestionar información en cualquier formato.

Documentación: Que describa los procesos.

La información tratada para el diseño del sistema de información que se tuvo en cuenta para el proceso, que información se quiere recopilar y tratar, y la forma en que se encuentre esta información.

Que productos se quieren obtener a partir de esta información. Es decir las especificaciones que tienen que cumplir la información final generada en el proceso. Funcionalidades deben disponer del Sistema de información.

El Sistema de Información cumple las siguientes explicaciones generales:

- Trazabilidad de los datos. En cualquier momento en el proceso de tratamiento de los datos es posible conocer:
- La fuente del dato.
- El dato original que ofrecía la fuente.

- Las operaciones realizadas con el dato.

Acceso a metadatos. El Sistema de Información almacena información diversa sobre cada metadato que permite evaluar su validez y realizar adecuadamente el tratamiento de datos.

Validación de datos. El SI permite marcar aquellos datos que no se consideran válidos para poder excluirlos.

Agregación de datos procedentes de fuentes diversas. El Sistema de Información permite compilar los datos de composición de un alimento utilizando datos de fuentes diversas. Esta operación, la agregación de datos, podía hacerse bajo supervisión del compilador.

Homogeneidad en la forma de expresión de los datos. El Sistema de Información incluye los procesos y funcionalidades necesarias para poder homogeneizar la forma de expresión de los datos antes de agregarlos.

Documentación de las operaciones realizadas. El Sistema de Información almacena la documentación necesaria para conocer las operaciones realizadas en cualquier etapa con el fin de facilitar la revisión y modificación de los datos, y para cumplir con el requisito de trazabilidad de los datos.

Conservación de datos históricos. El Sistema de Información permite que los datos que no se utilicen por la razón que fuera puedan permanecer en el SI convenientemente marcados. De este modo, se evita la repetición en la recopilación de datos (un mismo dato no es recopilado y rechazado más de una vez) y se conserva un registro de cómo y por qué han variado los datos. (Hernandes, 2014)

El alcance de una investigación indica el resultado lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que es muy importante identificar acertadamente dicho alcance antes de empezar a desarrollar la investigación. A continuación se presentan los cuatro tipos de alcance que puede tener una investigación, explicando cuándo es conveniente aplicar cada uno. Un proyecto de investigación nace con una idea que tiene el investigador de estudiar un tema de su interés, y que al revisar la literatura disponible encuentra un problema o área de oportunidad a atender. Y cuando se define el problema de investigación, es momento también de establecer el alcance de la misma. Como explica Hernández, Fernández & Baptista (2010), cuando se habla sobre el alcance de una investigación no se debe pensar en una tipología, ya que más que una clasificación, lo único que indica dicho alcance es el resultado que se espera obtener del estudio (ver Tabla 1). Según estos autores, de una investigación se pueden obtener cuatro tipos de resultados:

Estudio exploratorio: información general respecto a un fenómeno o problema poco conocido, incluyendo la identificación de posibles variables a estudiar en un futuro.

Estudio descriptivo: información detallada respecto un fenómeno o problema para describir sus dimensiones (variables) con precisión.

Estudio correlacional: información respecto a la relación actual entre dos o más variables, que permita predecir su comportamiento futuro.

Estudio explicativo: causas de los eventos, sucesos o fenómenos estudiados, explicando las condiciones en las que se manifiesta. (Hernández, 2010)

Cuadro de términos para describir y aplicar marketing turístico

	Exploratoria	Descriptiva	Correlacional	Explicativa
Propósito	Examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se	Describir un fenómeno: especificar propiedades,	Identificar relación o grado de asociación que existe entre	Explicar las causas de relación entre variables

	tienen muchas dudas o no se ha abordado antes	características y rasgos importantes	dos o más variables en un contexto	(eventos, sucesos o fenómenos)
Utilidad	<ul style="list-style-type: none"> · Familiarizarse sobre fenómenos nuevos o relativamente desconocidos · Establecer prioridades para estudios futuros 	<ul style="list-style-type: none"> · Mostar con precisión las dimensiones de un fenómeno. 	<ul style="list-style-type: none"> · Predecir el valor de una variable a partir del valor de otra relacionada. · Explicar un fenómeno, aunque de manera parcial 	<ul style="list-style-type: none"> · Explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta.
Método	Flexibles. Al final identifican conceptos o variables promisorias a estudiar en otra investigación	Identificar el fenómeno y los objetos/sujetos involucrados; definir las variables a medir; recolectar datos para medir las variables; concluir	Identificar variables; establecer hipótesis; medir cada variable; analizar la vinculación entre variables; probar o no las hipótesis	Describir y relacionar múltiples variables; explicar por qué se relacionan dichas variables
Relación con otros estudios	Prepara el terreno para otros estudios (descriptivo, correlacional o explicativo)	Son la base para investigaciones correlacionales	Proporciona la base para llevar a cabo estudios explicativos	Genera un sentido de entendimiento sobre un fenómeno
Amplitud de investigación	Amplia y dispersa	Focalizada a las variables	Focalizada a las variables	Diversas variables (más estructurado)
Meta del investigador	Investigar un problema poco estudiado o desde una perspectiva innovadora	Describir fenómenos, situaciones, contextos y/o eventos	Asociar variables que permita predecir	Determinar la causa de los fenómenos
Riesgo implicado	Alto	Bajo	Obtener relaciones falsas	
Rasgos del investigador	Gran paciencia, serenidad y receptividad	Precisión, ser observador	Análisis	Análisis, ser crítico

Cuadro de Hernandez2010

Los participantes o sujetos.

En Manabí: Se dio a conocer estudios arqueológicos en zonas de proyectos Jama y Coaque.

Portoviejo (Manabí).- Por invitación del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, la Secretaría del Agua, en Manabí, participó de la exposición técnica sobre arqueología existente en la zona donde se construirá la presa de embalse Jama.

James Zeidler, PHD en arqueología y etnohistoria, quien ha hecho estudios de las culturas prehispánicas del Ecuador, entre ellos de la cultura Jama Coaque, manifestó que en el valle del río Jama había hasta hace 10 años, 229 sitios arqueológicos, principalmente entre los sitios Santa Rosa, El Zapallo y la parroquia San Isidro, que ha variado un poco, debido a la presencia de huaqueros, construcción de casas y el uso de maquinaria.

Zeidler agregó que el embalse puede ser muy útil para Manabí, pero es necesario hacer mucho en preservación y rescate arqueológico en la zona, considerando que al concluirse la presa de Jama se pueden inundar sitios arqueológicos. El técnico de la Secretaría del Agua, Patricio Chonlong, en su intervención indicó que actualmente se están concluyendo los estudios de pre factibilidad, y que entre factibilidad y diseño definitivo la empresa consultora Inassa tiene que hacer un estudio arqueológico y presentar un plan para rescate de la arqueología existente.

Tenemos que estar atentos en la manera que se va a preservar y conservar la riqueza arqueológica que hay en la zona de ambos proyectos. Entendemos que es un proyecto de Estado, pero hay que alinearse al rescate del patrimonio, expresó Alberto Paz, director zonal del Instituto de Patrimonio cultural. A la exposición fueron invitados los alcaldes de Pedernales, Sucre, San Vicente, quienes no estuvieron presentes, no así Alex Cevallos, del cantón Jama, quien está motivado por el proyecto gubernamental y se mostró predispuesto a colaborar para el desarrollo de los proyectos de estudios, construcción, así como de preservación arqueológica. Cabe indicar, que no existe información arqueológica de la zona donde va a estar asentado el proyecto Coaque, que incluye a la ciudad de Pedernales y a las parroquias Cojimíes, Atahualpa y sitios correspondientes. (Zeidler, 2017)

Japotó un lugar con historia

Japotó es uno de los 735 yacimientos arqueológicos de Manabí, donde se han realizado distintas investigaciones que dan cuenta de su valor. El arqueólogo francés Jean- Francois Bouchard, profesor de Arte Precolombino del Museo de Louvre, realizó una prospección en el sitio a principios del año 2000, y ha llegado a considerar que Japotó es uno de los establecimientos prehispánicos mejor conservado de la costa central ecuatoriana. Según se ha informado oficialmente, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural se compromete a otorgar en el momento que corresponda, la autorización de los trabajos científicos-arqueológicos que se realicen, siempre que se cumpla con los requerimientos técnicos, y asignará 20 mil dólares para la puesta en marcha del convenio.

El Municipio de Sucre actualizará el catastro del sitio arqueológico y su delimitación y tomará las medidas de protección necesarias. El 15 de septiembre del 2008 declaró al sitio Japotó como “Zona de protección y preservación prioritaria”. Ciudad Alfaro realizará el levantamiento de información SIG (Sistema de Información Geográfica), previa solicitud facilitará el acceso y utilización de equipos, laboratorios y demás facilidades al personal técnico encargado del desarrollo del proyecto cuando estos se implementen. La Agencia de Desarrollo de la Provincia de Manabí, realizará las gestiones para obtener recursos de instituciones nacionales e internacionales para el financiamiento de proyectos turísticos dentro del área.

La Dirección Provincial de Turismo diseñará una política de manejo Turístico comunitario del sitio, articulada al Plan Nacional de desarrollo y la Universidad San Gregorio estimulará la participación de los estudiantes y profesores de turismo para poner en marcha mecanismos de difusión de los bienes patrimoniales en coordinación con las demás entidades participantes. (Diario, 2019)

Centro Histórico Ciudad Sagrada San Isidro

Existe una tola en el centro de la ciudad que se debe ser potenciada turísticamente debido a la población y temas de reubicación no se ha podido efectuar este tema pero fuera de esto los promotores turísticos al momento de dar su ilustración en el recorrido indican el lugar de la tola y su respectiva explicación .

Círculo rural y arte. Museo de arqueología y etno-historia José Francisco García Velez. Ubicado en la Parroquia de San Isidro (Manabí), a 40 km de Bahía de Caráquez en la costa ecuatoriana, es una edificación de 1500 metros cuadrados, construida en su totalidad a base de piedra de basalto extraída de canteras de la región. El Prof. José García es el artífice de esta obra que le ha tomado más de seis años construir (actualmente se encuentra en la fase final de la misma), quien se inició de profesor en la parroquia San Isidro, ocupó el cargo de concejal del cantón Sucre, y la dirección de la Casa de la Cultura de San Isidro. En palabras de Carlos Avellan: "El profesor 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 teca 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. Buena parte de las piezas arqueológicas exhibidas por el Banco Central del Ecuador han sido entregadas gracias a la gestión de don José. (Arte, 2017)

Chirije

CHIRIJE. – El esqueleto de un menor, que murió cuando tenía aproximadamente 4 años, es uno de los hallazgos más recientes en la zona de Chirije, cerca de la ciudad de Bahía de Caráquez.

Desde la década del 60 el sitio ha sido estudiado. En las dos últimas semanas hubo nuevos hallazgos.

En el libro Arqueología de Manabí Central, del arqueólogo ecuatoriano Víctor Emilio Estrada, editado en 1962, señala al sitio Chirije, a 10 kilómetros de Bahía de Caráquez, como el lugar donde se asentaron dos culturas, Manteña y Chirije.

Estos datos permanecieron inalterables pero hace dos semanas un equipo de técnicos franceses, al mando del arqueólogo Jean Francois Bouchard, desenterró otros restos en el mismo sitio, los que al parecer pertenecerían a otra cultura aún no definida, según el experto. Bouchard está acompañado por el geomorfólogo Pierre Usselman; la arqueóloga Anne Rose de Fontaineu y el ingeniero Georges Clement. En los trabajos colabora el arqueólogo ecuatoriano Franklin Fuentes y estudiantes de la Facultad de Comunicación del Tecnológico Ecomundo (Ecotec), de Guayaquil.

Este grupo realizó varias excavaciones en la zona, en donde encontraron el esqueleto de un menor de 4 años, aproximadamente, huesos de adultos, fogones y decenas de fragmentos de cerámica que serán analizados para determinar su antigüedad y a qué cultura pertenecieron.

Bouchard destacó que uno de los hallazgos más interesantes son unas piedras cilíndricas que tienen un hueco que se formó de manera natural, en donde se incrustaban palos y luego se entrelazaban entre sí para construir las paredes de las viviendas.

Agregó que los restos fueron encontrados desde 30 centímetros hasta más de tres metros de profundidad. El geomorfólogo Usselman, cuyo trabajo es reconstruir en documentos el entorno de la época de los restos, dijo que se ha encontrado gran cantidad de ceniza volcánica durante las excavaciones. "Hay capas de hasta un metro de ceniza, pero no es que cayó esa cantidad aquí, sino que pudo haberse acumulado por un fenómeno natural", manifestó Usselmann.

Sin embargo, señaló, no descarta que este material, producto de una fuerte erupción de algún volcán en la Sierra y que por acción del viento cayó en esta zona, posiblemente fue la causa para que los habitantes abandonen este sitio y queden evidencias de varios asentamientos. Todo es hipótesis. Bouchard señaló que al menos hasta fin de año se conocerá si en Chirije se asentaron tres culturas o hubo influencia de culturas cercanas. (UNIVERSO, 2003)

Las herramientas o instrumentos empleados.

Las herramientas utilizadas para esta investigación son en base a elementos bibliográficos haciendo referencia a estudios previos para la continuidad del presente artículo o proyecto de investigación.

DISCUSIÓN

La falta de estrategias publicitarias para la promoción de los productos históricos arqueológicos no es la más adecuada, debido que cada cierto tiempo deben ir innovando la imagen de los productos y promociones existentes dentro del entorno Arqueológico. En la actualidad, sin embargo, la ausencia de estructuras para la exposición de vestigios arqueológicos en las zonas involucradas entre Bahía de Caráquez y San Clemente, oculta las potencialidades histórica que tiene el área. Por lo que se recomienda que el método que usaban los prehispánicos de aprovechar los recursos era distinta por varias razones. Una que no poseían elementos que afectaba la vida marina, y otra es que el respeto en fechas según las lunas eran las correctas para la pesca. Es preciso recordar otra vez que la arqueología de esta parte central de la costa de Manabí no se ha estudiado tanto como otras regiones costeras del Norte o del Sur. Los cronistas del siglo XVI mencionan que al llegar a estas costas al principio de la conquista, los primeros españoles descubrieron una región costera rica, densamente habitada por grupos autóctonos y autónomos que no formaban parte integral del imperio inca. Durante el tiempo de trayecto de los españoles encontraron numerosas poblaciones indígenas, pertenecientes al grupo llamado “manteño”, que controlaba gran parte de la costa ecuatorial y del comercio marítimo a media y larga distancia desde grandes asentamientos como por ejemplo Salangome (costa sur de Manabí).

CONCLUSIONES:

Varias de las ponencias específicas que se presentarán a continuación sobre los sitios mencionados, permitirán detallar aspectos de las actividades cotidianas, artesanales o ceremoniales que con el proyecto permite descubrir a través de los vestigios que se han puesto a luz.

Otras explican algunas de las relaciones del hombre prehispánico con su entorno y la forma de aprovecharlo. Es de esperar que al terminarse este estudio, se podrá ofrecer aún más detalles sobre los sitios descubiertos por los conquistadores en la costa Manabita.

Según el estudio analizado las estrategias publicitarias utilizadas en cada uno de los sitios mencionados no refleja la importancia para el turismo, por lo que se debe presentar un bosquejo de propuestas para mejorar la marca y potenciarla aplicando el marketing.

BIBLIOGRAFÍA:

Andreu, B. f. (2000). Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5515/1/TFG-N.21.pdf>

Arte, M. C. (2017). Obtenido de <http://mahanaim-cra.weebly.com/noticias/una-riqueza-arqueologica-en-un-pequeno-municipio-en-la-provincia-de-manabi-ecuador>

Diario, E. (2019). Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/135617-el-sitio-arqueologico-japoto-sera-protégido-por-convenio/>

- Hernandes. (2014). *materiales y metodos*. Obtenido de https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/2425/3.MATERIALES_Y_METODOS.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Hernández, R. F. (2010). Obtenido de <https://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html>
- Nuria. (2016). págs. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=AdB_CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA69&dq=Marketing+tur%C3%ADstico+arqueol%C3%B3gico&ots=OPgjwx0FCf&sig=Zjg4_wF4HA-23egRq9LRNU7dhwI#v=onepage&q=Marketing%20tur%C3%ADstico%20arqueol%C3%B3gico&f=false.
- Parmele, D. (1998). págs. <https://books.google.com.ec/books?id=A-1QE4yCmmEC&pg=PA10&dq=origen+del+marketing&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiFvNr41JziAhVGT98KHfPaCssQ6AEIPDAD#v=onepage&q=origen%20del%20marketing&f=false>.
- UNIVERSO, E. (2003). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2003/06/28/0001/12/883D014A9B5044B3AC7D49BB71D26CC9.html>
- Zeidler, J. (2017). *Secretaria del agua*. Obtenido de <https://www.agua.gob.ec/en-manabi-se-dio-a-conocer-estudios-arqueologicos-en-zonas-de-proyectos-jama-y-coaque/>

ANALISIS DEL PERFIL DE VISITANTE PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS TURISTICOS EN BAHIA DE CARAQUEZ

AUTORES

Sandra Estefanía López Falcones
estefania-2719@hotmail.co

TUTORES

Lic. Carlos Chica Medranda. Mg.
carlos.chica@uleam.edu.ec
Angélica Pincay Zambrano, Lcda.
bahiadolphin@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad el análisis del perfil turístico de visitantes en Bahía de Caráquez, por esto se vuelve fundamental conocer la problemática que está aquejando a este sector, que ha visto disminuido sus ingresos por una serie de factores que afectan la economía del sector, el trabajo es netamente investigativo, bibliográfico y comparativo con la calidad de los servicios turísticos prestados a los visitantes en la ciudad de Bahía de Caráquez. El objetivo principal es analizar el perfil de los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la playa, así como las motivaciones que los llevan a visitar el destino y la percepción de satisfacción de los servicios turísticos ofertados en el balneario. La técnica investigativa para realizar el presente ensayo es el método inductivo, La modalidad de investigación fue de carácter bibliográfico y de observación. Las fuentes de información fueron libros disponibles en la biblioteca de la

Uleam y trabajos de titulación de la base de la extensión, los resultados demuestran como el turismo y los visitantes van cambiando cada año según las condiciones económicas y sociales de cada país.

Palabras claves: perfil, turístico, calidad, Servicios

ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the tourist profile of visitors in Bahía de Caráquez, so it is essential to know the problems that are afflicting this sector, which has seen its income diminished by a series of factors that affect the economy of the sector. , the work is purely research, bibliographic and comparative with the quality of the tourist services provided to visitors in the city of Bahía de Caráquez. The main objective is to analyze the profile of both national and foreign tourists who visit the beach, as well as the motivations that lead them to visit the destination and the perception of satisfaction of the tourist services offered at the spa. The investigative technique to carry out the present test is the inductive method. The research modality was of a bibliographic and observational nature. The sources of information were books available in the library of Uleam and titling works of the base of the extension, the results show how tourism and visitors are changing each year according to the economic and social conditions of each country.

Keywords: profile, quality, tourist, services

INTRODUCCIÓN

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas para mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos de la localidad. (VALDIVIA, 2012);

El perfil del visitante consiste en las características demográficas, sociales y mentales que tiene cada individuo, en este caso tomando en cuenta a los visitantes de un determinado lugar), como por ejemplo su género, edad, nacionalidad, país de residencia, instrucción, ocupación, así como el motivo de desplazamiento, los lugares visitados, número de días/noches de permanencia, los bienes y servicios turísticos consumidos, el gasto realizado y su nivel de satisfacción con respecto a la visita. (BARRERA, 2014)

La calidad de los servicios turísticos permite hallar la satisfacción del cliente según el nivel de calidad percibida del turista o cualquier otro intermediario en la producción de los servicios turísticos o en la experiencia integral. (SOLA, 1994) La playa de Bahía de Caráquez no cuenta con un perfil turístico de sus visitantes es por ello que necesita de investigaciones, encuestas para saber las preferencias del turista que visita la zona, para cumplir con sus expectativas y causar en ellos un impacto turístico.

El Turismo del Ecuador. Actualmente existe una corriente de turistas en cantidades significativas, lo que ha convertido al Ecuador como el lugar con la mayor afluencia de visitantes en los últimos 5 años, pero que se encuentran por debajo de países como Argentina, Perú, Colombia, entre otros, esto permite establecer que el país, sea el que proyecta al turismo como el elemento de cambio de matriz productiva, con una fuerte inversión en proyectos hoteleros y turísticos para el país.

“La provincia de Manabí es la más privilegiada de la Costa Ecuatoriana con sus 350 kilómetros de playas distribuidas desde Cojimíes al norte hasta Ayampe al sur. A lo largo de todo su perfil costanero se podrá disfrutar de paradisíacas y extensas playas rodeadas de encantadores pueblos pesqueros, ciudades pujantes con un gran potencial empresarial industrial y artesanal, de culturas ancestrales, exquisita gastronomía y diversidad de ecosistemas.” (spondylus, 2008)

Llegada de turistas extranjeros al Ecuador.- La llegada de turistas extranjeros al Ecuador representa un aumento significativo a, (INEC, 2015) las estadísticas demuestran como el Ecuador se está convirtiendo en un país potencialmente turístico, con las nuevas políticas económicas establecidas por el gobierno nacional, se puede avizorar mejoras en la actividad del turismo a nivel nacional, (ver tabla) es así que la proyección que tienen el país dentro del cambio de la matriz productiva es llevar las cifras a dos millones y medio de visitas por año.

Actualmente la provincia de Manabí tiene una de las mejores carreteras del Ecuador, el sistema vial ha sido cambiado casi en un 100% con carreteras de primer orden como en las grandes ciudades del país, esto ha permitido que el turismo se incremente de una manera vertiginosa, la inversión en nuevos proyectos turísticos, hoteles, restaurantes, agencias de viajes y lo más importante entrenamiento en talento humano puesto al servicio de los turistas.

Con todos los elementos mencionados se puede analizar que una de las mejores zonas para la inversión del turismo sigue siendo el norte de la provincia de Manabí, por sus vías, por el potencial ecológico, por sus evidencias arqueológicas, por sus amplias playas y sobre todo por la calidad de recurso humanos que tienen los Manabitas. Estos accesos están dando mayor agilidad y acortando distancias de los turistas que se interesan en la historia, la memoria y la identidad del pueblo de Manabí, realizando travesías y estancias de larga duración en la industria del turismo.

Historia del Cantón Sucre.- En la década de 1950, Emilio Estrada realizó excavaciones en lo que hoy es Bahía de Caráquez, y confirmó la existencia de una importante cultura sentada en el lugar, a la cual bautizó como Cultura Bahía, lo cual sirvió como referente en la construcción de la identidad local. La cultura Bahía se expresó además en otros espacios de la zona costera de la actual provincia de Manabí. (Holm, 1982) Las huellas dejadas por estos grupos humanos han permitido conocer que se trata de una sociedad compleja, jerarquizada, con un profuso desarrollo urbano, gobernada por sacerdotes, y que había alcanzado un desarrollo técnico sobre todo en la navegación la manufactura y la agricultura. La cultura Bahía estuvo vigente entre los 400 años antes de Cristo y los 800 a 1.000 años después de Cristo.

Así mismo, las características sobresalientes de estos grupos fue el aún mayor desarrollo técnico de la agricultura y la navegación, lo cual lo convirtió en los monopolizadores del intercambio de productos a nivel del Pacífico. Dos de los productos de gran valor que fueron la base del intercambio, fueron la concha spondylus y las esmeraldas, además de maíz y una diversidad de manufacturas.

Fray Diego Velasco, mercedario, explotó las costas y vio la posibilidad de construir un camino. El religioso propuso la empresa a Martín de Fuica quien promovió el proyecto ante el Virrey del Perú, y logró que se celebraran un contrato, para abrir el camino y fundar una población en Bahía de Caráquez. Fuica se ahogó en el río Daule antes de que acabara su empresa. Pero don José de Larrazabal, fiador de Fuica, concluyó el asentamiento con el nombre de San Antonio de Caráquez, en memoria de Don Antonio de Morga. Hasta 1629 las naves que venían de Panamá acordaban en Bahía de Caráquez. (Juillard, 2007)

Una vez concretada la Independencia de España, se decreta la apertura del puerto de Bahía de Caráquez y, tras varias modificaciones sobre las atribuciones para importar y exportar, el lugar se convirtió en un centro portuario cada vez más conectado con los grandes centros industriales y del comercio. El cacao que se producía en Chone, era comercializado a través de este puerto, que resurgió al calor de la modernidad capitalista y mercantil. El siglo XIX marca un proceso de auge, que avanza hasta el siglo. En Bahía

se identifican desde fines del siglo XIX las casas importadoras y exportadoras, o simplemente distribuidos de mercadería. Por ejemplo, Lee San & Ca. Tenía una venta al por mayor y menor en Bahía de Caráquez. Algunas de las casas comerciales más renombradas de la época fueron: C. Jalil Hermanos (Importadores, exportadores y agentes comisionistas. Bahía de Caráquez durante la Década del siglo 20). (Ramirez, 2011)

Esto muestra de forma concreta como el cantón Sucre y la ciudad de Bahía de Caráquez han colocado su nombre en la historia del Ecuador, con esto se demuestra una representatividad para el comercio que se dio durante el siglo 19 entrando al 20, muchos libros de historia se han escrito sobre la ciudad y entre ellos se mencionan que la cuna de la nacionalidad ecuatoriana pudo haber empezado en tierras Manabitas.

Ubicación geográfica y límites.- Bahía de Caráquez está ubicada geográficamente en la costa central del Ecuador. Es la cabecera cantonal del Cantón Sucre en la provincia de Manabí. Sus coordenadas geográficas son: Latitud: S 0° 40' / S 0° 30' y Longitud: W 80° 30' / W 80° 15'. Código Internacional: 3592-III. Limita al Norte con el cantón Jama (Parroquia San Isidro); al Sur, con el Río Portoviejo. Al Este, con el cantón Tosagua y al Oeste, con el Océano Pacífico

Bahía de Caráquez, Puerta y Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana se distingue en el Ecuador por sus cualidades paisajísticas únicas donde se juntan la naturaleza y su notable arquitectura moderna. Es una pequeña ciudad, dueña de características incomparables; considerada por muchos como la ciudad-balneario más tranquila y segura de todo el Ecuador; poseedora de una playa de extraordinaria calidad paisajística y notablemente divertida. Es además un destino único para el turismo familiar vacacional por la tranquilidad que se vive en la ciudad y por una extensa oferta de deportes de playa como el kayak, el surf, el windsurfing, esquí acuático debido a las características inmejorables de nuestra playa.

Bahía de Caráquez fue declarada como ecociudad el 23 de febrero de 1999 y desde entonces se han desarrollado importantes proyectos armónicos con la naturaleza como son el Bosque en medio de las ruinas una pequeña reserva de vegetación de bosque seco tropical en donde quedaron las ruinas que dejó el Fenómeno de El Niño en 1998, otros proyectos como la separación de las basuras en los hogares de Bahía, la reforestación de los manglares y bosques secos, el reciclaje del papel, los taxis ecológicos forman parte de la ruta ambiental de nuestra eco-ciudad. (GAD, 2012)

Según datos de fecha de fundación, la ciudad fue fundada en marzo de 1624, por José de Larrazábal y bautizada inicialmente con el nombre de San Antonio de Caráquez. El 3 de Noviembre de 1875 adquirió la cantonización como Sucre, en homenaje al General Antonio José de Sucre, sus parroquias son: San Jacinto, San Clemente, San Isidro, Leónidas Plaza, kilómetro 20, Charapotó.

En Bahía de Caráquez el apogeo del turismo comenzó en la década del 90 y justamente se abrieron dos operadoras de turismo la Guacamayo Tours y Bahía Dolphin Tours que desde el nombre de las mismas se puede deducir a que tipo preferente de turismo se dedicaban. Comenzaron sobre todo realizando ecoturismo y ofrecían tours a la isla corazón, tours a la granja agro-ecológica Río Muchacho, visitas al sitio arqueológico Chirije, entre otros. De esta manera se amplió la oferta del turismo ecológico. (Tamariz, 2014) Es indudable que Bahía de Caráquez y el cantón Sucre están en el mapa turístico del Ecuador marcado como un punto importante turísticamente hablando por diversos factores como su clima, su gente, sus recursos naturales, sus recursos culturales, entre otros que hacen de este territorio un privilegio para quienes habitan en ella y sin duda es un destino para turistas nacionales y extranjeros. Si bien lo fuerte de Sucre es este tipo de turismo de sol y playa que es el que más vende como cantón costero que es, pero es

poseedor de áreas naturales donde se encuentra bosques, cascadas, ríos, iglesia, sitios arqueológicos, entre otros que el turista se siente atraído a conocer, pudiendo también ofrecer y aprovechar un turismo como alternativa importante del desarrollo local.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La siguiente tabla demuestra como el sector hotelero fue afectado de forma significativa en toda su estructura física, por lo consiguiente no existió el servicio de hospedaje por varios meses, luego del evento telúrico se logró por parte de cada dueño mejorar las condiciones para recibir al turismo en los feriados próximos, hoy en día han pasado 3 años y aún es complejo levantar turísticamente a la ciudad de Bahía de Caráquez. La tabla muestra la situación de cada empresa de hospedaje del sector.

Cuadro 1. Muestra los hoteles de Bahía de Caráquez

INVENTARIO DE HOTELES DEL CANTON SUCRE						
#	NOMBRE DE LA EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIOS	ESTADO ACTUAL	SITUACION DESEADA	VALORACION
1	HOTEL LA PIEDRA	BAHIA DE CARAQUEZ	MUY BUENOS	REPARACION	OPERATIVO	MUY IMPORTANTE
2	HOTEL HERRADURA	BAHIA DE CARAQUEZ	MUY BUENOS	REPARACION	50% OPERACIÓN	MUY IMPORTANTE
3	HOTEL ITALIA	BAHIA DE CARAQUEZ	BUENOS	NO EXISTE	DESCONOC E	BASICO
4	HOTEL BUENA VISTA	BAHIA DE CARAQUEZ	MUY BUENOS	REPARACION	80% OPERACIÓN	MUY IMPORTANTE
5	HOTEL BAHIA	BAHIA DE CARAQUEZ	BUENOS	REPARACION	80% OPERACIÓN	IMPORTANTE
6	HOSTAL BAHIA	BAHIA DE CARAQUEZ	MUY BUENOS	OPERATIVO	100% OPERATIVO	MUY IMPORTANTE
7	HOSTAL XANADU	BAHIA DE CARAQUEZ	BUENOS	OPERATIVO	100% FUNCIONANDO	BASICO
8	HOSTAL COCOBONGO	BAHIA DE	MUY BUENOS	REPARACION	90% OPERATIVO	MUY IMPORTANTE

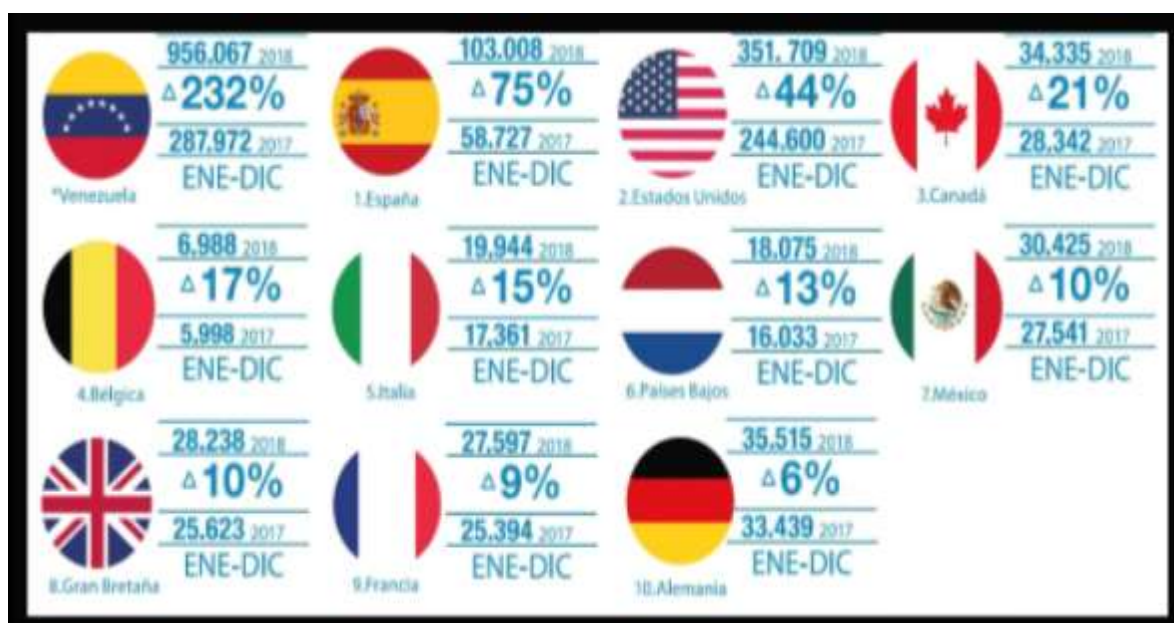
		CARAQUEZ				
9	HOSTAL SPONDYLUS	LEONIDAS PLAZA	BUENOS	OPERATIVO	100% OPERATIVO	IMPORTANTE
10	HOSTAL MARIA JOSE	LEONIDAS PLAZA	BUENOS	REPARACION	80% OPERATIVO	BASICO
11	CASA CEIBO HOTEL	BAHIA DE CARAQUEZ	MUY BUENOS	OPERATIVO	100% OPERATIVO	MUY IMPORTANTE
12	SAIANANDA HOSTERIA	LEONIDAS PLAZA	MUY BUENOS	OPERATIVO	100% OPERATIVO	MUY IMPORTANTE
13	CENTRO VACACIONAL LIFE	BAHIA DE CARAQUEZ	MUY BUENOS	REPARACION	70% OPERATIVO	MUY IMPORTANTE
14	HOTEL PATRICIO	BAHIA DE CARAQUEZ	MUY BUENOS	CERRADO	NO FUNCIONA	MUY IMPORTANTE

Fuente: (Turismo, 2016)

Elaborado por: Autores.

El sector hotelero de la ciudad de Bahía de Caráquez ha tenido una recuperación significativa después del terremoto, algunos de ellos ya han entrado al 100% de operatividad, por otro lado un 20% de las empresas hoteleras desaparecieron y un 10% sigue en proceso de reparación, por lo que el sector hotelero es el más deprimido en cuanto a la actividad económica de la ciudad después del 16 A.

Cuadro 2. Ingresos de turistas extranjeros al Ecuador 2018



Fuente: Anuario de entradas y salidas INEC.

Fuente: (MINTUR, 2019)

Elaborado por: ministerio de turismo

Actualmente las cifras turísticas para Ecuador en 2018 son positivas. Según datos de la Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo, el ingreso de extranjeros al país creció un 11% con respecto a 2017, sin considerar el mercado venezolano.

Las cifras turísticas para Ecuador en 2018 son positivas. Según datos de la Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo, el ingreso de extranjeros al país creció un 11% con respecto a 2017, sin considerar el mercado venezolano. Que tuvo un incremento del 232% con relación al 2017 y 2018

En total ingresaron a Ecuador 2,4 millones de personas, es decir 51% más que en 2017. El mayor número de llegadas se registró por vía terrestre con 1,3 millones, seguido por vía aérea con 1,078.017 millones. Del total de llegadas, 956.067 corresponden a ciudadanos venezolanos. Uno de los factores importantes para el crecimiento del turismo en 2018 fue el incremento en la llegada de visitantes por vía aérea, que representa un 16%, más que en 2017, gracias al inicio de operaciones de nuevas aerolíneas como Spirit, GOL y Laser Airlines y la ampliación de frecuencias y nuevas ruta de Aeroméxico, Aireuropa, Tame y Aerolane. (MINTUR, MINISTERIO DE TURISMO, 2018).

Cuadro 3. Muestra el origen de provincias que visitan la ciudad de Bahía de Caráquez



Fuente: (GEOVIT, 2018)

En este cuadro se observa que la provincia de Pichincha es la que más turistas emite hacia el cantón Sucre en sus feriados y festividades, con una visita promedio de 61.775 de pernотaciones y un promedio por noche de 1701 de turistas dando un gran valor al crecimiento económico y desarrollo turístico de la ciudad, también se observa que no existe estadística para el número de visitas al cantón Sucre por parte del sector hotelero, un porcentaje importante de esta visita se queda en San Jacinto, San Alejo y San Clemente.

CONCLUSIONES

- Las obras de las autoridades pertinentes están afectando al crecimiento económico y turístico dando mal aspecto a la ciudad en su viabilidad, acceso e imagen de la ciudad de Bahía de Caráquez por lo que no se encuentra operativa para el uso de los visitantes, lo que afecta a la actividad turística.
- Incrementar el turismo en Bahía de Caráquez es una meta de las autoridades de la ciudad, pero no hay un esfuerzo ni control hacia los establecimientos turísticos para brindar un servicio de calidad a quienes visitan y hacen uso de ellos en dicha ciudad.
- La ciudad de Bahía de Caráquez luego del terremoto del 2016 se encuentra olvidada y abandonada por las autoridades, y se observar una disminución de turistas e incluso ciudadanos en las avenidas, playas que son conocidas por todos los turistas nacionales e internacionales que han visitado la ciudad en sus mejores tiempos.

BIBLIOGRAFÍA

BARRERA. (2014). *ANALISIS DEL PERFIL TURISTICO DEL VISITANTES* .

Barrera, E. (2003). *Manual de Turismo Rural para Micro, Pequeños y Medianas Empresas Rurales*. Argentina.

GAD, S. (2012). *Memorias de la historia de Bahia*. Bahia.

GEOVIT. (09 de 10 de 2018). *MINTUR*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Gomes, B. (1999). *Integration in the tourism industry: a case study approach*. USA.

Holm, O. (1982). *Cultura Manteña Huancavilca*. En O. Holm. Guayaquil: Banco central del Ecuador.

INEC. (2015). *Ingresos de turistas extranjeros al Ecuador 2010 - 2014*. En *Ingresos y salidas de turistas al Ecuador*. Quito: Anuario.

Manabí, G. P. (Diciembre de 2005). *Gobierno Provincial de Manabí*. Obtenido de Gobierno Provincial de Manabí: <http://www.manabi.gob.ec/proyectos-2/inventario-de-atractivos-turisticos>

- MENDOZA, C. (2014). *BAHIA DE CARAQUEZ Y SU TURISMO EN LA VISITA DE TURISTAS*. Obtenido de <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/bahiacaraquez.php>
- MINTUR. (2018). *MINISTERIO DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- Rodríguez Miguel, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- SOLA, F. (1994). *ANALISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE* . Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26378/1/J%C3%A1come%20Salvador%20Jennifer%20Elena%201804298295.pdf>
- Sucre, G. (2012). *Plan de desarrollo turístico*. Bahía de Caraquez.
- Tamariz, P. (2014). The secret of paradise. Amazon.
- VALDIVIA. (2012). *GESTION TURISTICA*. Obtenido de http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=s0718-64282012000200002&script=sci_arttext

APORTE DEL STORYTELLING PARA CREAR MARKETING EMOCIONAL EN EMPRESA DE AGUA PURIFICADA DE BAHÍA DE CARÁQUEZ

AUTORES

Sara Margarita Ureta Ureta
saraureta95sara@gmail.com

Joel Antonio Nevárez Vera
jairojoel195@hotmail.es

TUTORES

Lic. César Arturo Carbache Mora, Mg.
cesar.carbache@uleam.edu.ec.

RESUMEN

En la actualidad las marcas se venden no sólo por el servicio que prestan, sino que además buscan crear un vínculo para que sus consumidores no solamente las prefieran, sino que además se conviertan en fieles seguidores de la misma. El storytelling, tiene un porcentaje de retención del 65 al 70% en el cerebro de los consumidores, por lo tanto, es una potente estrategia que permiten crear ese vínculo emocional entre consumidor y productor. Esta investigación pretende aportar con estrategias de marketing emocional creando una historia. La metodología implementada ha sido la revisión de la literatura, además de la aplicación de encuestas a los usuarios/consumidores de aguas purificadas muy extenuadas en la zona. Con la utilización del SPSS se estableció la fiabilidad del cuestionario aplicado. Los resultados que se encontraron fueron que consumen agua por preferencia de marcas en un 67.6 por ciento. Otro de los resultados fue que los encuestados tienen poco conocimiento de las publicidades de agua purificado que se producen en la zona. Queda planteado de acuerdo a los resultados que las empresas que se dedican a esta

actividad comercial carecen de estrategias que el marketing actual exige para mantener a las empresas y sus consumidores en comunicación no solo de ventas sino también de vinculación y fidelización, con lo cual la marca busca su posicionamiento.

Palabras claves: Storytelling, Marketing Emocional, Marca.

SUMMARY

At present, brands are sold not only for the service they provide, but also seek to create a link so that their consumers not only prefer them, but also become loyal followers of it. Storytelling has a percentage of retention of 65 to 70% in the brain of consumers, therefore, it is a powerful strategy that allows creating that emotional link between consumer and producer. This research aims to provide emotional marketing strategies by creating a story. The methodology implemented has been the revision of the literature, in addition to the application of surveys to users / consumers of purified water very exhausted in the area. With the use of the SPSS the reliability of the applied questionnaire was established. The results that were found were that they consume water by preference of brands in a 67.6 percent. Another result was that respondents have little knowledge of the publicity of purified water produced in the area. It is raised according to the results that companies engaged in this business activity lack strategies that current marketing requires to keep companies and their consumers in communication not only sales but also linking and loyalty, which the Brand seeks its positioning.

Keywords: Storytelling, Emotional Marketing, Brand

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las marcas se venden no sólo por el servicio que prestan, sino que además buscan crear un vínculo para que sus consumidores no solamente las prefieran, sino que además se conviertan en fieles seguidores de la misma. El storytelling, tiene un porcentaje de retención del 65 al 70% en el cerebro de los consumidores, por lo tanto, es una potente estrategia que permiten crear ese vínculo emocional entre consumidor y productor.

En un estudio realizado por Paul. J. Zak (2013), de la universidad de Berkeley. Se ha demostrado científicamente el efecto que las historias provocan en el cerebro de los individuos. Se descubrió que las historias hacen que se libere la hormona llamada oxitocina, que es segregada por el cerebro humano cuando confía en alguien y fomenta la colaboración y la empatía. Se demostró también que el relato posee una gran capacidad para atraer la atención humana y consigue que el receptor comparta la emoción de los personajes puesto que las historias que unen contenido y emociones son más fáciles de entender y de recordar (Paul.J.Zak, 2013). Una buena historia crea una emoción positiva que inspira a la gente a tomar una acción. Del mismo modo, la historia de tu marca (tu brand story) debería desencadenar una emoción que inspira a un cliente a invertir en tu idea. Cuando cuentas tu historia, muestras tus valores, tus virtudes y tu humanidad. Trabajas constantemente para conseguir una conexión auténtica y humana con tus clientes, y poco a poco ganarás su confianza. Te diferencias enseñando a todos como tu presencia tiene un impacto positivo en el mundo, y haces que tus clientes jamás quieran un mundo sin ti (Núñez., 2019). Hoschild (1983) presenta un trabajo seminal sobre emociones en el que conduce la atención hacia como éstas son socialmente desarrolladas y construidas. La importancia de conocer cómo se generan las emociones radica en que estas juegan un rol crítico en los eventos importantes de los seres humanos. En situaciones extremas, las emociones pueden ser el modo más básico en que la gente experimenta y recuerda eventos particulares (BARTEL, 2002). De manera sintética, Ashforth y Humphrey (1995) definen las emociones como una «parte integral e indispensable de la organización diaria de la vida»; es decir, como todos los sentimientos que se tienen en una jornada: de tristeza, alegría, compromiso, miedo, etcétera (ASHFORTH, B. E. y

HUMPHREY, R. H., 1995). Bahía de Caráquez es un mercado en el cual se disputan la venta de agua purificada entre marcas como Sunset, Purewater, Purísima, las más conocidas en la zona, por lo cual se decidió hacer un estudio de la preferencia de los usuarios por alguna de las marcas mencionadas. Esta investigación pretende aportar con estrategias de marketing emocional creando una historia que vincule a la marca más aceptada por los usuarios.

Storytelling

Esta multiplicidad de enfoques provoca la necesidad de proponer una definición propia sobre el storytelling, ya que a nuestro juicio, la dicotomía entre los planteamientos genéricos y concretos a la hora de explicar nuestro objeto de estudio provoca que todas las definiciones anteriores sean correctas y complementarias, pero a su vez, incompletas (Getafe., 2016)

En un estudio realizado por (Paul.J.Zak, 2013), de la universidad de Berkeley. Se ha demostrado científicamente el efecto que las historias provocan en el cerebro de los individuos. Se descubrió que las historias hacen que se libere la hormona llamada oxitocina, que es segregada por el cerebro humano cuando confía en alguien y fomenta la colaboración y la empatía. Se demostró también que el relato posee una gran capacidad para atraer la atención humana y consigue que el receptor comparta la emoción de los personajes puesto que las historias que unen contenido y emociones son más fáciles de entender y de recordar.

Una buena historia crea una emoción positiva que inspira a la gente a tomar una acción. Del mismo modo, la historia de tu marca (tu brand story) debería desencadenar una emoción que inspira a un cliente a invertir en tu idea. Cuando cuentas tu historia, muestras tus valores, tus virtudes y tu humanidad. Trabajas constantemente para conseguir una conexión auténtica y humana con tus clientes, y poco a poco ganarás su confianza. Te diferencias enseñando a todos como tu presencia tiene un impacto positivo en el mundo, y haces que tus clientes jamás quieran un mundo sin ti (Núñez., 2019)

Storytelling estructura

Fog, Budtz, Munch y Blanchette (2010) sostienen que hay unos elementos básicos que no deben faltar en el uso del storytelling en cualquier disciplina. Estos elementos se pueden variar o ser aplicados de manera distinta dependiendo del receptor, del contexto o situación en que se cuenta la historia y su finalidad. Para estos autores no se puede hablar de storytelling si no se incluyen estos elementos.

Mensaje: es lo primero que hay que definir de forma clara. Este elemento trabaja como un tema central a lo largo de toda la historia. Además es mejor si sólo es uno para no confundir al espectador y éste logra entenderlo a través de la historia.

Conflicto: este elemento es muy importante debido a su relación con la naturaleza humana. Las personas evitan situaciones desagradables y sentimientos de estrés o ansiedad por naturaleza. Es por esto que si se encuentra con algún conflicto, intenta resolverlo para volver al equilibrio, es decir, lo fuerza a actuar. Para cautivar al público, la historia no debe ser completamente caótica ni tampoco estar en completa armonía, tiene que existir un equilibrio.

Personajes: se puede utilizar la estructura del clásico cuento de hadas donde encontramos un héroe, que persigue una meta y cuenta con el apoyo de uno o más personajes. También tiene un adversario, el cual puede ser también un villano, que intenta algo contrario al héroe, estableciéndose así el conflicto. Además hay un benefactor y un beneficiario junto a los anteriores. Cada personaje cumple una función y tiene un papel en la historia.

Argumento: se trata de ver cómo se va a desarrollar la historia. Los sucesos que ocurran y cómo progresen en ella son muy importantes para la experiencia del espectador. Es por

esto que debe existir una estructura precisa para impulsar el relato y mantener el interés del público. Con la progresión del conflicto se llega al punto de no retorno, donde el héroe debe tomar una decisión de la que dependerá el devenir de la historia. Por último, sobre el final de la historia, se puede decir que la mayoría tienen un final positivo que restablece la armonía, pero esto no tiene porqué ser así.

Asimismo, existen unas pautas que debe seguir toda historia para que capte la imaginación y conquiste a una gran parte de la audiencia, en definitiva, para ser una buena historia (Godin, 2006)

- **Ser verdadera:** no quiere decir que sea real sino que sea coherente y auténtica. El espectador detecta fácilmente las inconsistencias de una historia.
- **Ofrecer una recompensa:** hay que prometer al receptor algo atrevido e imaginativo para que le valga la pena oír la historia.
- **Generar confianza:** la confianza es un bien reducido. La historia no tendrá éxito si antes no se trabaja la credibilidad para contarla.
- **Ser sutil:** cuanto menos insistente sea, más poderosa será la historia. Hay que dejar margen para que sea el receptor quien saque sus propias conclusiones, así será más eficaz.
- **Ser de efecto rápido:** una buena historia engancha a la audiencia desde el primer instante, ya que la primera impresión es la más fuerte. La visión del mundo que ofrece la historia concuerda o no con el individuo desde el primer momento.
- **No apelar a la lógica, pero sí a los sentidos:** apelando a los sentidos del receptor, en se le puede decir más en un segundo que con una larga explicación.
- **No ir dirigida a cualquiera (salvo rara vez):** la historia no puede diluirse para satisfacer a todos en general, porque entonces no llamará la atención de nadie. La historia debe sintonizar con una minoría y que luego ésta la difunda.
- **No contradecirse:** todos los elementos que afecten a la historia deben estar a su nivel. Si alguno no lo está, la audiencia lo notará y esto afectará en su percepción global del relato.
- **Sobre todo, corroborar una visión del mundo:** no es necesario enseñar nada nuevo. Las buenas historias se corresponden con las convicciones y los ideales de los individuos. Se trata de afirmar al receptor que estaba en lo correcto.

Storytelling en el Marketing

El storytelling contiene la capacidad para captar la atención del espectador y poder hacerle sentir una emoción hacia la marca esto hace que sea una herramienta que también se pueda aplicar en el marketing y publicidad.

En esta área se llama storytelling al uso que las empresas le dan a esta herramienta de la comunicación para conseguir captar la atención de los consumidores y llegar a implantar historias de la marca en su recuerdo. En este caso, se trata al storytelling como estrategia de uso comercial o publicitario.

Los consumidores no sólo demandan un producto o servicio, sino que desean comunicar y sentirse identificados mediante el contenido y los mensajes de la marca. Es por eso que es necesario la implementación del storytelling, debido a la naturaleza emocional que presentan las historias y que puede servirle para conectar con el cliente (Muller, 2016)

En este sentido, es necesario hablar sobre el marketing de contenidos que se basa en generar contenidos desde la marca y en torno a ella y que además informen o eduquen de alguna forma al usuario (De Aguilera-Moyano, Baños González, & Ramírez-Perdiguero, 2015) Se trata de que la marca cree un contenido por el cual el consumidor se sienta atraído para que luego desee difundirlo. Por lo tanto, las historias se convierten en una buena forma de lograr el propósito de este tipo de marketing.

Marketing emocional

(HOCHSCHILD, 1983) Presenta un trabajo seminal sobre emociones en el que conduce la atención hacia como éstas son socialmente desarrolladas y construidas. La importancia de conocer cómo se generan las emociones radica en que estas juegan un rol crítico en los eventos importantes de los seres humanos. En situaciones extremas, las emociones pueden ser el modo más básico en que la gente experimenta y recuerda eventos particulares (BARTEL, 2002)

De manera sintética, Ashforth y Humphrey (1995) definen las emociones como una «parte integral e indispensable de la organización diaria de la vida»; es decir, como todos los sentimientos que se tienen en una jornada: de tristeza, alegría, compromiso, miedo, etcétera.

Marca

La (American Marketing Association AMA, 2014) define a la marca como “Un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de los anteriores, cuyo propósito es identificar los bienes o servicios de un vendedor, o un grupo de vendedores y diferenciarlos de los de la competencia”.

La marca es aquella identificación que posee una empresa, lugar, bienes, servicios, persona con características únicas que permite diferenciarse de las demás, está conformada por una serie de elementos como símbolo, nombre, logotipo, colores, gráficos, imagen entre otros, los cuales permiten diferenciarse de la competencia. La marca se compone por dos tipos de realidades que son la realidad material y la realidad psicológica.

La realidad material (identidad), está formada por un conjunto de elementos como nombre, logotipo, diseños y gráficos los cuales permiten que definir los valores, misión, ética que posee una empresa con la finalidad que el receptor pueda diferenciar un producto, servicio ya sea de manera visual, verbal o físicos.

Nombre o fenotipo: Al escoger el nombre para una marca es necesario tomar en cuenta que sea fácil de recordar, reconocer y pronunciar, por ende es conocida como la actividad verbal de una marca.

Logotipo: se trata de la parte gráfica del nombre debido a que se compone solo por letras, incluyendo rasgos, colores, degradados pero no puede contener ningún símbolo que lo acompañe.

Isotipo: Es la parte simbólica de la marca, sólo puede estar compuesta por imagen, no debe existir tipografía. Es decir se enfocara solo en un dibujo que identifique a la marca.

Isologotipo: Es la representación visual completa debido a la unión del logotipo e Isotipo. Se refiere al conjunto de rasgos y colores en complemento con una imagen determinada. (Rogers, 2004) define a Love Mark como “la posición de una marca dentro de una cultura. La empresa atrae al consumidor a través de los sentidos y logra mantener una relación leal y estable gracias a que es capaz de introducir emoción en la forma de relacionarse”

Posicionamiento de la marca

El posicionamiento de marca es el lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto el resto de sus competidores. El posicionamiento otorga a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia

Para (Jiménez, 2004)El posicionamiento de marca significa enfatizar las características distintivas que la hacen diferente de sus competidores u la hacen atractiva para el público.

Para lograr un posicionamiento de marca es necesario realizar un análisis del entorno e identificar los factores influyentes que afectan a la problemática del posicionamiento de la marca en la mente de los clientes, ante los resultados obtenidos es necesario diseñar estrategias que permitan crear un valor agregado al momento de satisfacer necesidades y por ende caracterizar un bien, servicio o un punto específico.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se realizó en la ciudad de Bahía de Caráquez, utilizando los siguientes métodos:

Método de observación: Se realizó la observación partiendo de los atractivos que posee la ciudad y el comportamiento que generan habitantes y turistas que visitan la ciudad.

Método estadístico descriptivo: Según Orellana **Fuente especificada no válida.** “La estadística descriptiva ofrece modos de presentar y evaluar las características principales de los datos a través de tablas, gráficos y medidas resúmenes”. Para lograr cumplir con el objeto de estudio se trabajó teniendo en cuenta las variables del caso de estudio, procediendo a realizar un levantamiento estadístico de acuerdo a los gustos y preferencia de los habitantes de Bahía de Caráquez.

1. Fase diagnóstico: Análisis de la situación actual de Bahía de Caráquez haciendo énfasis en las preferencias al momento de consumir agua.

2. Fase operativa: Para la realización de esta fase se usó como herramienta la encuesta y variables que se definen del tema.

➤ **Lectura científica:** Fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial y el análisis de técnicas que evalúan los gustos y preferencia de los estudiantes al momento de consumir agua purificada.

➤ **Encuesta:** Se aplicó a los estudiantes de la ULEAM. Extensión Bahía de Caráquez, tomando como referencia una muestra de 120 personas.

Instrumentos: Se aplicó una encuesta estructurada con preguntas cerradas con la finalidad de evaluar los gustos y preferencias a las marcas de agua purificada en presentación bidones, para esto se utilizó el software SPSS 21.0 para procesar la encuesta.

RESULTADOS

CUADRO 1

5. ¿Considera adecuada la presentación de los envases de agua purificada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En total desacuerdo	3	2,9	2,9	2,9
En desacuerdo	5	4,8	4,8	7,6
Neutro	57	54,3	54,3	61,9
Válidos De acuerdo	29	27,6	27,6	89,5
Totalmente de acuerdo	11	10,5	10,5	100,0
Total	105	100,0	100,0	

CUADRO 2

¿Ha escuchado publicidad de estas marcas de agua purificada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

	En total desacuerdo	20	19,0	19,0	19,0
	En desacuerdo	6	5,7	5,7	24,8
	Neutro	42	40,0	40,0	64,8
Válidos	De acuerdo	26	24,8	24,8	89,5
	Totalmente de acuerdo	11	10,5	10,5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

CUADRO 3

7. ¿Le parece adecuada el tipo de historia que narra esta publicidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	En total desacuerdo	6	5,7	5,7
	En desacuerdo	5	4,8	10,5
	Neutro	46	43,8	54,3
Válidos	De acuerdo	40	38,1	92,4
	Totalmente de acuerdo	8	7,6	100,0
	Total	105	100,0	100,0

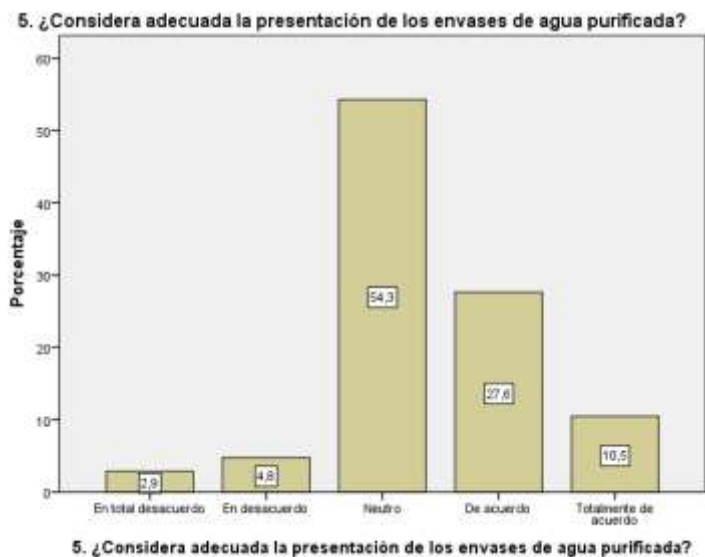
CUADRO 4

8. ¿qué tipo de agua purificada usted consume en Bahía de Caráquez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Sunset	71	67,6	67,6
Válidos	Purewater	30	28,6	96,2
	Purísima	4	3,8	100,0
	Total	105	100,0	100,0

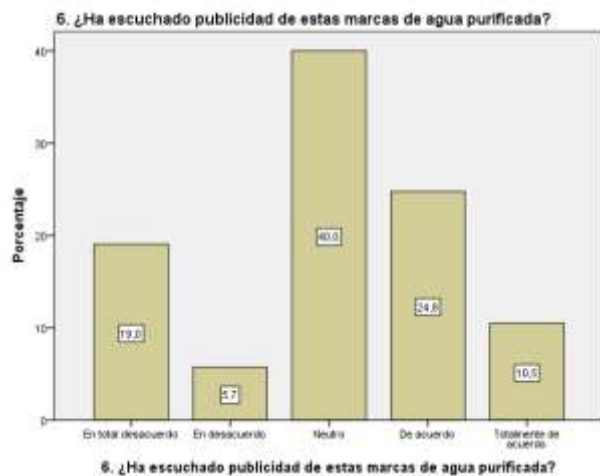
Gráfico de barras

GRAFICO 1



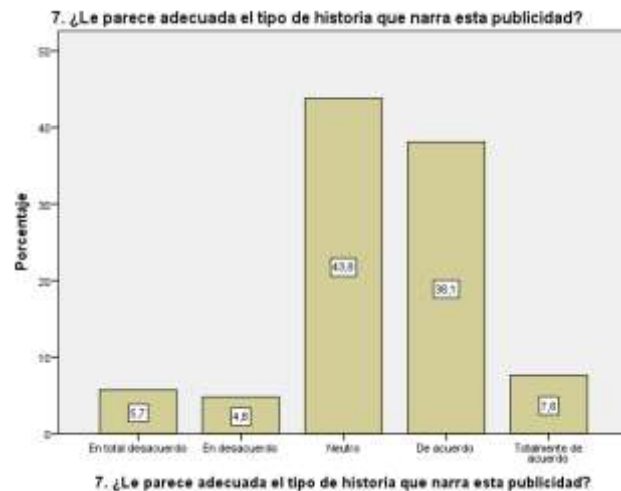
La consideración que tiene los encuestados con respecto a la presentación de los envases de agua purificada es del 2.9% rechazan completamente la presentación de envases, el 4.8% rechazan la presentación, pero existe la posibilidad de cambiar de criterio, el 54.3% tienen poco conocimiento sobre la exposición de los envases, pero consideran que tiene algo de relevancia, un 27.6% argumentan que es relevante la presentación de los envases y un 10.5% aducen que es muy adecuada la presentación.

GRAFICO 2



los criterios obtenidos en cuanto a la publicidad de agua purificada que han escuchado los encuestados es : 19% no ha escuchado publicidades de alguna de las marcas de agua de bahía de Caráquez, el 5.7% desconoce las publicidades hechas por las marcas de agua, el 40% de la muestra tienen poco conocimiento en las publicidades de agua purificada, 24.8% sí ha escuchado publicidades de las marcas de agua en bahía de Caráquez y solo el 10.5% de encuestados ha escuchado publicidad de las marcas mencionadas.

GRAFICO 3



Teniendo en cuenta los datos obtenidos en base a al tipo de historia que se narra dentro de las publicidades del total de los encuestados el 5.7% está en total desacuerdo en la narrativa que utilizan, el 4.8% también está en desacuerdo en cuanto a la narrativa de la publicidad habiendo la probabilidad de cambiar su opinión, el 43.8% piensan que no es relevante, el 38.1% si está de acuerdo en que la narrativa es adecuada y el 7.6% está totalmente de acuerdo en que la narrativa dentro de la publicidad es coherente.

GRAFICO 4



El agua purificada que consumen a preferencia en bahía de Caráquez es sunset con un 67.6% siguiéndole agua Purewater con un 28.6% y finalizando con el 3.8% de purísima.

Análisis de fiabilidad Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,805	7

DISCUSIÓN

La constante exigencia de los clientes externos por consumir agua bien tratada es del 57.1% de la muestra poblacional encuestada, entendiéndose esto como una necesidad primordial dentro de su forma de vida, para ello los clientes buscan y prefieren aguas que sean de mejor calidad, envase y publicidad.

Los resultados obtenidos de este estudio de investigación sobre el consumo y publicidades respecto al agua purificada en la ciudad de Bahía de Caráquez, permiten demostrar que la marca de agua purificada en bidón más consumida en la ciudad es SUNSET, con el 67.6% de la tasa de mercado, seguido de Purewater con el 28.6 y Purisima con el 3.8%, por lo que se entiende que agua SUNSET es líder en el mercado de aguas purificadas dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez, debido a su alto consumo y gran aceptación en cuanto a sus publicidades vinculadas a las narrativas. Con la evidencia planteada se considera que las publicidades y las narrativas que se emiten tienen impacto directo en el consumidor haciendo que estos prefieran adquirir la marca de agua SUNSET por encima de las demás marcas.

La presentación de los envases de agua es muy relevante en la toma de decisión de compra de este producto, por ello mantener un buen diseño dará valor agregado en la elección de una marca diferenciándola por encima de las demás.

CONCLUSIONES

1. Las personas prefieren consumir productos con envases bien elaborados y presentados además que sean llamativos, destacándose frente a la competencia abarcando así más cuota de mercado, provocando que se genere un incremento de ventas y fidelización por parte de los usuarios.
2. La decisión de compra se ve influenciada por el diseño del producto debido a que los gustos y preferencias varían dependiendo de la necesidad de cada una de las personas, por ello sus características deben ser planificadas previo a un estudio de mercado.
3. La publicidad que estos emitan debe tener coherencia con las narrativas que se presenten, para así tener un mejor entendimiento que ayuden al consumidor a elegir una marca por encima de las demás, repercutiendo directamente sobre el proceso de compra.
4. Los compradores se sienten más cercanos a una marca cuando esta provoca emociones dentro de un consumidor, como la satisfacción al beber agua limpia, sana, de buen sabor luego de un día caluroso como es el caso de SUNSET que cumple con la mayoría de las expectativas del cliente, teniendo como carácter positivo la buena aceptación. De esta manera se forma un vínculo entre la marca y consumidor consolidándose como un cliente fiel.

RECOMENDACIONES

Luego de lo estudiado, para la creación de marketing emocional en la purificadora de agua en Bahía de Caráquez, logrando el posicionamiento de la marca en la mente del consumidor. Queda como recomendación de que esta intención es posible en tanto y en cuanto los responsables de este negocio muestren interés en incrementar la publicidad basándose en las emociones.

El presente resultado permitirá continuar avanzando en la construcción de una historia referente a la marca de agua para lograr fidelidad en sus consumidores.

Se recomienda incrementar la publicidad de la marca basados en las emociones para lograr un posicionamiento en la mente del consumidor haciendo uso de herramientas que faciliten la difusión de dicha publicidad.

BIBLIOGRAFÍA

- American Marketing Association AMA. (2014). *Gestión de marca*. Bogotá: Institucion Universitaria Politecnico Grancolombiano.
- ASHFORTH, B. E. y HUMPHREY, R. H. (1995). «Emotion in the work- place: A reappraisal»*Human Relations*. 48, 97-125.

- BARTEL, C. (2002). «*I love New York, more than ever: Changes in people's identities as following the World Trade Center terrorist attacks*». New York: Journal of Management Inquiry, 11 (3), 240-250.
- Getafe., P. J. (2016). TESIS DOCTORAL Del storytelling al storytelling publicitario: el papel de las marcas como contadoras de historias.
- Godin, S. (2006). *¿Todos los comerciales son mentirosos? Los actuales vendedores de sueños*. España: Robinbook.: Barcelona.
- HOCHSCHILD, A. E. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. California: University of California Press, Berkeley,GA.
- Jiménez, A. &. (2004). *Dirección de productos y marcas*. Barcelona: Barcelona: UOC.
- Muller, K. (2016). *El papel de las marcas en la nueva era de la comunicación publicitaria*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048903003>
- Núñez., V. (2019). *Copyright*. Obtenido de <https://vilmanunez.com/que-es-storytelling/>
- Paul.J.Zak. (2013). *storytelling*. universidad de Berkeley.
- Rogers. (2004). *MARKETING RELACIONAL*.

**“EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA GESTIÓN
COMERCIAL DEL DESTINO TURÍSTICO PEDERNALES: UN ENFOQUE
DESDE LAS CIENCIAS SOCIALES Y LA MERCADOTECNIA”**

AUTOR

Ing. Pedro Fabián Pazmiño Vergara
fabianpazminovergara@gmail.com

TUTOR:

Ing. Isaura Vanesa Peña. Mg.
vanessa.pv@live.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo propósito de determinar de qué manera el comportamiento del consumidor incide sobre la gestión comercial de las empresas relacionadas con el destino turístico Pedernales, cuyos objetivos específicos buscan: Conocer de qué manera el desconocimiento del perfil del consumidor para direccionar la oferta del destino turístico, incide en los resultados de la gestión comercial; identificar de qué manera la deficiente aplicación de estrategias comerciales, inciden en los resultados de la gestión comercial y establecer de qué manera el bajo desarrollo de sector turístico Pedernales inciden en los resultados de la gestión comercial. La presente investigación es cualitativa y no experimental, donde el instrumento utilizado fue la encuesta estructurada de acuerdo a la escala de Likert, la muestra estuvo conformada por 383 personas que corresponden a la población de los turistas que visitaron Pedernales en el año 2017, así como también a 38 empresas activas relacionadas al sector turístico, siendo el lugar de estudio la ciudad de Pedernales. El alfa de Cronbach en las encuestas a empresarios dio 0,895 de fiabilidad y en la encuesta a turistas dio el 0,807 de fiabilidad del instrumento aplicado.

Palabras clave: Mercadotecnia, Economía, Turismo, Consumidor, Gestión.

SUMMARY

The purpose of this research was to determine how consumer behavior affects the commercial management of companies related to the Pedernales tourist destination, whose specific objectives are to: Know how to ignore the consumer profile to address the destination's offer tourism, affects the results of commercial management; identify how the poor application of commercial strategies affect the results of commercial management and establish how the low development of Pedernales tourism sector affect the results of commercial management. The present research is quantitative and non-experimental, where the instrument used was the survey structured according to the Likert scale, the sample consisted of 383 people corresponding to the population of tourists who visited Pedernales in 2017, as well as 38 active companies related to the tourism sector, being the place of study the city of Pedernales. Cronbach's alpha in business surveys gave 0,895 reliability and in the tourist survey gave the 0.807 reliability of the applied instrument.

Key words: Marketing, Economy, Tourism, Consumer, Management.

INTRODUCCIÓN

El turismo tiene sus orígenes en el periodo neolítico según World Tourism Organization, su desarrollo y evolución se ha modificado a lo largo de la historia, bajo esta premisa se establecieron organizaciones internacionales que promueven el turismo mundial con la finalidad de promover destinos y generar el desarrollo sostenible de los países. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, en el 2016 el volumen de negocios del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. Por consiguiente, el turismo es el principal mecanismo de comercio internacional, siendo una de las principales fuentes de ingreso de varios países como Estados Unidos, España, México, China, Japón, Brasil, entre otros países. (Tamayo, 2017).

El turismo a nivel mundial ha presentado un aumento notable del 7% en el 2017, alcanzando un total de 1.322 millones de llegas de turistas internacionales a diferentes destinos turísticos, según el último barómetro de la Organización Mundial del Turismo. (Marcelo, 2018). El Ecuador recibió en el primer semestre de 2018 turistas internacionales en enero 197.219 turistas, en febrero 179.142, en marzo 191.532, en abril 183.921, en mayo 200.674 y en junio 218.470 turistas ingresaron al país con un crecimiento de 60,5% en referencia al año 2017. Comparando con los países vecinos que

en el mismo semestre Colombia tuvo un crecimiento del 39,9% y Perú el 12,2% referente al 2017. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2018). En la actualidad las organizaciones y empresas del turismo más exitosas del mundo han alcanzado un nivel de satisfacción de los consumidores, transformando la organización entera para servirles y permanecer cerca de ellos. Para alcanzar este objetivo, estas empresas turísticas han generado un enfoque para el consumidor, en donde han determinado en primer lugar qué quieren para poder diseñar, producir y comercializar productos o servicios con la más alta calidad y a precios razonables. Realizar este tipo de enfoques, se fundamenta en el aumento de las investigaciones acerca de los consumidores y la importancia de contar con información detallada sobre: qué, dónde, cuánto, cuándo y por qué compran y/o consumen.

En las principales ciudades del Ecuador las empresas nacen en un mundo tecnológico y con una administración moderna pero limitan su actividad, lo más habitual es que la gestión comercial tradicional no permita desarrollo de las empresas. Manabí no solo es producción pesquera, agrícola y manufactura. También posee atractivos turísticos que la han convertido en una de las provincias más visitadas por turistas nacionales y extranjeros. Los sitios más destacados son el Puerto de Manta, el Parque Nacional Machalilla, Puerto López y Portoviejo. Aunque la playa más visitada del país es la de Los Frailes, que es la única del país con arena blanca. El desarrollo urbanístico de Manta la convirtió, desde 1997, en un atracadero de grandes cruceros. En estos últimos arribos de cruceros, los GAD's de Manabí en especial Manta, Portoviejo y Sucre fueron parte del arribo, instalaron stands para promocionar sus atractivos, en cada llegada de cruceristas que visitan el territorio manabita.

Las empresas relacionadas al turismo en la ciudad de Pedernales después del evento sísmico del 16 de abril del 2016, comenzaron a surgir en un entorno desfavorable con una gestión empírica, debido a la catástrofe ante mencionada, por lo que tuvieron que aceptar el reto y ponerse a trabajar en este aspecto, lo que ha permitido que muchos emprendedores extranjeros y nacionales que viven dentro de la ciudad, y no aplican una gestión comercial para satisfacer las necesidades del cliente y reorientar su posición en los mercados actuales. Haciendo frente a contrastaciones sociales con el consumidor el cual ha evolucionado de acuerdo a las nuevas tecnologías y tendencias del mercado. Pedernales es un polo de desarrollo turístico debido a que la naturaleza lo ha dotado de diferentes atractivos. Esta atravesado por la línea equinoccial Ecuador y posee puntos turísticos. (Herrera Enríquez, Guevara Viejo, Castillo-Páez, & Castillo Montesdeoca, 2017).

El terremoto del 16 abril de 2016, generó que el destino turístico Pedernales tuviera un decrecimiento económico considerable, afectando de manera directa a los negocios destinados al sector turístico: restaurantes, hoteles y centros recreacionales, que son objetos de estudios en la presente investigación. Por otro lado, los consumidores cada día poseen mayor información de productos y servicios, por lo tanto, realizan una gran búsqueda apoyados con la tecnología, comparando precios y lugares, por ende, al momento de visitar un destino turístico conocen los atractivos que les brinda el sector, así como también las problemáticas que posee el mismo, aunque este conocimiento varía entre turistas nacionales y extranjeros.

La deficiente gestión comercial de las empresas del destino turístico Pedernales, se genera por el desconocimiento que los empresarios tienen respecto al perfil de los consumidores, así como también a la escasa gestión comercial que realizan y por supuesto a la deficiente aplicación de estrategias comerciales, esto ha hecho que ofrezcan servicios que no satisfacen las expectativas de los turistas. Los cantones de la zona norte de Manabí Jama,

San Vicente y Sucre son destinos turísticos que hoy compiten por conquistar nuevos mercados.

Don la problemática estudiar es: ¿De qué manera el comportamiento del consumidor incide sobre la gestión comercial de las empresas relacionadas con el destino turístico Pedernales?, basado en la sub interrogantes ¿De qué manera el desconocimiento del perfil del consumidor para direccionar la oferta del destino turístico, incide en los resultados de la gestión comercial?; ¿De qué manera la deficiente aplicación de estrategias comerciales, inciden en los resultados de la gestión comercial?; ¿De qué manera el bajo desarrollo de sector turístico Pedernales inciden en los resultados de la gestión comercial?.

Con el propósito de determinar de qué manera el comportamiento del consumidor incide sobre la gestión comercial de las empresas relacionadas con el destino turístico Pedernales, y de esta manera; Conocer de qué manera el desconocimiento del perfil del consumidor para direccionar la oferta del destino turístico, incide en los resultados de la gestión comercial.; Identificar de qué manera la deficiente aplicación de estrategias comerciales, inciden en los resultados de la gestión comercial y Establecer de qué manera el bajo desarrollo de sector turístico Pedernales inciden en los resultados de la gestión comercial.

Donde las variables estudiadas son el comportamiento del consumidor y la variable gestión comercial. Esta investigación se realizará en la Parroquia Urbana Pedernales del Cantón Pedernales, el estudio es válido sólo para las empresas relacionadas al turismo en el Cantón Pedernales. Este estudio se realizó en el primer semestre del año 2018 con proyección de seis meses en el sector de Turistas, Empresas relacionadas al turismo, con la finalidad de crear un diseño del proceso para la elaboración del manual de gestión comercial para la mejora continua de las empresas relacionadas al turismo del Cantón Pedernales.

El comportamiento del consumidor en este último siglo ha tenido varios cambios debido a las nuevas tecnologías que han logrado el avanzado conocimiento de los consumidores, con la aparición del internet se logró la globalización de la información la cual se puede obtener sin limitaciones geográficas, uniendo consumidores y mercados de diferentes partes del mundo basados en la teoría de J. Marshall y La teoría de Maslow.

Teorías relevantes

Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor varía permanentemente, es difícil conocer cómo piensa, que siente y como actúa el hombre en la sociedad, ya que el hombre busca satisfacer sus propias necesidades, por tanto, busca productos que le brinden mayor utilidad a un precio bajo, como se observa en las teorías que se exponen a continuación:

J. MARSHALL: “La base de esta teoría, uno de cuyos exponentes más relevantes, es que el hombre busca siempre maximizar su utilidad. Es decir, el hombre siempre tratará de comprar el producto que más utilidad le dé en función del precio que pagará por él, en otras palabras, el hombre siempre tratará de maximizar la relación costo beneficio en cada actividad de su vida” (Whaibe Medrano, Garcias Casas, & Catillo Vega, 2013)

Alfred Marshall, divide esta teoría en dos partes:

1. Análisis Microeconómico.- que trata del comportamiento individual de los consumidores y productores con el fin de entender el funcionamiento general del sistema económico.
2. Análisis Macroeconómico.- que estudia la actividad económica en cuanto a su magnitud global dirigida a determinar las condiciones generales de crecimiento y de equilibrio de la económica en conjunto. Se trata de una teoría normativa sobre la elección racional con los

Siguientes postulados:

1. El consumidor tiene un conocimiento completo de sus necesidades y de los medios disponibles para satisfacerlas.
2. El comportamiento de compra del consumidor está orientado hacia la maximización de su utilidad.
3. El comportamiento del consumidor es un comportamiento de elección racional.
4. La elección del consumidor es independiente del medio y del entorno en que esta se realiza.
5. El consumidor obtiene su satisfacción del producto en sí mismo y no de los atributos que posee. (Whaibe Medrano, Garcias Casas, & Catillo Vega, 2013).

La gestión comercial

La teoría de Maslow o más conocida como la jerarquía de las necesidades y motivaciones, postula que el individuo tiene dos tipos de necesidades: las Deficitarias y las de Crecimiento. Que, a su vez, estas se subdividen en forma jerárquica, es decir, el individuo desea satisfacer desde las más básica hasta seguir subiendo sucesivamente a de acuerdo a sus necesidades y motivaciones. (Bardales, 2017)

Según Kotler y Armstrong (2003). El comportamiento de compra del consumidor: “Es la conducta de compra de los consumidores finales: individuos y hogares que compran bienes y servicios para su consumo personal”. (KOTLER & Gary, 2013).

Estudiando los siguiente antecedentes investigativos de Artículos académicos de psicología del consumidor publicados en castellano: Una revisión bibliométrica (ChilitoPinto, Rodriguez Rojas, Plata Caviades, Perez Acosta, & Fernandez, 2015), enfocada en realizar un estudio bibliométrico que permitiera analizar cuantitativamente el estado de la psicología del consumidor en Hispanoamérica, y ofrecer así, un panorama de las contribuciones en lengua castellana a esta rama de la psicología.

Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica. (Henao & Fernando, 2017), Revisar la relación del fenómeno del consumo con la cultura, la clase social, los grupos de referencia y la familia, después observaremos las explicaciones sociológicas que dan cuenta de las diferencias de comportamiento que observamos en el consumo.

Basandose en el crecimiento de las empresas hoteleras de Manabí, se tomo el siguiente antecedente investigativo, la gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las pymes hoteleras de Manabí. (Ponce Andrade J. E., 2017), que estudia el propósito de establecer que la gestión comercial tiene influencia en el crecimiento de las PYMES de hoteleras de Manabí.

Este estudio del nuevo comportamiento del consumidor: la influencia del ewom (electronic word-of-mouth) en relación a la lealtad de los clientes en el sector hotelero (Fabiana, 2014), tiene el objetivo de construir un modelo conceptual e identificar las interrelaciones entre las variables que afectan a la lealtad de los clientes en el actual escenario de competitividad y nuevo comportamiento de los consumidores.

Comportamiento del consumidor: El comportamiento del consumidor es el estudio de personas, grupos u organizaciones y los procesos que siguen para seleccionar, conseguir, usar y disponer de productos, servicios, experiencias o ideas para satisfacer necesidades y los impactos que estos procesos tienen en el consumidor. Según (Ana María, 2011)

Gestión comercial: La gestión comercial tiene la misión de encargarse de la apertura de la organización al mundo externo, con muchas tareas por encarar, tales como la satisfacción al cliente, la participación de mercado, incrementar sus ventas, dosificar las actividades del marketing, capacitar al recurso humano, mejorar los procesos administrativos, orientando este ensamble de labores al logro de la rentabilidad, que lleva consigo el crecimiento de la empresa. (Ponce Andrade J. , 2017).

Destino turístico: En esencia el destino turístico es un sistema de relaciones, más que un conjunto de componentes (instalaciones y atractivos). Este modo los destinos turísticos permite identificarlos no como una realidad preexistente (producto o territorio) sino como elementos relacionados que en su dinámica generan una imagen percibida por los visitantes. (Bigné, 2001)

Mercadotecnia: El Dr. Philip Kotler define la mercadotecnia como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica las necesidades insatisfechas y deseos. Se define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía es capaz de servir mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados. (Kotler, 2010)

Ciencias sociales: Las ciencias sociales establecen relación entre los hombres, los grupos y la sociedad en su proceso de desarrollo. Entre las principales ciencias sociales tenemos: Historia, que narra e interpreta los hechos pasados; Economía, que es la ciencia que trata de la administración de los bienes y recursos en una sociedad; Sociología, que estudia el comportamiento de los grupos sociales y que hace diagnósticos de los problemas que afectan a la sociedad, planteando soluciones; Demografía, que trata de los movimientos poblacionales (natalidad mortalidad, migraciones, etc.); Ciencias Políticas, que estudian el fenómeno del poder y la relación entre gobernante y gobernados; Geografía humana, que analiza las relaciones de los grupos humanos con el hábitat, con el medio terrestre en sus aspectos sociales, económicos y políticos; Antropología, que enfoca la génesis y evolución de los grupos, desde los aspectos físico y cultural, dando lugar al surgimiento de la antropología física y la antropología cultural; Estadística, como técnica auxiliar para la recopilación, procesamiento, análisis e interpretación de datos económicos y sociales. (Pozo, 2018)

MATERIALES Y MÉTODOS

De acuerdo a lo que señalan (Hernández-Sampieri, 2014), el tipo de investigación utilizada para este trabajo, es de carácter cualitativa y cuantitativa, tipo de investigación que permitió recoger, procesar y analizar los datos para obtener la información y que permite demostrar que los objetivos y las hipótesis planteadas, fueron comprobadas.

Investigación Bibliográfica: Es la primera etapa del proceso investigativo que proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, de un modo sistemático, a través de una amplia búsqueda de información, conocimientos y técnicas sobre una cuestión determinada. Que se utilizó para la conceptualización de los antecedentes y bases teóricas de la investigación.

No experimental: Parafraseando a (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) que la investigación no experimental podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Donde se puede en forma real

investigar e interpretar los resultados obtenidos de acuerdo al objeto y campo de estudio dado.

Participantes

Según Tamayo, (2008), la población “es un subconjunto del mismo universo conformado en atención a un determinado número de variables que se van a estudiar, los cuales lo hacen un subconjunto particular con respecto al resto de los integrantes. Según datos obtenidos por el Departamento de turismo del GAD Pedernales existen 95.000 turistas que visitaron Pedernales en el año 2017, siendo está la población para el presente estudio (TABLA N° 1), por otro lado, se consideró las 38 empresas turísticas activas en el Cantón Pedernales (Tabla N° 2).

Ingreso de turistas al Cantón Pedernales

TEMPORADAS	<i>Año 2014</i>	<i>Año 2015</i>	<i>Año 2016</i>	<i>Año 2017</i>
Carnavales	25.000,00	19.000,00	28.000,00	24.800,00
Semana Santa	12.500,00	11.000,00	9.000,00	22.000,00
Vacaciones	16.000,00	11.200,00	14.600,00	19.200,00
Navidad	14.400,00	12.300,00	5.380,00	15.000,00
Fin de Año	13.000,00	11.600,00	4.500,00	14.000,00
Totales	80.900	65.100	61.480	95.000

Fuente: Departamento de turismo del GAD Pedernales

Elaborado: Autor

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 95.000}{0.05^2(95.000 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{91238}{0.0025(94999) + 0,9604}$$

$$n = \frac{91238}{2374975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{91238}{23846354}$$

n = 383 TOTAL DE LA MUESTRA

Empresas turísticas activas en el Cantón Pedernales

EMPRESA	<i>ACTIVIDAD</i>	<i>NÚMERO DE EMPRESA</i>
HOTELES	HOSPEDAJE	21
RESTAURANTES	SERVICIO DE COMIDA Y BEBIDAD	12
CENTRO DE RECREACIÓN	SERVICIO DE COMIDA Y BEBIDAD	5
Totales		38

Fuente: Departamento de turismo del GAD Pedernales

Elaborado: Autor

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 38}{0.05^2(38 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{364954}{0.0025(37) + 0,9604}$$

$$n = \frac{364954}{0.0925 + 0,9604}$$

$$n = \frac{364954}{10529}$$

$$n = 35$$

HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

La recolección de datos cualitativos y cuantitativos se recopiló con el instrumento encuesta estructurada, la misma que busca medir las variables planteadas de la presente investigación independiente y dependiente, el instrumento utilizado para la población turística contiene 40 preguntas y para la población empresarial contiene 37 preguntas las cuales se sujetan a la escala de Likert, la cual emerge de las respuestas colectivas aun grupo de ítems del 1 al 5, por lo que 1 representa siempre, 2 frecuentemente, 3 alguna vez, 4 casi nunca y 5 nunca, posteriormente se procede a la tabulación respectiva para se utiliza el programa estadístico informático IBM SPSS.

Procedimientos

La investigación se basa en investigar antecedentes del tema estudiado, plantear un modelo de investigación y proponer herramientas técnicas fiables para poder tratar de solucionar la problemática dando una propuesta a las empresas hoteleras del Cantón Pedernales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADOS DE ENCUESTA A EMPRESARIOS TURISTICOS

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
0,895	0,898	35

Fuente: IBM SPSS statistics

El resultado de 0,895 demuestra a una alta fiabilidad del instrumento utilizado SPSS 21.00 al procesar los datos obtenidos de las encuestas a empresarios turísticos, de la escala de intensidad o de apreciación estructuran las opiniones bajo formas de respuesta en abanico resultaron efectivas en el cuestionario realizado para este estudio

Pregunta: 1 ¿Cree usted que sus niveles de ventas son buenos en los feriados nacionales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	17	48,6	48,6	48,6
Válidos Frecuentemente	18	51,4	51,4	100,0

Total	35	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

Fuente: Propietarios de las empresas turísticas del Cantón Pedernales

Análisis

El 48,6% de los empresarios encuestados manifiestan que siempre sus niveles de ventas en los feriados nacionales son buenos y el 51,4% manifiestan que frecuentemente son buenos. Algunos empresarios no están satisfechos con sus niveles de ventas en los servicios turísticos debido a que no siempre tienen niveles de ventas excelentes en los feriados nacionales, por lo tanto, se debe trabajar en estrategias de ventas para tener mayor ingreso.

Pregunta 2. ¿Cree usted que el Marketing digital que tiene su empresa es el mejor frente a su competencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	32	91,4	91,4	91,4
Frecuentemente	3	8,6	8,6	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Propietarios de las empresas turísticas del Cantón Pedernales

Análisis

El 91,4% de los empresarios manifiestan que el marketing digital que aplican es mejor que el aplicado por la competencia y 8,6% dice que frecuentemente. Esta pregunta permite conocer que las empresas relacionadas al turismo aplican la publicidad a través del marketing digital, generándose una competencia permanente buscando captar turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 3. ¿Cree usted que sus ventas online son atendidas por personal altamente calificado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	34	97,1	97,1	97,1
Frecuentemente	1	2,9	2,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Propietarios de las empresas turísticas del Cantón Pedernales

Análisis

El 97,1% de los encuestados manifiestan que sus ventas online siempre son atendidas por personal altamente calificado, mientras que el 2,9% frecuentemente. La encuesta permite saber que las empresas turísticas tienen talento humano capacitado a la vanguardia del turismo actual para atender a sus clientes a través de medios digitales y atención telefónica.

Pregunta 4. ¿Su negocio cuenta con alianzas estratégicas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	14	40,0	40,0	40,0
Frecuentemente	11	31,4	31,4	71,4
Alguna Vez	3	8,6	8,6	80,0
Casi Nunca	7	20,0	20,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Propietarios de las empresas turísticas del Cantón Pedernales

Análisis

Las respuestas obtenidas en esta pregunta son significativas, ya que 40% de las empresas siempre tienen alianzas estratégicas, el 31,4% frecuentemente, 8,6% alguna vez y el 20% casi nunca. Lo cual permite interpretar que los empresarios están tomando en cuenta las alianzas estratégicas con otras empresas en el ámbito turístico para su desarrollo comercial.

Pregunta. 5 ¿Los colaboradores poseen habilidades para ejecutar la planificación de los procesos dentro de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	30	85,7	85,7	85,7
Frecuentemente	5	14,3	14,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Propietarios de las empresas turísticas del Cantón Pedernales

Análisis

El 85,7% de los colaboradores poseen siempre habilidades para ejecutar la planificación de los procesos dentro de la empresa, el 14,3% frecuentemente. Esta pregunta demuestra que el talento humano posee habilidades administrativas para ejecutar una excelente gestión de procesos administrativos turísticos dentro de la empresa turística.

Pregunta. 7. ¿El margen de rentabilidad que genera su negocio es idóneo para el sustento familiar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	10	28,6	28,6	28,6
Frecuentemente	17	48,6	48,6	77,1
Alguna Vez	8	22,9	22,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Propietarios de las empresas turísticas del Cantón Pedernales

Análisis

El 48,6% de los encuestados respondió que frecuentemente el margen de rentabilidad es idóneo, el 28,6% manifestó que siempre y el 22,9% alguna vez. Esta pregunta permite conocer que la mayoría de los empresarios no se encuentran satisfechos con la rentabilidad que generan las empresas para el sustento familiar, dado que no siempre el margen es idóneo.

Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los Turistas que visitan el destino turístico Pedernales

Pregunta.2. ¿El personal muestra un nivel de educación requerida en la atención al cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	178	46,5	46,5	46,5
Frecuentemente	121	31,6	31,6	78,1
Alguna Vez	83	21,7	21,7	99,7
Casi Nunca	1	,3	,3	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Turistas

Análisis

La atención al cliente cuenta con un porcentaje del 46,5% siempre, 31,6% frecuentemente, 21,7% alguna vez, y el 0,3% casi nunca. Los turistas han considerado que la educación en atención al cliente tiene un alto nivel, esto permite la satisfacción del cliente y mayor afluencia turística nacionales e internacionales.

Pregunta.3. ¿Existe agilidad en la resolución de inconvenientes por parte de los negocios relacionados con el turismo hacia el visitante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	115	30,0	30,0	30,0
Frecuentemente	178	46,5	46,5	76,5
Alguna Vez	84	21,9	21,9	98,4
Casi Nunca	6	1,6	1,6	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Turistas

Análisis

Los negocios cuentan con una resolución de inconvenientes en el ámbito del turismo del 46,5% de los encuestados respondieron que frecuentemente, 30% siempre, 21,9% alguna vez y el 1,6% casi nunca. Por lo tanto, son pocos los turistas que consideran que siempre existe agilidad en la resolución de inconvenientes por parte de los negocios relacionados con el turismo hacia el visitante, ante lo cual se debe mejorar con una buena eficiencia para la satisfacción del cliente.

Pregunta.6. ¿Las empresas hoteleras reflejan un alto grado de calidad del respeto por medio de sus colaboradores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

	Siempre	96	25,1	25,1	25,1
	Frecuentemente	128	33,4	33,4	58,5
Válidos	Alguna Vez	148	38,6	38,6	97,1
	Casi Nunca	11	2,9	2,9	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Turistas

Análisis

El 25,10% de los encuestados consideran que las empresas hoteleras siempre reflejan un alto grado de calidad del respeto por medio de sus colaboradores, el 33,4% frecuentemente, el 38,6% alguna vez y el 2,9% casi nunca. Por lo tanto, los turistas manifiestan existe una falta de respeto en las empresas hoteleras de este destino turístico, que puede ser un factor que esté afectando al crecimiento empresarial de la parte hotelera.

CONCLUSIONES

Una vez terminada la investigación y considerando los objetivos y así como los resultados obtenidos, es de gran importancia instaurar las siguientes conclusiones:

- El comportamiento del consumidor incide sobre la gestión comercial de las empresas relacionadas con el destino turístico Pedernales. Se constató que, si existe la incidencia del comportamiento del consumidor en la gestión comercial, comprobándose a través de las preguntas planteadas en las encuestas estructuradas tanto a turistas como a empresarios del sector turístico. Con el contraste de los datos se concluye afirmativamente que existe la incidencia mencionada.
- De acuerdo a esta investigación son pocos los empresarios que poseen un proceso de medición de gestión comercial, que permita conocer el volumen de venta, cartera de cliente, crecimiento del margen bruto, entre otros aspectos, lo que hace que los negocios se desarrollen por inercia así mismo son pocos los que aplican un manual de procesos en la gestión comercial, generando márgenes de rentabilidad bajos y gastos que superan los ingresos.
- Se establece que el Objetivo General es “Determinar de qué manera el comportamiento del consumidor incide sobre la gestión comercial de las empresas relacionadas con el destino turístico Pedernales”, se logró cumplir debido a que dentro del análisis correspondiente a las preguntas pertenecientes a los Indicadores de nivel de influencia y de la medición de procesos, los encuestados señalaron que el actuar, pensar y sentir de los turistas incide en la gestión comercial que realizan los empresarios, quienes buscan mecanismos aunque de manera empírica que les permitan captar la atención de los clientes, estando conscientes que el comportamiento del consumidor en gran medida se ve influenciado por las opiniones de la familia, amigos, vecinos, entre otras personas.
- En base a los resultados estadísticos se concluye que ambas encuestas aplicada al turista dando 0,807 el alfa Cronbach y la encuesta a los empresarios dio un alfa de Cronbach 0,895 dieron un alto nivel de confiabilidad del instrumento de investigación utilizado.
- La investigación realizada ha conllevado al diseño del proceso para la elaboración del manual de gestión comercial para la mejora continua de las empresas relacionadas al turismo.

Bibliografía

- Ana María, F. (27 de Abril de 2011). *Comportamiento del consumidor*. Obtenido de <http://merk-behavior.blogspot.com/2011/04/capitulo-2-marco-teorico-fig.html>
- Herrera Enríquez, G., Guevara Viejó, F., Castillo-Páez, S., & Castillo Montesdeoca, E. (2017). EL DISTRITO TURÍSTICO RURAL: MODELO DE DESARROLLO PARA EL CANTÓN PEDERNALES – PROVINCIA DE MANABÍ (ECUADOR). *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 58.
- KOTLER, P., & Gary, A. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Manabí, G. P. (2016). *Gobierno Provincial de Manabí*. Obtenido de <http://www.manabi.gob.ec/cantones/pedernales>
- Marcelo, R. (15 de ENERO de 2018). *UNWTO*. (OMT, Editor, R. d. años, Productor, & OMT) Recuperado el 15 de AGOSTO de 2018, de ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO: <http://media.unwto.org>
- Marshall, A. (1890). *Principios de Economía*. Londres: MacMillan.
- Ponce Andrade, J. (27 de 11 de 2017). La Gestion Comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES hoteleras en Manabí. *ECA SINERGIA*, 8(2), 15.
- Pozo, M. (18 de 07 de 2018). *uncu*. Obtenido de http://fcp.uncu.edu.ar/courses/TALLERTESIS/document/ciencias_socialeProceso_del_conocimiento-Manuel_del_Pozo.htm
- Reboratti., C. (2000). *Ambiente y sociedad. Conceptos y relaciones*. Buenos Aires: Ariel.
- Tamayo, D. S. (2017). *La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007-2015*. Quito: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.
- Tezanos, J. F. (1998). *La explicación sociológica: una introducción a la sociología*. Madrid: UNED.
- Whaibe Medrano, E., Garcias Casas, P., & Catillo Vega, R. (19 de 09 de 2013). *Teorias del comportamiento del consumidor*. Obtenido de Academia: http://www.academia.edu/6109474/TEORIAS_DEL_COMPORTEAMIENTO_DEL_CONSUMIDOR_COMPLETO

ESTRATEGIAS SEM PARA AUMENTAR LA VISIBILIDAD DE LOS MINIMARKET DE BAHÍA DE CARÁQUEZ

AUTOR

Gregoria Jesús Ureta Reina
jesus96grego@hotmail.com

COAUTOR

Lic. César Arturo Carbache Mora, Magister
cesar.carbache@uleam.edu.ec

RESUMEN

La investigación permitió la aplicación de estrategias SEM para aumentar la visibilidad de los Minimarket de Bahía de Caráquez. Para esto se desarrolló un análisis partiendo del estado del arte que permitió desarrollar las variables del objeto de estudio. Los Minimarket llamados también tiendas de conveniencias con un horario comercial de 18 horas, un periodo de apertura de 365 días del año. Tienen un amplio surtido de productos, centrado en bebidas, alimentación, productos de estanco, bazar, entre otros. El alcance del estudio se desarrolló entre dos localidades como es Bahía de Caráquez y Leónidas. Se aplicaron métodos cualitativos y cuantitativos. En cuanto a la encuesta se determinó el nivel de fiabilidad de 0,70 respecto del conocimiento que poseen los propietarios sobre la importancia de motores de búsqueda o de un sitio web que mejoren la visibilidad de los negocios. En los resultados se mostraron que los encuestados no aplican estas estrategias, ni cuentan con algún sitio digital en donde se pueda reflejar su negocio y de esta manera aumentar sus ventas.

Palabras claves:

Estrategias de SEM, motores de búsquedas, visibilidad.

SUMMARY

The research allowed the application of SEM (Search Engine Synthesis) strategies to increase the visibility of the Minimarket of Bahía de Caráquez. For this an analysis was developed starting from the state of the art that allowed to develop the variables of the object of study. The Minimarket also called convenience stores with a business schedule of 18 hours, an opening period of 365 days a year. They have a wide range of products, focused on beverages, food, tobacco products, bazaar, among others. The scope of the

study was developed between two locations such as Bahía de Caráquez and Leónidas. Qualitative and quantitative methods were applied. As for the survey, the reliability level of 0.70 was determined with respect to the knowledge that the owners possess about the importance of search engines or a website that improve the visibility of the businesses. The results showed that the respondents do not apply these strategies, nor do they have a digital site where their business can be reflected and thus increase their sales.

Keywords:

SEM strategies, search engines, visibility.

INTRODUCCIÓN.

Las webs de búsquedas, llamadas también motores de búsqueda, mecanismos de búsqueda o simplemente buscadores son hoy en día la principal fuente de información de cualquier usuario en internet. Su valor comercial hoy en día es de suma importancia, ya que la mayoría de personas en el planeta realiza una búsqueda en la web para cualquier negocio donde los potenciales clientes el internet para buscar sus proveedores o prestadores de servicio, claro ejemplo tenemos la busca de un videojuego para un niño hasta la compra de cualquier servicio que puedas imaginar (Valentina Giraldo, blog, 2017).

Se debe gran importancia para un trabajo en donde intervienen las siglas en el mundo digital como es el SEM y el SEO como aliado estratégico para una empresa desarrollar su conocimiento interno en sus áreas de marketing.

Las practicas del SEO y SEM componen el conjunto de técnicas fundamentales para el desarrollo de cualquier ambiente online como web, portales, blogs, comunidades, etc. Y estrategias de utilización de los motores de búsquedas como Google y Yahoo!, con el objetivo de potencializar y mejorar el posicionamiento de una web en las páginas de resultados de búsqueda de los motores de búsqueda. La principal diferencia entre estas dos destrezas está en el grado de control de la práctica por la empresa y en la inversión económica necesaria.

El SEM Search Engine Marketing o Marketing para herramientas de búsqueda. Es un conjunto de acciones que tiene como objetivo mejorar la visibilidad de websites en los mecanismos de búsquedas. Utilizando como herramienta al propio SEO.

Google lo define así: *“Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.”*

Cuando nos referimos a SEM se refiere a cualquier acción de marketing dentro de los buscadores, sea de pago o no. Por ejemplo cuando usted busca por futbol en google el primer resultado en salir es la Marca que le paga a google por estar en primer lugar. Anuncios patrocinados por buscadores como Google, Adwords Bing Ads o Yahoo, esto implica actividades como búsquedas de palabras, creación de anuncios. (Valentina Giraldo, blog, 2016)

Como versión digital de técnicas de plating & promoción del markeing tradicional, el SEM busca promover ambientes digitales a través del aumento de su visibilidad en las páginas de respuestas de webs de búsquedas. Existen tres métodos:

- Por palabra clave: Es el más utilizado y conocido en el mercado del enunciante ya que cada vez que el usuario de la búsqueda explora la palabra que el anunciante esta patrocinando.
- Por asunto: Los usuarios de internet acceden a las páginas de contenido en internet en busca de información y de entretenimiento.
- Por perfil: Cuando el internauta accede a uno de sus ambientes privados como redes sociales, anuncios de su interés son publicados en sus páginas.

La página de resultado de búsqueda de google, muestra sus resultados de búsquedas divididos básicamente en dos áreas, los resultados gratuitos y los de pago. Los resultados de búsquedas destacados en rojo en la imagen de abajo presentan los anuncios de pagos de google. Los anunciantes pagan a google cada vez que los anuncios son clicados.

También intervienen los términos siguientes: (PPC) Pay Per Click - Pago por click. Un anunciante paga por poner sus anuncios en un sitio web. (CPC) Cost Per Click - Coste por clic: El anunciante solamente paga cuando el usuario hace click. (CPM) Coste por impresión: El anunciante paga una cuota por el número de veces que se publica su anuncio. (CPA) Coste por adquisición: El anunciante paga cuando el usuario ha cumplido el objetivo. (Sara Martín, 2017)

Las ventajas del SEM son: Rápido. URL no importa Fácil de medir

Desventajas: Puede ser muy caro, no tiene tanta confianza en quienes realizan la búsqueda, Retorno de inversión necesaria de una conversión.

El SEO es el más común entre las siglas Search Engine Optimazation que es Optimización para mecanismos de búsquedas. El principal objetivo es mejorar el posicionamiento de cualquier sitio de website dentro de los mecanismos de búsqueda como Google. El SEO, como hemos dicho, lleva a cabo un proceso de optimización. Ese proceso consiste en mejorar la calidad de nuestro sitio web, optimizarlo. Mediante esta optimización lo que conseguimos es que la página sea rastreada, evaluada y categorizada en una mejor posición para que los usuarios puedan verla.

- Ventajas: Bajo costo, Genera confianza – Mas tráfico, Puede tener como objetivo cualquier palabra clave
- Desventajas: Tarda más tiempo de 6 a 9 meses, Necesita de una webside bien hecha, difícil de manejar.

En la siguiente imagen se visualizara la búsqueda y la parte del SEM y SEO.



(Mejia, 2018)

MATERIAL Y MÉTODOS

Esta investigación se realizó con el propósito de facilitar a los propietarios de los negocios de Minimarket, estrategias por las que puedan dar a conocer sus negocios a través de medios digitales centrándose en la aplicación de nuevos motores de búsquedas, los cuales podrán aumentar la visibilidad de estas empresas comerciales, para llegar de una forma más mediática al público objetivo lo cual permitirá ampliar sus ventas. El enfoque de la investigación tuvo una orientación tanto cuantitativa como cualitativa.

Según (Valle, 1999) A partir del análisis cualitativo se identifica con unas determinadas funciones y fases dentro del proceso de investigación social, que según este autor, intenta dar una aproximación global de las situaciones sociales y plantea diferentes estrategias metodológicas situadas en estudios cualitativos con cierta perspectiva histórica, explorándolos desde un ambiente natural y en relación con el contexto.

La metodología cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Al mismo tiempo se utilizó el SEO como herramientas, a través del cual se logra optimizar la página, evaluándola y categorizándola en qué nivel de posición se encuentra.

Cuenta con dos características principales para lograr un posicionamiento eficaz:

- La selección de palabras claves idóneas que garantizan una accesibilidad eficiente a nuestro sitio web, relacionadas con las búsquedas que realmente los visitantes desean encontrar.
- La construcción de enlaces o links que contengan el mayor número de palabras claves para asegurar un adecuado resultado de búsqueda. (NEXT-U, 2018).

Existen un sinnúmero de estrategias SEM para mejorar la visibilidad de los negocios con diferentes finalidades aquí se plantea una de ellas:

Consejos eficaces que ayudarán a que los posibles clientes te encuentren en la web de forma más fácil y eficiente:

1. Es fundamental que establezcas un objetivo para tu campaña, es decir, debes preguntarte cuál es la meta a la que quieres llegar a partir de la implementación de dicha campaña SEM. Algunos de los objetivos podrían ser incrementar tus ventas, aumentar el número de visitas a tu sitio, conocer a detalle lo que los visitantes esperan de tu sitio, entre otros.
2. Crea palabras claves o keywords sencillas y de calidad que sean fáciles de recordar, optimizar y que permitan ser relacionadas con tu marca fácilmente. Algo que debes tener muy en cuenta es procurar que algunas, o la mayoría de estas palabras, aparezcan en tu landing page y anuncios para que coincidan con los mismos, y, de esta manera ganar una mejor posición para tu anuncio.
3. También es importante que construyas una lista de palabras negativas, pues estas te permiten asegurarte de que no aparezcas en resultados de búsquedas que no están relacionados con tu negocio o servicio.
4. Identificar a tu cliente objetivo te ayudará a elegir de mejor manera, las palabras claves correctas a utilizar en tu campaña SEM.
5. Asegúrate que el mensaje de tu anuncio describa correctamente los productos o servicios que ofrece tu negocio, su valor agregado y, algo para nunca olvidar, un llamado a la acción (Call to Action).

6. Agrega extensiones a tus anuncios tales como, teléfonos, link de tu sitio web, redes sociales, descuentos o cualquier cualidad de tu marca que consideres pueda llamar la atención del público.
7. Orientar tu campaña SEM segmentándola por ubicación e idioma, es primordial para garantizar una excelente experiencia de usuario.
8. Tu sitio web debe ser responsive, esto quiere decir que su diseño debe adaptarse a cualquier dispositivo móvil, para garantizar que tu sitio web siempre esté agradable al público.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla#1. ¿Cuenta con un sitio de publicidad digital (pág web, redes sociales, blog?)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Nada de acuerdo	15	100,0	100,0	100,0

Fuente: Propietarios de los diferentes Minimarket.

Elaboración: Jesús Ureta Reina

De 15 personas encuestadas el 100% manifestó que no cuenta con ningún sitio de publicidad digital. A través de esta pregunta se puede evidenciar la ausencia de publicidad en internet por parte de los propietarios de los diferentes MiniMarket encuestados.

Tabla#2. ¿Conoce el impacto que la publicidad digital genera en los negocios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada de acuerdo	7	46,7	46,7	46,7
Algo en desacuerdo	1	6,7	6,7	53,3
Ç Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	13,3	13,3	66,7
Válidos Algo de acuerdo.	2	13,3	13,3	80,0
Muy de acuerdo.	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Propietarios de los diferentes Minimarket.

Elaboración: Jesús Ureta Reina

En los resultados 7 encuestados dicen estar Nada de acuerdo lo que representan el 46.7%. 1 que representan 6.7% persona manifiesta estar Algo en desacuerdo, 2 indican estar Ni de acuerdo, ni en desacuerdo que representan un 13.3% dicen estar Algo de acuerdo y solo 3 que son el 20% indican estar Muy de acuerdo.

En esta pregunta existe una diversidad de criterios acerca del conocimiento que la publicidad digital genera. Ya que solo un 20% conocen el impacto que la publicidad genera en los negocios. El 13.3% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Un 46.7% indican no estar nada de acuerdo.

Tabla#3. ¿Implementaría un sitio digital para aumentar la visibilidad de su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada de acuerdo	5	33,3	33,3	33,3

Válidos	Algo en desacuerdo	1	6,7	6,7	40,0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	6,7	6,7	46,7
	Algo de acuerdo.	3	20,0	20,0	66,7
	Muy de acuerdo.	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Propietarios de los diferentes Minimarket.

Elaboración: Jesús Ureta Reina

Los propietarios expresaron un 33,3% en estar Nada de acuerdo, dos grupos de 1 persona que representan el 6.7% manifestaron en estar Algo en desacuerdo y Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 20% dijeron estar Algo de acuerdo y el 33.3% declararon estar Muy de acuerdo. Se pudo evidenciar diversidad de ideas en donde el 70% de los encuestados están divididos en querer implementar un sitio digital y en no querer efectuar dicha actividad.

Tabla#4. ¿Contrataría a un especialista que le maneje su sitio web para aumentar las ventas de su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada de acuerdo	5	33,3	33,3	33,3
Algo en desacuerdo	3	20,0	20,0	53,3
Válidos Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	20,0	20,0	73,3
Algo de acuerdo	1	6,7	6,7	80,0
Muy de acuerdo	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Propietarios de los diferentes Minimarket.

Elaboración: Jesús Ureta Reina

Los propietarios expresaron un 33,3% en estar Nada de acuerdo, dos grupos de tres dijeron en estar Algo en desacuerdo y en Ni de acuerdo, ni en desacuerdo y solo tres personas están Muy de acuerdo en contratar un especialista. Se demuestra que un mínimo porcentaje estas dispuesto a contratar un experto en sitios web para sus negocios y de esta forma ampliar sus ventas.

5. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo establecer estrategias sobre el motor de búsqueda SEM para aumentar la visibilidad y por ende las ventas de los Minimarket de Bahía de Caráquez. Según la investigación realizada se pudo evidenciar que el 100% de los locales encuestados no cuentan con un sitio web para ser publicitados. Se evidenció que un 47,6% de los propietarios desconocen el impacto que el SEM puede generar en sus negocios, en cuanto a si desean implementar o incursionar en este tema respondieron solo el 20% está dispuesto a implementar este sistema, resultado que da como Insatisfactorio ya que el

objetivo de la investigación es hacer conocer estas estrategias a propietarios de los Minimarket y que sean implementadas para uso y beneficios de ellos.

Por otra parte la existencia y registros de Minimarket entre Bahía de Caráquez y Leónidas Plaza, quedó evidenciado de que solo tres de dichos locales se encuentran legalmente registrados para su funcionamiento. A continuación se muestra una tabla de establecimientos que están legalmente registrados en la Cámara de Comercio Bahía de Caráquez cantón Sucre.

NOMBRE DE MINIMARKET	UBICACIÓN	LEGALMENTE REGISTRADOS	SIN REGISTRO.
Paucar	Bahía de Caráquez		X
Emanuel	Bahía de Caráquez		X
Tu Tienda #2	Bahía de Caráquez		X
María José	Bahía de Caráquez		X
Yanina	Bahía de Caráquez	X	
Navia	Bahía de Caráquez	X	
Tu tienda	Leónidas Plaza		X
Marianita #1	Leónidas Plaza	X	
El especialista	Leónidas Plaza		X
Stefy	Leónidas Plaza		X
Sal y pimienta	Leónidas Plaza		X
Palermo	Leónidas Plaza		X
Menvar	Leónidas Plaza		X
Marianita #3	Leónidas Plaza		X

CONCLUSIONES

La publicidad hoy en día es esencial, principalmente en internet y sus diferentes sitios web es por ello que el estudio elaborado se centró en aumentar la visibilidad de los Minimarket de la localidad a través de estrategias SEM que como sabemos no es más que contratar los servicios de buscadores web para aparecer de forma más rápida y constante en Google.

Como sabemos las personas compran más en los supermercados o alguna tienda cercana a su casa, pero muchas veces al ir a un negocio cercano se corre el riesgo en no encontrar lo que se busca o no saber cuál es la ubicación del negocio, en este caso los minimarket son lo más parecido a un supermercado, es por ello que es esencial que los propietarios de estos negocios los den a conocer. Esta investigación pretende aportar con una necesidad insatisfecha que es mejorar la visibilidad de los negocios y con ello el aumento de las ventas y mejorar la comunicación comercial con los clientes cautivos y los clientes potenciales.

BIBLIOGRAFÍA.

- Codina, D. J. (2017). *La economía de la experiencia y el marketing emocional: estrategias contemporáneas de comercialización*. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v12-n2/A9.12\(2\)159-170.pdf](http://www.spentamexico.org/v12-n2/A9.12(2)159-170.pdf)
- Kotler. (2003). *Los 80 conceptos esenciales del marketing*. . México: Pearson Educación.

- Mejia, J. C. (10 de mayo de 2018). *CÓMO HACER UNA CAMPAÑA DE GOOGLE ADWORDS*:. Obtenido de https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estrategia-de-adwords-8-pasos-para-lograr-el-exito-en-una-campana-de-ppc-sem/#2_Guia_para_una_campana_de_Google_Adwords_SEM
<https://www.nextu.com/blog/herramientas-de-seo-y-marketing/>
- Sara Martín. (2017). *metricool.com*. Obtenido de <https://metricool.com/es/que-es-ppc/>
- Silvia, E. (2015). *¿Qué es marketing gastronómico y para qué sirve?* Obtenido de <http://marketinggastronomico.com/que-es-marketing-gastronomico-y-para-que-sirve-en-11-puntos/>
- Valentina Giraldo. (26 de octubre de 2016). *blog*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-contenidos/>
- Valentina Giraldo. (25 de enero de 2017). *blog*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/motores-de-busqueda/>
- Valle, M. S. (1999). *tecnicas cualitativas de investigacion social*. españa.

PRECONCEPCIONES SOBRE FÍSICA CLÁSICA Y CAMBIO CONCEPTUAL EN EL APRENDIZAJE

AUTOR:

José Moisés Orellana Suquilanda
 joeorellana@outlook.es

TUTORES:

Eddie Alcívar Castro
 eddie.alcivar@uleam.edu.ec
 Orley Reyes Meza
 orley.reyes@uleam.edu.ec
 Margarita Ávila Rosales
 margarita.avila@uleam.edu.ec

RESUMEN

Se muestran los resultados de nuestra investigación sobre las preconcepciones de la física clásica en los alumnos que ingresaron en el 2018 (periodo 2) del Rediseño Pedagogía de las Ciencias Experimentales de la ULEAM Extensión Chone, realizada mediante prueba

de diagnóstico. El aprendizaje de los conceptos presenta diversas dificultades que conducen a errores conceptuales. Realizamos una clasificación de temas sobre las preconcepciones. A través del análisis de las preconcepciones daremos a conocer las causas de los errores conceptuales para mejorar el aprendizaje. El objetivo es indagar sobre las preconcepciones de los estudiantes y como ocurre el cambio conceptual. La investigación es documental y descriptiva, la técnica utilizada es un cuestionario para realizar análisis e interpretación de las preconcepciones de los estudiantes. En conclusión las preconcepciones afecta el concepto de la misma y se observa la necesidad de analizar, mejorar y plantear un modelo de enseñanza-aprendizaje basado en un cambio conceptual.

Palabras clave: preconcepciones, física clásica, cambio conceptual.

ABSTRACT

The results of our research on the preconceptions of classical physics in the students who entered in 2018 (period 2) of the Pedagogy Redesign of the Experimental Sciences of the ULEAM Chone Extension, made by diagnostic test are shown. The learning of the concepts presents diverse difficulties that lead to conceptual errors. We made a classification of topics about preconceptions. Through the analysis of preconceptions we will present the causes of conceptual errors to improve learning. The objective is to inquire about the preconceptions of the students and how the conceptual change occurs. The research is documentary and descriptive, the technique used is a questionnaire to perform analysis and interpretation of the preconceptions of the students. In conclusion, the preconceptions affect the concept of the same and observe the need to analyze, improve and propose a teaching-learning model based on a conceptual change.

Keywords: preconceptions, classical physics, conceptual change.

INTRODUCCIÓN

Este artículo tiene como propósito contribuir a que los estudiantes cambien sus errores conceptuales por otros nuevos, es decir, un cambio conceptual en el campo educativo en la enseñanza de esta ciencia. Las preconcepciones no son vistas como errores o algo negativo, sino como estructuras cognitivas que interactúan con la información que llega desde el mundo externo y que juega un papel importante en el aprendizaje.

Para superar estas dificultades es necesario reparar en las preconcepciones que los estudiantes tienen por un cambio conceptual antes de comenzar el aprendizaje de la física clásica, todo aprendizaje transcurre por etapas, y el paso por cada una de éstas depende del estudiante y del contenido a aprender. El proceso de enseñanza-aprendizaje debe estar dirigido, a las variables del estudiante, y esto ocurre cuando la dosificación en el aprendizaje parte del propio estudiante y no del profesor (Calatayud, 2006, p. 17).

Los resultados que se muestran son los datos obtenidos de la encuesta de conocimientos previos que se realizaron a los estudiantes que ingresan a la Universidad Laica Eloy de Manabí (ULEAM) Extensión Chone del Rediseño Pedagogía de las Ciencias Experimentales en Ciencias de la Educación especialidad físico matemático. Los alumnos traen al aula modelos mentales con los que explican el mundo: son modelos causales simples, ya que “todos los eventos tienen causa”. Son sus modelos “del sentido común” o pensamiento espontáneo (Galagovsky et al., 2001, p. 231), que también llamamos ideas o preconcepciones.

De acuerdo al estudio realizado, los autores han sintetizado las ideas de las preconcepciones fundamentales y necesarias para la reconstrucción teórica del objeto de estudio y el campo de acción, de forma tal que contribuya a que los alumnos formulen generalizaciones en el momento de introducir los conocimientos sin comprometer activamente el proceso de abstracción y generalización.

Preconcepciones, concepciones alternativas y sus causas

La noción de “concepto” (del latín "concupere", lo concebido) se refiere a un constructo mental para la clasificación de objetos individuales del mundo exterior e interior por medio de una abstracción. Entonces, formar un concepto se refiere a tener una idea abstracta y general que permite pensar la realidad., se les denomina frecuentemente preconcepciones o errores conceptuales (EC) y las ideas que llevan a cometerlos concepciones alternativas (CA), responden a la existencia de ideas científicas muy diferentes a las que se quieren enseñar. En la literatura los (EC) se conocen como: conceptos erróneos, nociones ingenuas, nociones pre-científicas, etc.

Es probable que la existencia de (EC) dependa de falta de madurez, déficit de atención, baja inteligencia congénita, circunstancias o de la calidad del programa de enseñanza, la existencia de éstos apuntan básicamente a varias causas, relacionadas entre sí:

a) Los “errores” constituyen ideas espontáneas o preconcepciones que los alumnos ya tienen como un aprendizaje previo.

b) La transmisión del conocimiento se pone en duda y evita una recepción significativa del mismo; es decir, que realmente el alumno utilice las herramientas de enseñanza-aprendizaje para lograr el aprendizaje significativo.

c) Existe la hipótesis de una perspectiva epistemológica evolutivo constructivista donde se habla de favorecer la evolución del concepto de fuerza.

d) En la gran mayoría de los textos de física:

- No se incluyen actividades que permitan poner de manifiesto directa o indirectamente las posibles preconcepciones de los alumnos acerca de temas como fuerza.
- No se incluyen actividades ni se hacen referencias que lleven a analizar críticamente lo que dice el sentido común o la experiencia cotidiana acerca del concepto.

Para lograr un esquema conceptual correcto, no se puede pedir a los estudiantes que descarten los (EC) y los sustituyan por la definición admitida,

Según (Bachelard, 1938) “me ha sorprendido el hecho de que los profesores de ciencias, más aún que los demás si cabe, no entienden que no se comprenda. No han reflexionado sobre el hecho de que los adolescentes llegan a clase con conocimientos empíricos ya constituidos; se trata pues, no de adquirir una cultura experimental, sino de cambiar de cultura experimental, de derribar los obstáculos ya acumulados por la vida cotidiana”. Es conveniente señalar que dentro del proceso enseñanza-aprendizaje, el estudiante promedio muestra apatía, sumisión intelectual, resistencia al desarrollo de trabajos y tareas de investigación, dificultades para razonar.

Dificultades en el aprendizaje provocadas por las preconcepciones alternativas

Las preconcepciones erróneas o concepciones alternativas se definen como aquel conocimiento del estudiante distinto al conocimiento científico y que suele ser anterior a la instrucción. Las preconcepciones alternativas poseen cuatro características fundamentales que sirven para definirla.

1. No constituyen ideas dispersas, sino que están estructuradas formando verdaderos esquemas cognoscitivos que presentan una gran resistencia a ser cambiados.
2. No coinciden con las explicaciones de la ciencia. Coinciden en muchos casos con las concepciones que tuvieron los científicos a lo largo de la historia.
3. Afectan fundamentalmente a la comprensión por parte de los estudiantes de los fenómenos naturales y la explicación de éstos.
4. Deben ser superadas o eliminadas para que los estudiantes puedan alcanzar el conocimiento científico.

En ocasiones los libros de textos tienden a reforzar estas preconcepciones erróneas, la tendencia actual es tratar de contrarrestar las preconcepciones erróneas y los

investigadores actuales han formulado diferentes estrategias para incidir sobre las mismas (Sepúlveda, A., 1995, p. 62).

Cambio conceptual y constructivismo

Para un enfoque en el que las ideas alternativas (que pueden estar agrupadas en esquemas) son la fuente principal de los errores conceptuales, se plantea la necesidad de la sustitución de esos conceptos (o esquemas) previos por otros nuevos, es decir, la necesidad de un cambio conceptual. Para que se produzca éste es necesario, según Posner et al. (1982) que:

- Exista insatisfacción con las ideas previas, para lo cual el profesor debe presentar un número suficiente de anomalías o problemas que el esquema no pueda resolver.
- Las ideas nuevas sean inteligibles (el alumno debe comprender lo que significan), plausibles (reconciliables con los fenómenos conocidos) y fructíferas (capaces de explicar las anomalías encontradas y ampliar el campo de conocimientos, abriendo nuevos campos de investigación).

Uno de los modelos para la enseñanza de las ciencias basados en el cambio conceptual más conocido es el de Driver (1986, 1988). Se estructura en torno a una secuencia de actividades específicamente elaboradas para conseguir dicho cambio, en cuatro fases:

- Orientación: Destinada a despertar la atención y el interés de los alumnos por el tema.
- Explicitación: Consiste en la exposición por los alumnos de sus ideas, que permite la identificación y clarificación de las mismas.
- Reestructuración: Donde han de modificarse las ideas de los alumnos por medio de diferentes estrategias que pueden incluir el uso combinado de contraejemplos o actividades destinadas a provocar insatisfacción con las propias ideas, modelos, analogías, diseño de experiencias para ayudar a clarificar y diferenciar ideas, etc.
- Revisión del cambio de ideas: Se trata de comparar las nuevas ideas con las iniciales.

Las estrategias de cambio conceptual propuestas por Driver fueron posteriormente usadas por otros investigadores para introducir en ellas algunas modificaciones y para hacer sus propias propuestas al respecto. La propuesta de considerar el aprendizaje como un cambio conceptual ejerció una particular influencia en el replanteamiento de la enseñanza de las ciencias, fundamentada en la analogía existente entre el aprendizaje individual y el cambio conceptual en las disciplinas científicas que, como señalaba Hewson (1982) fue muy fructífera y propició un marco adecuado para el análisis del aprendizaje de las ciencias. Es decir, se establecieron relaciones entre las investigaciones en didáctica de las ciencias (ideas alternativas, cambio conceptual), la psicología cognitiva (en especial con autores como Ausubel, Piaget, Vigotsky) y la filosofía de las ciencias (Bachelard y Kuhn). Según esto, el cambio conceptual se consideró semejante, en cierta forma, a los cambios de paradigma en las ciencias señalados por Kuhn. Se relacionó el cambio conceptual con los procesos de acomodación de Piaget, sin los que no parecía posible el aprendizaje significativo de Ausubel. Si no había interacción entre la estructura conceptual previa y la nueva información se producía el aprendizaje memorístico, erróneamente denominado así por Novack, ya que todo aprendizaje implica memoria y produce cambios en la misma (López, 1991; Ratey, 2002), por lo que parece mejor la denominación de Ausubel de aprendizaje repetitivo.

Una de las revistas científicas más importantes, Science, se hizo eco de este concepto al publicar el trabajo de Resnick (1983) que resume así las principales características de la visión constructivista: quienes aprenden construyen activamente significados, no reproducen simplemente lo que leen o se les enseña; comprender algo supone establecer relaciones, los fragmentos de conocimiento aislados son olvidados; todo aprendizaje depende de conocimientos previos.

Importancia del Problema

La Física clásica al igual que otras ciencias contribuye a la formación de individuos con una concepción científica del mundo; instruidos y preparados para la utilización creadora de los conocimientos en la solución de problemas prácticos, ya que éstos constituyen la forma fundamental del pensamiento, que permiten la comprensión de los distintos fenómenos, así como conocer su esencia. Así la interiorización de los conceptos es un proceso que exige comprender la relación que guarda la palabra que contiene el concepto con su significado (Concepción, M.R., 1989)

La Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí” Extensión Chone del Rediseño de la Carrera: Pedagogía de las Ciencias Experimentales. La motivación de esta investigación es poder analizar las preconcepciones que tienen los estudiantes en el aprendizaje de la física clásica. La Universidad, afrontan serios problemas como es el bajo rendimiento académico de los estudiantes en la asignatura de física clásica, por lo que los mismos no están motivados por sus maestros para que las preconcepciones adquiridas en los años anteriores las activen y realicen un cambio conceptual en el aprendizaje.

METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se fundamentó en las diferentes modalidades básicas de la investigación, que a continuación se detallan:

Documental: este método permitió la revisión de textos, artículos, bibliografías

Descriptiva: a través de este método se llegó a conocer el nivel de conocimiento sobre la física clásica y las preconcepciones que tienen los estudiantes

Técnica: Se aplicó como técnica un cuestionario de conocimientos previos sobre las preconcepciones de la física clásica a los estudiantes que ingresan al primer semestre de la ULEAM Extensión Chone del Rediseño, tomándose como muestra el 100% de la población que corresponden a 36 estudiantes.

Resultados

Resultados del cuestionario aplicado a los estudiantes.

1. Imagínese un choque frontal entre un camión y un coche pequeño. Durante la colisión:

Tabla # 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
A. El camión ejerce una fuerza mayor sobre el coche que el coche sobre el camión	0	0%
B. El coche ejerce una fuerza mayor sobre el camión que el camión sobre el coche	0	0%
C. Ninguno de los dos ejerce fuerza sobre el otro. El coche se aplasta porque está en el camino del camión	0	0%
D. El camión ejerce una fuerza sobre el coche pero el coche no ejerce ninguna fuerza sobre el camión	25	69.4%
E. El camión ejerce la misma fuerza sobre el coche que el coche sobre el camión	11	30.6%
TOTAL	36	100%

Fuente: Autores de la investigación

2. Una pelota de goma que cae verticalmente rebota en el suelo, el sentido de su movimiento se invierte ¿por qué?

Tabla # 2

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
A. La energía de la pelota se conserva.	0	0%

B. La cantidad de movimiento de la pelota se conserva	18	50%
C. El suelo ejerce una fuerza sobre la pelota que impide su caída y luego la empuja hacia arriba	10	27.8%
D. El suelo está en el camino de la pelota y ésta tiene que continuar moviéndose	8	22.2%
E. Ninguna de las respuestas anteriores	0	0%
TOTAL	36	100%

Fuente: Autores de la investigación

3. Si halamos rápidamente el mantel de una mesa, encima del cual se encuentra organizada una vajilla para un almuerzo:

Tabla # 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
A. La vajilla tiende a conservar su lugar	22	61.1%
B. El mantel arrastra la vajilla	0	0%
C. La vajilla cae al suelo	14	38.9%
D. El mantel arrastra la vajilla y solo cae la mitad	0	0%
E. Ninguna de las anteriores	0	0%
TOTAL	36	100%

Fuente: Autores de la investigación

4. Si se dejan caer dos cuerpos, uno el doble de otro, al mismo tiempo y desde la misma altura:

Tabla # 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
A. El más pesado cae con la mitad del tiempo	7	19.4%
B. Llegan al mismo tiempo	24	66.7%
C. El menos pesado cae después del más pesado	5	13.9%
D. El más pesado cae con el doble del tiempo	0	0%
E. Ninguna de las anteriores.	0	0%
TOTAL	36	100%

Fuente: Autores de la investigación

5. Cuando se aplica una fuerza constante sobre un cuerpo:

Tabla # 5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
A. Se genera movimiento con velocidad constante	32	88.9%
B. Se genera movimiento con velocidad variable	4	11.1%
C. Se genera movimiento rectilíneo uniforme	0	0%
D. Todas las anteriores	0	%
E. Ninguna de las anteriores	0	%
TOTAL	36	100%

Fuente: Autores de la investigación

DISCUSIÓN

En la pregunta # 1 se evidencia: que el 69.4% contestaron el literal D, es decir la gran mayoría del grupo, no poseen un concepto claro acerca de la Tercera Ley de Newton. La pregunta # 2 se evidencia que el 78.8% contestaron los literales B y D, más de las $\frac{3}{4}$ partes del grupo, no poseen un concepto acertado acerca de fuerzas entre sólidos en contacto, el 27.8% contestaron el literal C, un grupo pequeño si tienen claro el concepto.

En la pregunta # 3 nos indica que: el 61.9% contestaron el literal A, es decir la gran mayoría del grupo si tiene claro concepto de Inercia acerca de la Primera Ley de Newton En la pregunta # 4 el 66.7% de los estudiantes contestaron el literal B, la mayor parte del grupo si tiene claro el concepto de la Ley de Gravitación Universal; el 19.4% contestaron el literal A y el 13.9% contestaron el literal C, no tiene claro el concepto.

En la pregunta # 5 el 88.9% los estudiantes contestaron el literal A, es decir la gran mayoría del grupo, no poseen un concepto acertado claro de la segunda Ley de Newton.

CONCLUSIONES.

- Se observa la necesidad de analizar, mejorar y plantear un modelo de enseñanza-aprendizaje basado en un cambio conceptual y metodológico
- En estos últimos 20 años se han venido realizando un gran número de trabajos sobre cambio conceptual, esta es una corriente investigadora que intenta fundamentar y potenciar un desarrollo del currículo basado en un cambio conceptual
- El cambio obtenido está, sin duda, en el análisis de las leyes que ha favorecido la creación de conflictos cognitivos, ambas circunstancias son fundamentales para la consecución de un cambio conceptual significativo en el aprendizaje de la física clásica.

BIBLIOGRAFIA

- Ausubel, D. P. (1976). *Psicología educativa. Un punto de vista cognoscitivo*. Ed. Trillas. México.
 - Bachelard, G., (1938). *La formation del espíritu científico*. París. Paper.
 - Concepción, M. R. (1989). *Análisis de actividades en textos de Física y Química de 2º de BUP*. Enseñanza de las ciencias.
 - Driver, R. (1988). *Concepciones de los estudiantes y el aprendizaje de la ciencia*. International 11, Número especial.
 - Galagovsky, L.; Adúriz B. A. (2001). *Modelos y analogías en la enseñanza de las Ciencias naturales*. Enseñanza de las Ciencias
- Hewson, P.W. (1981). *El cambio conceptual en la enseñanza de las ciencias y la formación de profesores*. Madrid: CIDE.
- Kuhn, T.S. (1975). *La estructura de las revoluciones científica*. México: Fondo de Cultura.
 - López R., F. (1991). *Organización del conocimiento y resolución de problemas en física*. Madrid: Centro de Publicaciones del MEC
 - Novak, J. D. (1988). *Teoría y práctica de la educación*. Madrid: Alianza.
 - Posner, G.; Strike, D.; Hewson, P.; Gertzog, W. (1982). *Alojamiento de una concepción científica: hacia una teoría del cambio conceptual*. Enseñanza de las ciencias.
 - Piaget, (1963). *Los orígenes de la inteligencia en los niños*.
 - Ratey, J. J. (2002). *El cerebro: manual de instrucciones*, Mondadori: Barcelona.
 - Sepúlveda, A. (1995). *“Conceptos de la Física”*. Universidad de Antioquia. Segunda Edición. Medellín
 - Vigotsky, L., S. (1987). *Problemas de la enseñanza y el desarrollo mental en edad escolar*. Investigaciones psicológicas escogidas. Moscú.

COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA CHATARRA: INCIDENCIA EN SALUD DE ESTUDIANTES DE MERCADOTECNIA DE LA ULEAM"

AUTORES

Cindy Stephania Cedeño Briones
Mayra Alejandra Chancay Corrales

TUTORES:

Econ. Analía Molina Quiroz. Mgs.
analía.molina@uleam.edu.ec
Deodato Loor Chávez, PhD.
deodato.loor@uleam.edu.ec

RESUMEN

Esta investigación fue realizada con la intención de dar a conocer la incidencia que la comida chatarra ha tenido en la salud de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para ello se aplicó una investigación no experimental la que permitió conocer la realidad tal como se muestra, además de forma transversal para analizar la relación entre las dos variables, se planteó un tipo causal descriptivo que permitió determinar el porqué del tema investigado y, una vez aplicado el instrumento utilizado conocido como encuesta, y al final se pudo concluir que la mayoría de estudiantes están conscientes que al elegir este tipo de alimentación para su consumo afecta su salud de manera paulatina, por lo cual se recomienda crear campañas informativas que destaquen la importancia de la alimentación saludable.

Palabras Clave: Comercialización, Comida Chatarra, salud, estudiantes

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la Revista Semana (julio 14/2015), la ingesta de comida chatarra es uno de los temas que se han y se siguen tratando con mayor énfasis, pues lamentablemente se tiene como resultado daños irreparables en muchos casos, en niños y jóvenes, principalmente en aquellos que deben alimentarse en la calle, por las actividades que realizan como trabajo o estudios.

Es este último aspecto el que preocupa, ya que, como estudiantes y docentes universitarios, es conocido que se debemos alimentarnos diariamente fuera de nuestros hogares, lo que ha traído consigo riesgos de obesidad, problemas estomacales y coronarios, de diabetes o de contraer infecciones como le hepatitis A o B.

Hoy en día se resalta la importancia de lograr una alimentación saludable y, para ello, en todos los medios de comunicación se informa sobre el criterio de expertos que señalan lo importante que es desarrollar una dieta suficiente y equilibrada, que contenga los nutrientes esenciales (UNICEF, 2011). Hablar de la alimentación y nutrición en una población es muy complejo debido a que en ello actúan diferentes factores como pueden ser el social, el económico y el cultural (Martínez y Villezca, 2003).

La presente investigación presenta una gran importancia por la razón de tratar de ayudar de alguna manera a estudiantes y profesores de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, sobre las necesidades de una adecuada ingesta alimenticia, ya que este segmento de la población por las actividades que realizan, se diferencian de otros grupos que pueden alimentarse de manera diferente, pues el poder adquisitivo del alumno, es bastante bajo.

La Organización Panamericana de la Salud (2001) señala que la pubertad y/o adolescencia, es un proceso fisiológico y psicosocial, propios del ser humano, que

comprende todos aquellos cambios que constituyen la transición de niño a adulto, y si esta no se acompaña de una buena dieta que le permitan desarrollar de buena manera los cambios corporales (las proporciones de músculo, grasa y esqueleto), no se generará un estado de bienestar que permitan un desarrollo y crecimiento óptimo.

Según la Unicef (2011), el concepto de alimentación saludable, con los aportes nutricionales necesarios o balanceados, constituye no solo un fenómeno sanitario, sino que involucran otros aspectos sociales que se nutren de identidades diversas. También se ha convertido en un hecho polémico dado que no hay una reglamentación clara en el Ecuador y particularmente en la provincia de Manabí de lo que debería ser una alimentación que pueda hacer todo miembro de la sociedad y que se considere saludable. Todo lo anteriormente señalado, pone en riesgo la salud de las personas y principalmente la de los jóvenes, dada la gran cantidad de publicidad llamada saludable en muchos tipos de productos, sin que haya un sustento científico o una reglamentación clara por parte del gobierno nacional, que ha intentado de alguna manera mejorar y desarrollar una cultura sobre el consumo de productos elaborados con 0grasas saturadas y preservantes, los cuales se ofrecen libremente en el mercado nacional. Los medios de comunicación, las redes sociales, la estratificación publicitaria y la sociedad en su conjunto juegan un papel decisivo en inculcar hábitos alimentarios a nuestra población y muy en especial a los niños y jóvenes.

MATERIAL Y MÉTODOS

De acuerdo a lo que señalan Hernández S, Roberto; Fernández C. Carlos y Baptista L. Pilar (2010), el tipo de investigación utilizada para este trabajo, es de carácter Mixta, es decir, Cualitativa-Cuantitativa, tipo de investigación que permitió recoger, procesar y analizar los datos para obtener la información que responda a la comprobación de los objetivos y las hipótesis y cuya población fue de 242

No experimental.- Su uso para esta investigación será de suma importancia ya que permitirá la búsqueda empírica y sistemática al no tener el control de la variable independiente, es decir que se observarán los fenómenos tal como se dan en su contexto, pues la tarea realizada por los investigadores es la de observar el problema para ser analizado en su ambiente natural y, así, describirlo o medir su nivel de correlación, o explicar las causas y efectos, y en otros casos, prediciendo algún problema que se podría suceder en el futuro.

Transversal. - El cual servirá para analizar la relación entre la comercialización de comida chatarra y su incidencia en la salud de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (matriz), convirtiéndose en el puente entre el problema y su solución, ayudando a la obtención de las respuestas a la hipótesis planteada y alcanzar los resultados esperados.

Causal descriptiva. - Según Llor Chávez (2011), se plantea el estudio del porqué de las cosas, hechos o situaciones que se han venido dando en lo que se refiere a un adecuado sistema de selección y participación de los alumnos en lo que se refiere a la comercialización de comida chatarra, por lo que se convierte en un elemento fundamental, ya que su principal ayuda será la obtención de las evidencias causa-efecto de la investigación.

Unidad de análisis. – Los datos que se obtuvieron y que sirvieron de referente para la elaboración de la presente investigación, proviene de los alumnos matriculados en la carrera de Mercadotecnia de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (matriz) en el periodo lectivo 2019 (1).

Población de estudio. - Según Tamayo, (2008), la población “es un subconjunto del mismo universo conformado en atención a un determinado número de variables que se van a estudiar, los cuales lo hacen un subconjunto particular con respecto al resto de los integrantes.....” (p.44). En este caso la población estudiada fue de: estudiantes matriculados, que componen el número total de alumnos de la matriz.

Tamaño de la muestra. - En este caso la muestra es probabilística por ello se aplicó la siguiente ecuación para determinar el tamaño de la misma.

$$n = \frac{z^2 P Q N}{E^2(N - 1) + Z^2 P Q}$$

P = 50% (probabilidad de que ocurra el evento)

Q = 50% (probabilidad de que no ocurra el evento)

Z² = 1.96 (nivel de confianza)

N = población (242)

E² = 0.05 (Margen de error)

n = ¿? (tamaño de la muestra)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 242}{0.05^2(2489 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{232,4}{1,57}$$

$$n = 148,5$$

$$n = 149/$$

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS. - Para la presente investigación se emplearon los siguientes instrumentos de recolección de datos:

Para el estudio de ambas variables y recolección de los datos, se aplicó la técnica de la encuesta estructurada cuyo instrumento fue un cuestionario, el mismo que aseguró la elaboración uniforme de las preguntas, además por la facilidad que tuvo para poder realizar la evaluación de una manera más objetiva.

PROCESAMIENTO DE DATOS. - Para el efecto y con la fiabilidad de los resultados obtenidos se hizo el análisis de los datos, para lo cual se realizó la colección, organización, análisis, interpretación y presentación de datos, tomando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, con la finalidad de obtener mayor información en la evaluación de los datos recogidos.

Para ello y con la finalidad de obtener una confiabilidad del instrumento a utilizar, se hace uno de los estadísticos más conocidos como la aplicación de encuesta, y para lo cual su sistema de medición consta de cinco elementos que son: Siempre, Frecuentemente, A veces, Pocas Veces y Nunca.

El instrumento de medición fue un cuestionario de preguntas a través del instrumento de la encuesta, que fue el recurso para registrar la información que se quería obtener.

La información recabada fue organizada – mediante un proceso de tabulación- de la siguiente manera:

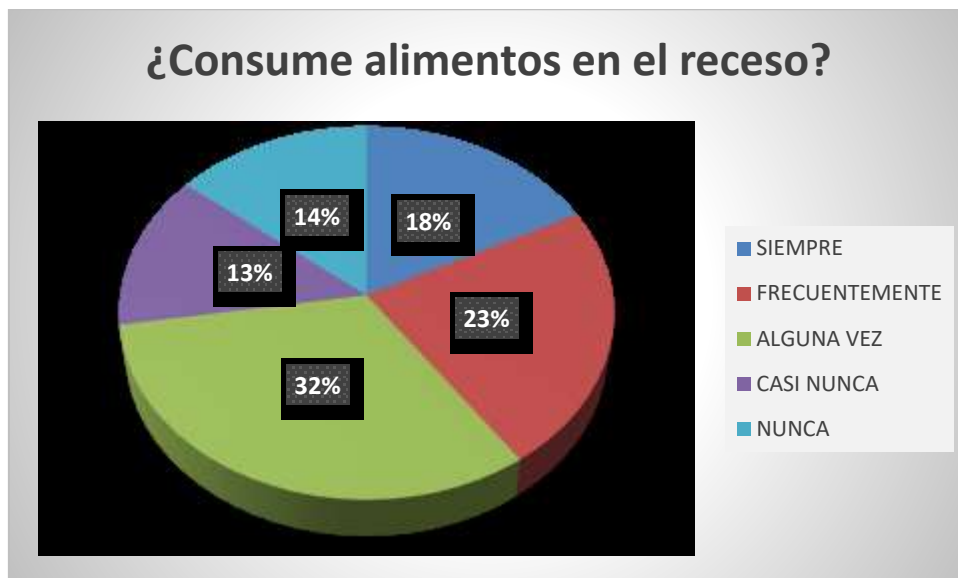
Los datos fueron ingresados, alumno por alumno, constituyéndose una matriz de datos.

Posteriormente, estos resultados fueron ordenados, tabulados y procesados para obtener frecuencia relativa, luego se procede a elaborar los gráficos respectivos y los análisis correspondientes.

RESULTADOS

Al aplicar las encuestas se obtuvieron los siguientes resultados:

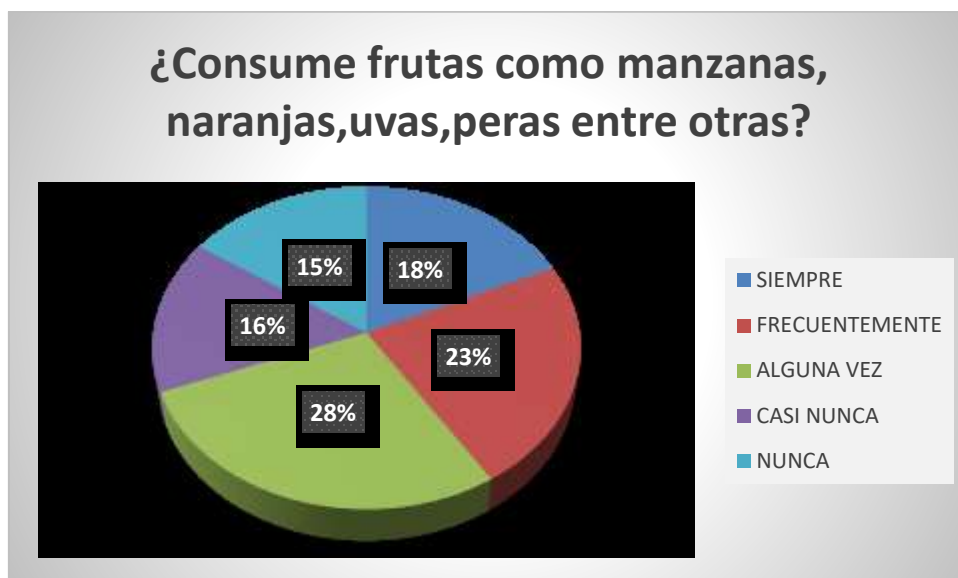
1. Pregunta: ¿Consume alimentos en el receso?



Elaborado por: Autores

Se puede observar que el 18% casi siempre y el 23% frecuentemente consumen alimentos en el receso en su jornada universitaria, lo cual indica un porcentaje considerable respecto al total, así se puede conocer que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia consumen alimentos dentro de los predios universitarios de manera frecuente.

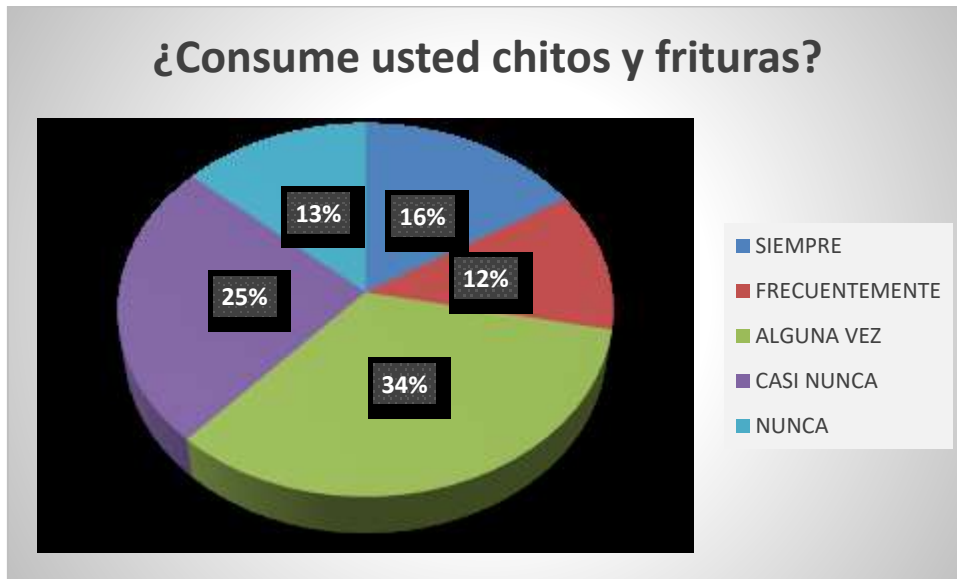
2. Pregunta: ¿Consume frutas como manzanas, naranjas, uvas, peras entre otras?



Elaborado por: Autores

Solo el 15% destaca que nunca consume frutas, así mismo el 18% menciona que siempre consume frutas y el 23% indica que con frecuencia consume frutas, con estos datos se puede conocer que un 28% de los estudiantes algunos vez consumen frutas.

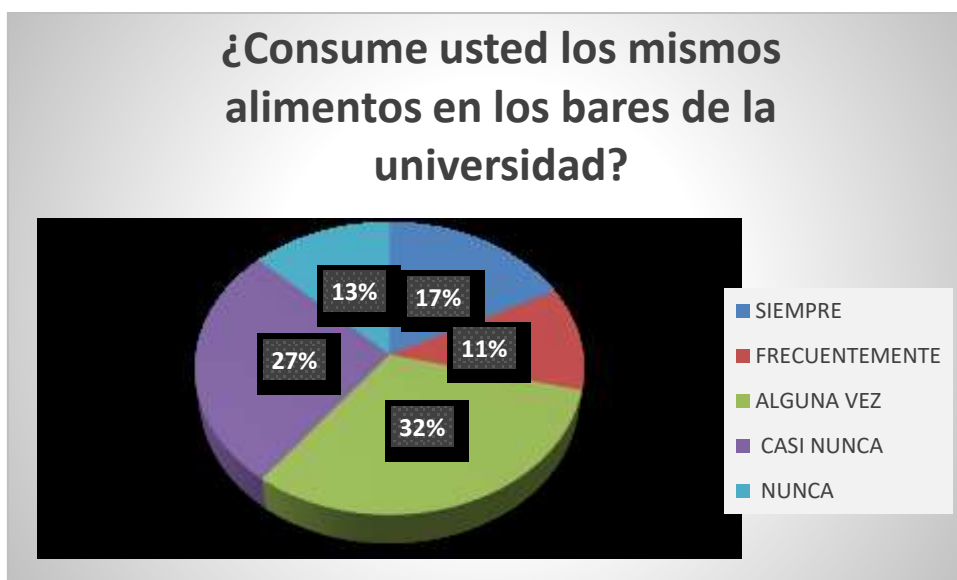
3. Pregunta: ¿Consume Usted chitos y frituras?



Elaborado por: Autores

El 34% de los estudiantes encuestados mencionaron que alguna vez consumen comida chatarra, además el 25% indica que casi nunca lo hace, seguido del 16% que preocupa al indicar que siempre consumen este tipo de alimentos.

4. Pregunta: ¿Consume Usted los mismos alimentos en los bares de la Universidad?



Elaborado por: Autores

Se muestra que el 32% alguna vez consume alimentos en bares de la universidad, el 27% menciona que casi nunca consume alimentos en los bares, mientras que el 17% de ellos afirma que siempre, y finalmente el 11% con frecuencia consume alimentos en el bar.

5. Pregunta: ¿Cree Usted que la ingesta de comida chatarra produzca enfermedades?



Elaborado por: Autores

Es evidente que el 65% de los estudiantes considera que la ingesta de comida chatarra produce enfermedades, seguido el 14% que considera lo mismo, y un 13% menciona no cree que esto sea de esta manera

DISCUSIÓN

Una vez analizadas las encuestas realizadas, se puede mencionar que la mayoría de estudiantes universitarios coinciden en que el consumo de alimentos conocidos como chatarra afectan a la salud, sin embargo, es a los cuales están expuestos en la oferta que existe dentro de los bares de la Universidad, se pudo analizar que son muy pocos los bares que ofrecen frutas o alimentos saludables. Por otro lado, es importante mencionar que el promedio de edad de los estudiantes de mercadotecnia es de 20 años, siendo el 62% del género femenino y el 38% de género masculino.

Otro factor importante para analizar es que solo el 15% asiste con frecuencia a realizar controles de su salud a través de un médico, lo cual se considera una variable que se debe mejorar, pues si la alimentación no es la correcta, al menos podrían cuidar de su salud con una alimentación adecuada. El 33% de los estudiantes encuestados consideran que frecuentemente quedan satisfechos con los alimentos que consumen, muchas veces pueden considerar que comer más es mejor, siendo lo recomendable comer de manera saludable.

CONCLUSIONES

- Se analizó que el consumo de alimentos considerados como chatarra inciden la salud de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Laica Eloy Alfaro, aproximadamente el 28% consumen comida chatarra con mayor frecuencia y el 32% alguna vez, lo cual es preocupante porque suman más del 50% de la población encuestada.

- Se determinó que el 27% consumen alimentos en los bares que se encuentran dentro de los predios universitarios y el 32% alguna vez consumen alimentos, que en su mayoría son comida chatarra
- Se verificó que la mayoría de estudiantes conoce que el consumir comida chatarra produce serios problemas en la salud, pues solo un 13% de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia consideran que no es producen enfermedades.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere realizar campañas informativas sobre alimentación saludable, demostrando que se puede comer sano a precios accesibles para los estudiantes de la Universidad.
- Se recomienda crear conciencia con los proveedores del servicio de bares en la Universidad para que puedan diversificar los alimentos de manera progresiva y poco a poco se incluya en mayor porcentaje la comida saludable.
- Realizar campañas con estrategias de marketing para llegar a más estudiantes, invitándolos a consumir más alimentos saludables y de calidad

BIBLIOGRAFÍA

- Contreras, J. 2002. La obesidad: una perspectiva sociocultural. *Form. Contin. Nutr. Obes.* 5:(6):275.
- Corvalán, C. 2006. Latin America: avoiding the nutrition transition "trap". Geneva: united nations standing committee of nutrition (SCN News, 32).
- Díaz, S. O. E. 2008. Gasto público, multifuncionalidad y desarrollo rural en México. Tesis de Doctorado en Economía. Facultad de Economía UNAM. 154 pp.
- Duran, V. E. 1985. La identidad nacional a través del fortalecimiento de la cultura alimentaria. Tercera reunión regional sobre asistencia social alimentaria. Villahermosa, Tabasco.
- Fernández-Vega, C. 2007. Soberanía alimentaria: aspiración aniquilada por neoliberales. *La Jornada*.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). 2003. El estado de la alimentación y la agricultura: sistemas alimentarios para una mejor nutrición. FAO. Roma. 114 p.
- Flores, P.; Vázquez, O. J. y Quintero Soto, M. L. 2012. ¿Soberanía, seguridad, autosuficiencia o crisis alimentaria? Caso de México y la región este de África. *Problema básico en salud y calidad de vida. Rev. Dig. Universitaria.* 13:(8):2-19.
- Fuentes, L. M. 2013. Malnutrición. *Revista México Social. CEIDAS.* Columna publicada con el mismo nombre en el periódico.
- Fuentes, L. M. 2012. Hambre y pobreza. *Revista México Social. CEIDAS.* Columna publicada bajo el mismo nombre en el periódico *Excélsior*.
- González G. J. A., Ceballos R. J. M., Méndez, B. E. 2010. Obesidad: más que un problema de peso. La ciencia y el hombre. *Rev. Div. Cient. Tecnol. Universidad Veracruzana.* 22(2) 34:55.
- Gracia, A. M. 1996. Paradojas de la alimentación contemporánea. Icaria editorial. Institut Català d'Antropologia. Barcelona. 306 p.

SOSTENIBILIDAD DE LOS MERCADOS TRADICIONALES Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO FRENTE A LOS CENTROS COMERCIALES

AUTORES:

Tatiana Romina Loza Ramírez
e1313117390@live.ulead.edu.ec
Ariel Nicolás López Navarrete
e1314160530@live.ulead.edu.ec
Cristhian Alejandro Alvarado Rizo
e1316577723@live.ulead.edu.ec
Benedicto Honorio Solórzano Murillo
e1313115154@live.ulead.edu.ec

TUTORES:

Ing. Viviana Carvajal Zambrano MBA-MKT.
gema.carvajal@uleam.edu.ec
Ing. Víctor Nevárez Barberán, Mg.
jose.nevarez@uleam.edu.ec

Resumen

La presente investigación muestra evidencias de la sostenibilidad que presenta el mercado tradicional frente a las nuevas competencias como lo son los centros comerciales y comercios informales de Bahía de Caráquez; a pesar de estos factores externos el centro de abasto municipal sigue teniendo una buena aceptación por los clientes que a lo largo del tiempo se han fidelizado a este medio de abastecimiento. La metodología utilizada en la investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo, porque permite interpretar los resultados de los datos investigados. Se realizó una observación in situ y una encuesta que fue validada y procesada en el software estadístico SPSS, entre los datos más representativos tenemos las ventas diarias que tienen los locales dentro del mercado con un 48.5%, lo cual representa que normalmente se generan ventas de \$10 a \$50 que llevados a ganancias mensuales se valoran entre \$900 a \$1500 unidades monetarias. También se manifestaron datos importantes en lo que se indica la afectación de los negocios informales con un casi 86% a los negocios que pertenecen al mercado. Otro aspecto es cómo influye el Shopping no solo a nivel local sino a nivel nacional en las ventas, ya que su presentación de producto, el ambiente que genera y las facilidades que brinda cautivan la atención del cliente o consumidor.

Palabras claves: sostenibilidad; fidelidad, nivel socioeconómico, competencia.

Introducción.

La presente investigación muestra evidencia de la sostenibilidad que presentan los mercados tradicionales frente a las grandes competencias como son los centros comerciales y los comercios informales a nivel nacional y que a pesar de todas estas circunstancias estos centros de abastos todavía tienen aceptación por parte de los consumidores.

Los mercados están siendo seleccionados e intervenidos de forma integral por el Municipio de Quito en coordinación con los vecinos y los usuarios para ser considerados saludables, sostenibles y concurridos. Mercados Responsables con la Salud, es un espacio

público productivo y promotor de salud que cuenta con condiciones higiénicas y garantiza el expendio de alimentos inocuos (sanos sin contaminación). (QuitoInforma, 2017)

Esta exploración se realiza con la finalidad de analizar un cambio en las ventas de los mercados municipales. Dentro de este tema se logra expresar que las ventas que se producían anteriormente en los mercados han bajado de manera considerable y esto puede originarse por distintos factores tanto externos como internos, los cuales les afectan en gran medida a ellos.

Según la publicación "Tiendas Verdes y Grandes Ahorros" del Pnuma, este sector minorista puede contribuir a facilitar el cambio hacia patrones de producción y consumo sostenibles en la sociedad por tener contacto permanente con el cliente final.

El sector minorista abarca todo tipo de comercios y su posición dentro de la cadena de abastecimiento es calificada como "privilegiada" por ello resulta muy positivo que el pequeño comercio apueste cada vez más fuerte por la implementación de estrategias sostenibles. (PNUMA, 2011)

En una investigación realizada a los mercados por el "Diario la Hora" en el año 2016, se logró llegar a conocer que por distintas razones los clientes prefieren realizar sus compras en los centros comerciales. Existen personas que especulan que la frescura de los productos influye mucho en la decisión que se toma para poder analizar en qué sector o mercado realizar dicha compra. Otras personas prefieren los grandes comercios en relación a los mercados, porque en este último los precios varían constantemente.

El economista Diego Proaño indicó que "la poca afluencia de clientes a los mercados está generando una situación económica muy complicada en el país". (Proaño, 2016)

Este trabajo se ha realizado con la finalidad de poder dar una solución al mercado municipal de la ciudad de Bahía de Caráquez, para que este siga manteniéndose y generando economía para que exista fluctuación del dinero.

Objetivo General.

Analizar las necesidades de los consumidores, garantizando la sostenibilidad del mercado municipal y su impacto socioeconómico frente a los centros comerciales de Bahía de Caráquez.

Objetivos Específicos.

Desarrollar un análisis histórico para identificar el comportamiento de los consumidores antes del desarrollo de los centros comerciales.

Investigar la situación actual del mercado municipal de Bahía de Caráquez, mediante la aplicación de una encuesta y la observación in situ, para detectar las principales causas del problema.

Realizar un análisis de las necesidades de los consumidores para conservar, proteger y mejorar la sostenibilidad dentro de la comunidad.

Material y métodos

Para el estudio de esta investigación se realizó una visita in-situ aplicando la técnica de observación aplicada en las distintas secciones del mercado municipal, el enfoque de la investigación fue de perfil mixto y tuvo un alcance exploratorio descriptivo, en el instrumento aplicado se utilizó la escala de Likert, misma que fue validada en el software de análisis de datos SPSS, donde el estudio de fiabilidad reflejó un dato de 0.699, el cual nos indica que el instrumento de evaluación es aceptable; este procedimiento de recolección de información fue realizado de manera personal en las instalaciones del centro de abastos municipal.

Resultado

La recolección de datos arrojó resultado muy importantes en ciertos puntos:

En las ventas se dieron 2 resultados el primero que va de ganancias de \$10 a \$50 americanos, con un 48.5% lo que representa a 33 dueños de locales que ganan esa cantidad diariamente y el otro valor que corresponde a 23 personas que tienen un local apuntan a una ganancia entre \$50 a \$100 americanos representando al 33.8%.

Este valor se lo proyecta a ganancias o ventas mensuales y anuales escogiendo como valor para todo de \$50 diarios que en un mes se venderían un total de \$1500 mensuales, con unas ventas anuales de \$18,000.00, también se tomó en cuenta la inversión que ellos hacen en productos, y se estipula un gasto de \$250 semanales, que al proyectar esos gastos al mes se invierten en productos \$1,000.00 y \$12,000.00 durante el año, quedando \$6,000.00 de ganancia y al cual se le debe de realizar un descuento por el pago del local que ellos están utilizando, en donde un 42.6% indicaron que ellos pagan de arriendo más de \$60 y un 35.3% pagan un valor que va entre los \$40 o \$60.

El 86.8% que representa a 59 personas manifestaron que los locales informales han afectado en gran medida las ventas de sus productos.

Discusión

Los datos arrojados por la encuesta indicaron que los negocios informales están afectando en gran mayoría o manera a los locales internos y que también varios factores hacen que las personas deseen comprar en un centro comercial que, en el mercado, uno de estos es la calidad del producto, por las variaciones de precios que existen en el mercado, lo que no sucede en el centro comercial.

El comportamiento del consumidor trata sobre los procesos de decisión y de los actos de los individuos relacionados con la obtención, el uso y el consumo de los productos y servicios, añadiendo que este cambia con el ciclo de vida y el tipo de producto.

El ruido, el ajetreo de la gente, el regateo entre la ‘casera’ y el cliente, el ‘desfile’ de canastos por los pasillos, entre otros, ya no son elementos que caracterizan al mercado de la ciudad.

En su lugar se observan puestos vacíos, negocios cerrados, la baja en ventas y el silencio de una ‘casera’ esperando por algún cliente.

Según los comerciantes la crisis es una situación generalizada en todos los mercados de la ciudad.

Existen amas de casa que por distintas razones han dejado de acudir a los mercados y han optado por concurrir a los centros comerciales modernos o a grandes cadenas de supermercados.

Uno de los motivos parece ser el cambio en el manejo del tiempo de las amas de casa. “Yo hacía compras en el mercado de todos los vegetales y de las frutas, iba con mis hijos en las tardes. Ahora tengo un negocio que me demanda más tiempo y no tengo la disponibilidad de ir al supermercado para lo uno y al mercado para lo otro, voy al supermercado y hago todo ahí”, dijo Ana Paredes, de 50 años.

Por otro lado, Marta Espinoza de 74, dijo “que ya no acude a los mercados porque a mi edad me siento más segura yendo a un ‘mall’ y dejando el carro en un parqueadero”, contó Espinoza.

Estefanía Pérez, de 26 años, mencionó que no compra en los mercados debido a que los precios no son fijos “Una no sabe si le están cobrando lo que en realidad valen los productos o si se están subiendo porque una no sabe”, explicó Pérez.

Los Mercados Minoristas municipales se reafirman ahora como garantía de seguridad y calidad alimentaria, de mayor competencia y diversidad en la oferta comercial; y de sostenibilidad y eficiencia ambiental en la gestión de los servicios que requiere la distribución alimentaria en el siglo XXI. (Mercados vivos. Ciudades sostenibles)

La frescura del producto

La calidad de los vegetales es uno de los factores que ha logrado fidelizar a ciertos clientes del mercado. Diana Almeida es una compradora que todavía adquiere los productos en el mercado. “Tengo la impresión de que las legumbres y las frutas son más frescas que en los supermercados”, mencionó Almeida y dijo que los prefiere porque son más naturales. De la misma manera opinó Eduardo Dueñas, dueño de un restaurante de la ciudad. “Pienso que la frescura de un producto influye mucho en el sabor de la comida que ofrezco. Los productos de los mercados no pueden compararse en calidad con los de los supermercados”, dijo Dueñas. Sin embargo, afirmó que las carnes, debido a la seguridad, al mantenimiento y al proceso al que se someten, prefiere adquirirlas en un supermercado. Para lograr la calificación los mercados municipales deben ofrecer alimentos diversos, culturalmente apropiados y de calidad que no presenten riesgos a la salud, ser espacios de cohesión social en donde la comunidad pueda disfrutar y aprovechar los espacios de intercambio ciudadano, que los comerciantes de los mercados presten servicios y productos de calidad al cliente y a precios justos en un espacio con condiciones dignas de trabajo (clima laboral, condición higiénica sanitaria). (QuitoInforma, 2017)

Se espera que los comerciantes de los mercados mejoren las ventas y sus ingresos económicos, además, que los mercados sean espacios con buenas prácticas ambientales y que se puedan disminuir pérdidas y desperdicios alimentarios.

Para Pedro Reino, historiador, la gente ha dejado de ir a los mercados por un tema propagandístico. La infraestructura de un centro comercial, las estanterías atraen al público y por eso prefieren acudir a estos lugares. (Reino, 2019)

Reino manifestó que otro punto a favor de los centros comerciales es la libertad y la posibilidad de elegir los productos, tomarlos, examinarlos y no como en el mercado en donde las ‘caseras’ le dicen “si no va a comprar no toque”, además que los centros comerciales le dan otro tratamiento al cliente.

Conclusiones

- Se concluye mediante el estudio realizado que el comportamiento de los consumidores se ha visto un poco más influenciado por la comodidad que ofrecen los centros comerciales, por ello en muchas ocasiones prefieren realizar sus compras en estos lugares; por un tema netamente cultural otros consumidores prefieren seguir asistiendo a lo tradicional de los mercados.
- Las futuras investigaciones que se realicen o que estén enfocadas al servicio que brinda el mercado municipal con relación al Paseo Shopping, permitirá llegar más a fondo del porque los clientes prefieren gastar más en algunos centros comerciales que asistir al mercado.
- Finalmente, se argumenta que las personas muchas veces prefieren el centro comercial por la calidad de servicio, status, comodidad o facilidades de pago; aspecto con los que no cuenta el mercado municipal, es importante resaltar la variación de los precios que en ocasiones son más bajos, lo cual ha permitido que exista la sostenibilidad del mercado; se debe de mejorar muchos aspectos como la imagen interna y externa del mismo.

Recomendaciones

- Se debe de llevar un registro de verificación de los productos que traen los mayoristas ya que estos deben de estar frescos y en buen estado, con la inocuidad que se debe considerar a ser alimentos que están presente en los alimentos y no representen un riesgo para la salud de la comunidad.
- Que mediante una ordenanza municipal se establezca que los locales informales deben de ingresar al mercado, o estos a su vez dejen de estar funcionando en los alrededores del centro de abasto municipal.

Bibliografía

- Mercados vivos. Ciudades sostenibles. (s.f.). *Mercados vivos. Ciudades sostenibles*. Recuperado el 09 de 07 de 2019, de Mercados vivos. Ciudades sostenibles: <https://megustamimercado.es/mercados-vivos-ciudades-sostenibles>
- Molina, A. M. (11 de 04 de 2016). *La Hora*. Recuperado el 13 de 06 de 2019, de La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1101933904/los-mercados-de-ambato-se-queda-sin-clientes>
- PNUMA. (07 de 01 de 2011). *Compromisos RSE*. Recuperado el 09 de 07 de 2019, de Compromisos RSE: <https://www.compromisorse.com/rse/2011/01/07/nueva-guia-para-la-sostenibilidad-en-el-pequeno-comercio/>
- Proaño, D. (13 de 06 de 2016). *La Hora*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1101933904/los-mercados-de-ambato-se-queda-sin-clientes>
- QuitoInforma. (01 de 12 de 2017). *QuitoInforma*. Recuperado el 09 de 07 de 2019, de QuitoInforma: <http://www.quitoinforma.gob.ec/2017/12/01/municipio-de-quito-aplica-la-estrategia-mercados-saludables/>
- Reino, P. (06 de 2019). Sostenibilidad del Mercado frente a un Centro Comercial. (B. Solorzano, Entrevistador)
- El Telégrafo. (06 de 11 de 2011). *El Telégrafo*. Recuperado el 10 de 06 de 2019, de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion/1/los-centros-comerciales-cambian-habitos-locales>

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA GERENCIAR PRODUCTOS DEPORTIVOS EN EL DESTINO SUCRE - SAN VICENTE

AUTORES

Josselin Marlene Castro Robles
cjoselin512@gmail.com

Kely Jenifer Zambrano Arteaga
kely_97@outlook.com

TUTORES

Frank Ángel Lemoine Quintero, Mg.
frank.lemoine@uleam.edu.ec

Norma Rafaela Hernández Rodríguez, Dra.C.
norma@uo.edu.ec

Profesora de la Universidad de Oriente, investigador acreditado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Miembro del grupo científico de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Cuba

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo desarrollar estrategias de marketing para gerenciar productor deportivo en el destino Sucre-San Vicente. Se realizó un estudio a nivel del estado del arte bibliográfico que aporte al estudio determinando que a través del método analítico y descriptivo se puede obtener resultados favorables a la investigación. Se analizaron los resultados del cuestionario aplicado a un segmento del mercado de la ciudad que según muestra resultado de 50 personas, donde lo más representativo es que las personas están de acuerdo a que la actividad deportiva puede ser un producto turístico sostenible para el destino. La matriz de ponderación muestra que los deportes playeros superan otro tipo de actividad deportiva aunque se denota la práctica del ciclismo como una actividad de muy buena aceptación. Se definieron cuatro estrategias que permitirán gerenciar la actividad deportiva como producto turístico para la sostenibilidad del destino. Palabras claves: estrategias, actividad deportiva, producto turístico, sostenibilidad

ABSTRACT:

The objective of the research is to develop marketing strategies to manage the sports producer in the Sucre-San Vicente destination. A study was carried out at the level of the state of the bibliographic art that contributes to the study determining that through the analytical and descriptive method it is possible to obtain favorable results to the investigation. The results of the questionnaire applied to a segment of the city market were analyzed, which according to the results of 50 people, where the most representative thing is that people agree that sporting activity can be a sustainable tourism product for the destination. The weighting matrix shows that beach sports surpass another type of sporting activity although the practice of cycling is an activity of very good acceptance. Four strategies were defined that will allow managing the sport activity as a tourist product for the sustainability of the destination.

Keywords: strategies, sports activity, tourism product, sustainability

INTRODUCCION.

En la sociedad actual el deporte y las actividades físicas amplían su espectro de disciplinas y están en continua evolución. Podemos decir que los jóvenes además de las prácticas generalizadas de deporte federado y deporte salud, se inclinan por prácticas de deporte ligadas al turismo y por deportes de aventura y de riesgo. Si en general la sociedad justifica el no hacer deporte o no hacer más deporte por la falta de tiempo, este colectivo es uno de los que más acusa esta problemática, ya que están dedicados a sus estudios y hablando de los “maduros de la juventud”, ya tienen trabajo y cargas familiares a una práctica más recreativa y dirigida a la salud, normalmente más individual. Además el factor de mejora de la estética corporal juega un papel importante a la hora de practicar deporte o actividad física, exigencia más acentuada hacia las mujeres, pero al que el hombre está siendo implicado y muy influenciado. (Deporte, 2009- 2010)

Al definir el término “producto turístico” nos estamos refiriendo a: una combinación de bienes y servicios ofertados a un precio global. De tal modo, podemos decir que un producto turístico deportivo, será aquel cuya principal motivación será la de acudir algún evento deportivo como espectador o bien, la práctica de algún deporte al realizar un viaje. El deporte se está convirtiendo en los últimos años en un elemento clave para la sociedad actual y cada vez más está más ligado al turismo, compaginando la actividad turística con la práctica deportiva. (Peláez M. E., Octubre de 2009)

En el país el turismo de deporte o aventura se ha convertido en una de las actividades convenientes, considerándose una de las causas que contribuye a la economía del país. Teniendo gran importancia para la adaptabilidad de esta clase de turismo alternativo, contando con lugares donde se pueda realizar. (PAMELA, 2015-2016)

(Ramírez, . (2006))Definen al producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en combinaciones de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los turistas. Dichos bienes y servicios pueden estar destinados al confort y disfrute material o espiritual de los visitantes.

Para (Boullon, 2003) El producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. En otras palabras, la oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado, condiciones estas que determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento.

El problema de la investigación está fundamentado en el uso inadecuado de estrategia de marketing no ha permitido fortalecer la actividad deportiva en el destino Sucre-San Vicente. Además el uso inadecuado de la identificación y caracterización de los atractivos son elementos básicos para fortalecer la actividad deportiva, pero estos no son concebidos por las organizaciones gubernamentales y gobiernos GAD , por la ausencia de una planificación y proyección de estas actividades como actividad turística

El objetivo que se persigue con esta investigación es desarrollar estrategias de marketing para gerenciar productos en el destino Sucre-San Vicente con la finalidad de fortalecer el turismo y hacer de este una actividad sostenible en el destino.

MATERIAL Y MÉTODO.

Los métodos que se utilizaran en la presente investigación son el método analítico y el método descriptivo.

Analítico: Partiendo del estudio del estado del arte (artículos, libros, revistas, etc.) que permitan desarrollar estrategias de marketing efectivas para gerenciar la actividad deportiva en el destino

Descriptivo: Se realizara un estudio referente a las actividades deportivas en la zona que se realizan eventualmente midiendo su nivel de frecuencia. Se partirá de la identificación de los atractivos para valorar las actividades deportivas que se pueden introducir.

POBLACIÓN:

Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. (López, 2004) La población que se pretende estudiar son los habitantes de los destinos Sucre y San Vicente. De los cuales se escogerán la población activa según rango de edades superior a los 18 años e inferior a los 50 años.

Muestreo aleatorio no probabilístico

El muestreo no probalístico también conocido como muestreo por conveniencia, y su único requisito es cumplir con la cuota del número requerido de sujetos o unidades de observación (Martínez, 2004). La muestra es de 50 personas de un rango de edad superior a los 18 años.

RESULTADOS.

Descripción del destino Sucre – San Vicente

El cantón Sucre tiene como cabecera cantonal a la ciudad de Bahía de Caráquez, su nombre se debe a la bahía formada por la desembocadura del río Chone y a los primeros pobladores que fueron los Caras. Bahía de Caráquez cuenta con un gran atractivo turístico y frente a ella está San Vicente, cruzando en lancha, gabarra o por vía terrestre y cuenta con el aeropuerto “Los Perales”. De norte a sur existen amplias playas islas e islotes, lugares que son preferidos por los turistas. Se pueden observar manglares y aves marinas. Río Muchacho es una buena elección para el turismo ecológico y de aventura.

Por su ubicación geográfica, ofrece varias opciones de diversión y descanso al turista. Frente a Bahía de Caráquez desemboca el “Estuario del río Chone, donde se encuentra la “Isla Corazón”, denominada así por su forma. Se la recorre en canoas a remo y a través de senderos levantados entre los mangles. Gracias a la pasividad de las aguas y la velocidad de los vientos, sobre el estuario se practican varios deportes acuáticos, vuelo y paseos en pangas. Su gastronomía está basada en mariscos. Entre las principales actividades productivas de esta región, está la producción camaronera, que genera divisas para el país, así como también la agricultura, ganadería, avicultura, comercio, pesca y turismo. (SUCRE)

Debido a todos los atractivos que este posee, el turismo es una actividad que mediante las herramientas adecuadas de promoción, se puede explotar de una buena manera. Es así que varios son los atractivos del cantón que valen la pena mencionar, entre estos está el Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón, el cual cuenta con más de 50 hectáreas de mangle, más de 60 especies de aves entre nativas, migratorias y congregatorias así como también variada fauna. El cantón Sucre cuenta con varios atractivos turísticos, los cuales pueden ser aprovechados por todos aquellos que deseen visitar un lugar maravilloso, que cuenta con una belleza indescriptible, es así que el fomento del turismo a través del posicionamiento del cantón como un lugar turístico, apto para recibir tanto turistas nacionales como extranjeros es una prioridad. (Clavijo, 2012)

San Vicente es un cantón rodeado de mar, colinas, de un estuario, de gente emprendedora, trabajadora y amable. La accesibilidad hasta aquí es por múltiples por vías: aérea, terrestre y marina dado el privilegio de su ubicación geográfica. El cantón San Vicente ubicado estratégicamente en la ruta E-15 del pacífico, constituido en un importante punto de destino turístico internacional, nacional y provincial, cuenta varios lugares turísticos de sol y playa, de campo, avistamiento de aves y vista panorámica desde los diferentes

miradores. Tiene más de 40 km. de playa, principal atractivo turístico por la tranquilidad de sus aguas y las opciones de diversión que ofrecen a sus visitantes. Se practican deportes acuáticos, de aventura, extremos y de recreación como paseos a caballos. Durante las noches, especialmente en la parroquia Canoa, se viven verdaderas fiestas al aire libre, atractivo para quienes visitan el lugar. Su infraestructura es levantada con materiales rústicos y típicos de la zona.

Su economía se basa gran parte en la producción agropecuaria, además producen durante todo el año gran variedad de hortalizas, plátano, frutales y recientemente ají tabasco como cultivo alternativo del cual estará en producción aproximadamente 200 ha. Existen también cultivos estacionales de maíz, yuca, maracuyá, algodón, cacao, papaya, maní, etc., así mismo de sus campos se extrae maderas finas como guayacán, laurel y bálsamo. Otra actividad que fortalece el sector económico es la ganadería.

San Vicente es un bastión de la cría de ganado de doble propósito. La producción lechera se utiliza para la elaboración de queso, reconocido por su calidad y la carne se comercializa en otros mercados de la región. La pesca artesanal ha sido ancestralmente una actividad desarrollada por los habitantes de San Vicente, los recursos en especies marinas son muy variados, es así que el cultivo de camarón ha ocupado un sitio destacado en la generación de recursos para el cantón y el país a través de la exportación.

La vista de millares de turistas nacionales y extranjeros ha motivado a instalar modernos, cómodos y lujosos hoteles de primera categoría, hostales y cabañas de tipo familiar, ubicados frente a sus costas, creando un grato ambiente para los visitantes.

Se tomó como referencia los resultados de las encuestas realizadas por el estudiante Jonathan Stalin Farías Paladines en su trabajo de titulación denominado Estrategias publicitarias para dinamizar la actividad deportiva en la parroquia Bahía de Caráquez con la finalidad de realizar un análisis a nivel interpretativo de estos resultados.

La encuesta conto con 10 preguntas de ellas 4 direccionada al perfil del cliente y 6 preguntas con escala de intensidad o de apreciación estructuran las opiniones bajo formas de respuesta en abanico, según la evolución o grados de un continuum de actitud, donde el valor 1 corresponde a nade de acuerdo, 2 algo en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 completamente de acuerdo.

Referente al perfil del cliente la pregunta direccionada a géneros de ciudadanos de un total de 50 personas encuestadas se puede establecer como indica en la tabla de frecuencia que 30 personas que equivalen al 60% son de género masculino y 20 personas que equivalen al 40% son de género femenino. De acuerdo a los datos obtenidos se puede concluir que la mayor parte de las personas encuestadas fueron 30 hombres, mientras que las mujeres fueron 20, es decir, que el segmento al que más se enfoca en los deportes son los hombres.

La pregunta relacionada a la **edad de los ciudadanos** con la encuesta realizada el 40% de los investigados corresponde a 20 personas en un rango de edad de 10 a 24 años, seguido de un 30% es decir 15 personas que se encuentran en una edad de 25 a 39 años y otro 30% que compete a 15 personas que se encuentran en una edad de 40 a 69. Estos rangos de edades fueron determinado por el software REDATAM. En relación a los resultados obtenidos se puede decir que la mayor parte de los usuarios que practican deporte son personas con un rango de edad de 10 a 24 años, mientras que el resto de personas encuestadas están en un rango de edad entre 25 a 69 años de edad.

Otra pregunta que arrojo resultados significativos fue sobre la actividad deportiva tributa a la actividad física y deportiva dentro del sector turístico, donde de una población de 50 personas encuestadas se puede establecer como indica la tabla de frecuencia que 20 personas que equivalen a un 40 % están completamente de acuerdo que si se permitirá la

actividad deportiva desarrollar la actividad física y deportiva dentro del sector turístico, 14 personas que equivalen a un 28% están algo de acuerdo en que si se permitirá la actividad deportiva desarrollar la actividad física y deportiva dentro del sector turístico, 6 personas que equivalen a un 12% están algo en desacuerdo en que se permitirá la actividad deportiva desarrollar la actividad física y deportiva dentro del sector turístico, 6 personas más que corresponden a un 12% no están de acuerdo en que se permitirá la actividad deportiva desarrollar la actividad física y deportiva dentro del sector turístico y 4 personas que semejan a un 8% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que se permitirá la actividad deportiva desarrollar la actividad física y deportiva dentro del sector turístico.

La pregunta referida a los atractivos turísticos existentes en el cantón si contribuirán a dinamizar la actividad deportiva de una población de 50 personas encuestadas se puede establecer como indica la tabla de frecuencia que 20 personas que equivalen a un 40 % están algo de acuerdo en que los atractivos turísticos existentes en el cantón contribuirán a dinamizar la actividad deportiva, 15 personas que representan un 30% están completamente de acuerdo en que los atractivos turísticos existentes en el cantón contribuirán a dinamizar la actividad deportiva, 6 personas que equivalen a un 12% respondieron en estar ni de acuerdo en que los atractivos turísticos existentes en el cantón contribuirán a dinamizar la actividad deportiva, 5 personas más que equivalen a un 10% están algo en desacuerdo en que los atractivos turísticos existentes en el cantón contribuirán a dinamizar la actividad deportiva y 4 personas que equivalen a un 8% no están ni en desacuerdo en que los atractivos turísticos existentes en el cantón contribuirán a dinamizar la actividad deportiva.

Desarrollar una imagen a la actividad deportiva permitirá fortalecer la actividad turística en la ciudad en la ciudad de una población encuestadas se puede establecer que 18 personas que equivalen a un 36 % están completamente de acuerdo en desarrollar una imagen a la actividad deportiva permitirá fortalecer la actividad turística en la ciudad, 12 personas que equivalen a un 24% están algo de acuerdo en desarrollar una imagen a la actividad deportiva permitirá fortalecer la actividad turística en la ciudad, 10 personas que equivalen a un 20% no están de acuerdo en desarrollar una imagen a la actividad deportiva permitirá fortalecer la actividad turística en la ciudad, 5 personas más que equivalen a un 10% están algo en desacuerdo en desarrollar una imagen a la actividad deportiva permitirá fortalecer la actividad turística en la ciudad y otras 5 personas que equivalen a un 10% no están ni en desacuerdo en desarrollar una imagen a la actividad deportiva permitirá fortalecer la actividad turística en la ciudad.

Considera usted que las estrategias publicitarias contribuyen al desarrollo en la actividad deportiva y turística de la zona se puede establecer como indica la tabla de frecuencia que 22 personas que equivalen a un 44 % están completamente de acuerdo en que las estrategias publicitarias contribuyen al desarrollo en la actividad deportiva y turística de la zona, 16 personas que equivalen a un 32% están algo de acuerdo en que las estrategias publicitarias contribuyen al desarrollo en la actividad deportiva y turística de la zona, 5 personas que equivalen a un 10% no están de acuerdo en que las estrategias publicitarias contribuyen al desarrollo en la actividad deportiva y turística de la zona, 4 personas más que equivalen a un 8% están algo de acuerdo en las estrategias publicitarias contribuyen al desarrollo en la actividad deportiva y turística de la zona y otras 3 personas que equivalen a un 6% están algo en desacuerdo en las estrategias publicitarias contribuyen al desarrollo en la actividad deportiva y turística de la zona.

Con quién prefieres realizar actividad deportiva o física se puede establecer como indica los resultados que 15 personas que equivalen a un 30% prefieren realizar actividad física

o deportiva con cualquiera, 14 personas que equivalen a un 28% prefieren realizar actividades físicas o deportivas con familiares, 10 personas que equivalen a un 20% prefieren realizar actividades físicas o deportivas con amistades, 6 personas más que equivalen a un 12% prefieren realizar actividades físicas o deportivas con pareja y otras 5 personas que equivalen a un 10% prefieren realizar actividades físicas o deportivas solo. De los deportes extremos a seleccionar en la pregunta la tabla de frecuencia que 9 personas que equivalen a un 18% les gustaría practicar de deportes extremos la motocross, 9 personas que equivalen a un 18% les gustaría practicar de deportes extremos el ciclismo de montaña, 8 personas que equivalen a un 16% les gustaría practicar de deportes extremos el parapente, 7 personas que equivalen a un 14% les gustaría practicar de deporte extremos el surf, 7 personas más que equivalen a un 14% les gustaría practicar de deportes extremos el montañismo o el alpinismo y otras 7 personas más que equivalen a otro 14% les gustaría practicar de deportes extremos el buceo deportivo y por ultimo 3 personas que equivalen a un 6% les gustaría practicar como deportes extremo el kayak.

ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD DEPORTIVA

Desde hace bastante tiempo se presumía que la actividad física podría tener relación con una mejoría de los procesos cognitivos que tienen su origen en el cerebro, pero gracias a una serie de estudios desarrollados por la Universidad de Illinois, en los Estados Unidos, esta suposición terminó siendo una comprobación empírica que arrojó como resultado que, efectivamente, a mayor actividad aeróbica, menor degeneración neuronal. (Ramires, 2004)

Granero Gallegos en su artículo "Las actividades físico-deportivas en la naturaleza y la industria turística" hace mención al criterio de los autores Pereira y Félix donde mencionan que "El turista moderno desea formar parte de la acción, probar, vivenciar situaciones y momentos únicos. Sólo así podrá sentir esa aproximación a su naturaleza, que tanto busca y, vivir en pleno los valores emergentes de la sociedad de la cual hace parte"

Estas actividades, aseguran los autores, surgen con el advenimiento de la sociedad postindustrial, de la mano de la lógica mercantil y bajo las estrategias comerciales. La propia promoción de las actividades, por parte de las empresas que las desarrollan, va dirigida a demostrar a las personas que necesitan evadirse de la rutina y del estrés diario y así dejarse invadir por la emoción del riesgo y aventura. De tal manera, que es habitual que el espacio natural sea en cierta forma "invadido" por una serie de infraestructuras de las empresas que desarrollan estas actividades.

La matriz de ponderación permitirá a partir de criterio de experto teniendo conocimiento de las actividades deportivas más frecuente en el destino cuales de estas tienen una estacionalidad más prolongada en el tiempo, cual una mediana o baja estacionalidad. La ponderación será por el nivel de impacto que tiene la misma en el destino, la calificación será de 1 a 5, 1 la puntuación más baja determinada por el nivel de participación de personas o deportistas en diferentes temporadas del año y 5 la de mayor puntuación. Participaron 8 expertos, dos especialistas en marketing, dos en turismo, dos representantes barriales y dos estudiantes de la carrera de marketing, cuyos resultados se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 1. Matriz de ponderación.

ACTIVIDAD DEPORTIVA	PONDERACION	CLASIFICACIÓN	RESULTADO
Surf	0.097	4.5	0.44
Futbol playero	0.22	4	0.88

Pesca deportiva	0.086	2	0.17
Balsaje	0.065	1.5	0.10
Senderismo	0.11	4.7	0.52
Ciclismo	0.13	4.6	0.60
Vóleibol	0.12	3.5	0.42
Kayak	0.096	2.3	0.22
Camping	0.076	1.25	0.10
TOTAL	1		3.44

Fuentes: Autores, 2019

DISCUSION.

De la encuesta aplicada a el segmento de mercado de la localidad arrojó resultados alentadores, debido a que la actividad deportiva la consideran como una alternativa para desarrollar productos turísticos de diferentes tipos y para diferentes segmentos de mercado.

Dentro de los resultados de la encuesta es notorio como la población hace preferencias por los deportes extremos, esto es debido a la influencia de turistas internacionales que buscan un turismo de aventura teniendo presente que un 36% de los encuestados consideraron que hay que desarrollar una imagen que identifique esta actividad con la finalidad de posicionarla en el mercado, donde fue representativo que el 36% también consideraron que esta actividad puede potencializar el destino y ser parte de la reactivación económica. Por lo que existen resultados que puntualizan que se necesita gerenciar bien estas actividades deportivas teniendo presente una estacionalidad de la demanda de acuerdo a las estaciones climáticas vigentes en el territorio.

La matriz de ponderación muestra que de las actividades deportivas que en la actualidad se realizan como deportes en el destino existen un nivel de representatividad de algunas más que otras por los moradores o actores de ambas ciudades que desde sus iniciativas han creado áreas y eventos competitivos como parte de su recreación. Estos deportes más representativos son el fútbol playero y el Vóleibol, aunque existen otros que tienen el mismo nivel de representatividad o aceptación pero por su particularidad en los recursos que deben de tener no son aun tan representativo en la zona.

Respecto a las estrategias para gerenciar estas actividades deportiva para fortalecer el turismo en el destino hay que fundamentar dos momentos, los mismos están dado por un análisis de correlación entre la encuesta aplicada al segmento de mercado de la ciudad de Bahía de Caráquez y sobre el estudio realizado por expertos sobre las actividades turísticas que se realizan con frecuencia en determinados atractivos existente en la zona, para esto se muestra una tabla de proyección de actividad deportiva, la cual se muestra a continuación.

Tabla 2. Proyecciones de las actividades deportivas en el destino

ACTIVIDAD DEPORTIVA	ATRACTIVO	TIEMPO/ESTACIONALIDAD DEPORTIVA
Surf	Playa	Meses: Mayo y Septiembre
Fútbol playero	Playa	Todo el año
Pesca deportiva	Playa	Según tabla de mareas
Balsaje	Playa, estuario del río Chone	Verano: mayo a junio

Senderismo	Reserva Ecológica Cerro Seco	Meses : Mayo a Junio y de Septiembre a Diciembre
Ciclismo	Cerro Seco, ciclopaseos	Verano: mayo a junio
Vóleibol	Playa del litoral	Todo el año
Kayak	Playa y estuario rio Chone	Verano: mayo a junio
Camping	Bosques(Sitios naturales)	Verano: mayo a junio

Dentro de las actividades antes mencionadas y sus proyecciones es importante argumentar sobre el desarrollo de una Rutas Ciclistas desde el criterio de especialista es una actividad deportiva que toma fuerzas a nivel mundial por no ser solo un deporte sino por formar parte de una actividad de salud. El cicloturismo es muy dinámico ya que se trata de poder hacer diferentes rutas en todas sus formas en cuanto a dificultad de terreno-distancia, puede ser tanto como un ciclopaseo por la ciudad, una ruta en carretera o descenso en una montaña. También es importante resaltar que un turista puede tanto hacer un viaje en bicicleta a larga distancia por varios días de manera independiente o también por contrato a una operadora de turismo local.

Dentro de las rutas ciclística están como propuestas las siguientes: Ruta City Bike tour, Ruta Ciclovía Bahía – Canoa, Ruta Bosque Cerro Seco, Ruta playa Chirije, Ruta La Fortuna y Ruta Las fragatas, cada una de estas como estrategia de reactivación turísticas y no solo como una actividad deportiva sino también recreativa e informativa.

ESTRATEGIAS PARA GERENCIAR PRODUCTO TURISTICOS

Según los resultados anteriores las estrategias que desde criterio de experto, sobre estudios del estado del arte y sobre la técnica de observación realizada se pueden enunciar entre las principales estrategias las siguientes:

Estrategia de Posicionamiento: De acuerdo a las actividades según resultados de los instrumentos realizar estrategias de alianza con entidades públicas y privadas como auspiciantes para desarrollar actividades según atractivo turístico existente en la zona.

Las estrategias de persuasión publicitarias: Desde una perspectiva amplia, podemos decir que la persuasión forma parte de la comunicación humana, pues, incluso, en los procesos de diálogo, los interlocutores intentan convencerse entre sí de sus argumentos. Sucede, no obstante, que este término en el ámbito publicitario adquiere unos significados particulares. Para unas definiciones más específicas podemos acudir a distintos autores que pueden ilustrarnos acerca de este término.

Estrategias de crecimiento en la entidad deportiva. La estrategias de crecimiento proporcionan un margen de actuación que les da la opción de dirigir su crecimiento en una dirección determinada que ha de ser la más conveniente para el futuro de la entidad como empresa, pero a su vez exige un amplio conocimiento de su realidad y una madurez en cuanto al negocio en el que está establecida.

Estrategia de Diversificación. El objetivo de la estrategia de diversificación es conseguir que el mercado de clientes sobre el que actuamos no sea la única fuente de sustento, y de esta forma, reducir la posible afectación de un mercado concreto o de un producto o servicio en especial

CONCLUSION.

Los resultados de la encuesta aplicada y de la matriz aplicada por experto permitieron realizar un análisis correlativo donde demuestra que toda actividad deportiva se puede gerenciar como un producto turístico para fortalecer la sostenibilidad del turismo en el destino Sucre-san Vicente.

La existencia un total de 51 atractivos turísticos en el destino donde el 56% de estos atractivos los representan por su categoría sitios naturales demostrando que estas actividades deportivas podrán desarrollarse satisfactoriamente.

Fortalecer la actividad de ciclismo permitirá desarrollar varios productos turísticos en todo el destino y todo el año por sus especificaciones de ciclismo de montañas y ciclismo de rutas.

RECOMENDACIÓN.

Realizar estrategia de alianzas con empresas deportivas para fortalecer la actividad deportiva en la zona del destino turístico Sucre-San Vicente.

Realizar programas publicitarios sobre las actividades deportivas con la finalidad de darla a conocer en sectores regionales y nacionales.

Socializar con gobiernos de Sucre y San Vicente el estudio realizado para fortalecer la actividad turística en la zona.

BIBLIOGRAFIA.

- Arboleda, J. R. (s.f.). Facultad de Estudios Ambientales y Rurales -T.
- Boullon. (2003). *Proyecto de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y*.
- Clavijo. (Diciembre de 2012). *Repositorio UTE*. Obtenido de Repositorio UTE: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1677/1/51585_1.pdf
- Deporte, Z. (2009- 2010). *INFORME DE JUVENTUD*, 3.
- Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo. (s.f.). *INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE*, pág. 2.
- Gallegos. (2007). LAS ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS EN LA NATURALEZA Y LA INDUSTRIA TURÍSTICA. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte vol. 7*, 111-127 .
- López. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*.
- Martínez. (2004). Metodos de Muestreo. *Ciencia UANL*, 121-123.
- Middleton, M. &, & Marysela, M. C. (2004). Turismo y producto turístico. 150.
- Ojeda Garcia, C. D., & Mármol Sinclair, P. (2012). *Marketing Turistico*. Madrid, España: Paranfino, S.A.
- Oliviera. (1995). La crisis de la modernidad y el advenimiento de la posmodernidad: el deporte y las prácticas físicas alternativas en el tiempo de ocio activo. *Apunts, Educación Física y Deportes*, 10-29.
- PAMELA, B. S. (2015-2016). *Proyecto de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y*, 21.
- PAMELA, B. S. (2016). Proyecto de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y. 23.
- Peláez, M. E. (Octubre de 2009). El deporte como producto turístico. *Revista Digital - Buenos Aires -*, N° 137 .
- Pereira, A. L. (2003). Siglo XXI: nuevos valores, nuevas profesiones. Una perspectiva del ocio deportivo en la naturaleza integrado en el turismo. *Lecturas Educación Física y Deportes, Revista Digital* , 3.
- Ramires, V. R. (2004). El impacto de la actividad física y el deporte sobre la salud, la cognición, la socialización y el rendimiento académico: una revisión teórica. *Revista de Estudios Sociales SciElo*.
- Ramírez, C. (. (2006)).
- SUCRE, G. (s.f.). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed: [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Sucre_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Sucre_(Ecuador))

CAPÍTULO II

TURISMO

Desarrollo turístico, cultural y divulgación de la producción del conocimiento

“Un problema bien planteado
constituye la mitad de la solución”
RUSSELL A CKOFF

."

CAPACITACIÓN DE LOS SERVIDORES TURÍSTICOS PARA MEJORAR EL SERVICIO EN BAHÍA DE CARAQUEZ

AUTORES:

Baquerizo Quiñones Cindy Lorena
e1723611891@live.ulead.edu.ec
Briones Vélez Gema Monserrate
e1316820156@live.ulead.edu.ec
Mogro Zambrano Cecilio Moisés
e1314148683@live.ulead.edu.ec
Villota Olmedo Alina
e0850415928@live.ulead.edu.ec
Manzaba Zambrano Nury
e1314920867@live.ulead.edu.ec
Sánchez Rúaes Romina
e0803742972@64ulead.edu.ec

TUTORES:

Lilia Moncerrate Villacis Zambrano PhD
lilia.villacis@ulead.edu.ec
Mgs. Leyla Vanezza Jácome Villacrés, Mg.
leyla.jacome@ulead.edu

RESUMEN

La investigación acerca de los servidores turísticos, demostró que de acuerdo al diseño metodológico usado, ellos deben ser instruidos con el propósito de pulir y actualizar los conocimientos técnicos y destrezas, de tal manera que genere calidad en el servicio que ofrece puesto que su principal y único objetivo es de satisfacer al cliente con las atenciones dadas. Los operadores de servicio, quienes por falta de conocimiento e interés por capacitarse ofrecen un servicio deficiente que por obviedad no alcanza a cumplir con los objetivos planteados. Sumado a ello está la falta de intervención por parte del Estado, quien debió ser el encargado, por obligación de capacitar anualmente a sus servidores públicos; siendo que, uno de las metas a alcanzar la promulgación del potencial turístico del país.

Palabras claves: Capacitación, servidores, turismo.

SUMARY

The research about tourism servers, showed that according to the methodological design used, these should be instructed with the purpose of polishing and updating the technical knowledge and skills, in such a way that it is quality in the service offered since its main

and unique objective is to satisfy the customer with the attention given. Service operators, who for lack of knowledge and interest in training, offer a poor service that obviously does not meet the objectives set. Added to this is the lack of intervention on the part of the State, who must have been in charge of it, due to the obligation to annually train its public servants; being, one of the goals to achieve the promulgation of the country's tourism potential.

Keywords: Tourism, servers, training.

INTRODUCCION

El motivo del presente tema cuya orientación es dada por los docentes de nuestra institución, en donde el interés de tal proyecto permite orientar por medio de capacitaciones hacia los servidores turísticos; concentrándose en hallar la mejoría de los servicios dados a nivel nacional, que son de cuantiosa ayuda y necesidad para la consolidación de nuestro país y su promoción turística.

El turismo ha empezado a ser a ser parte de un factor estratégico por su predominio económico, social y ambiental, lo que le ha otorgado un importante papel en el desarrollo del país. El sector turístico se ha convertido en una fuente generadora de empleo cuya actividad es de gran importancia dentro de la industria del Servicio, el cual a la vez, es un elemento diferenciador esencial para la actividad turística, que se ve reflejado en la calidad de atención al cliente como una obligación por parte de los prestadores de los servicios turísticos.

Nos encontramos dentro de un eslabón perteneciente al siglo XXI en el cual somos intermediarios del empleo de estos servicios, los cuales podemos considerar como atributos, y dentro de un sistema económico, somos la demanda ante estos servicios, que cuando tendemos a elegir nuestro tour a un lugar siempre planeamos meticulosamente los intermediarios que serán de ayuda.

La actividad turística se basa en direccionar, controlar e impulsar un destino y que mejor manera que a partir de factores los cuales demuestras que cada turista busca los mejores servicios de calidad en distintos ejes en los cuales los servidores turísticos deben ejecutar, se estipula de que dentro de nuestro país carecemos de grandes servicios de atención al cliente solo que no los ofrecemos como deberíamos proponer una verídica información hacia los turistas. Ecuador busca estar como potencia dentro de las actividades turísticas en la cual para esto debe de estar implicada de procesos para ello debe empezar desde los pequeños detalles los cuales son de suma importancia, la calidad es un tema prioritario en nuestro país en donde se busca en cada uno de sus destinos brindar experiencias y bienes de calidad hacia los turistas nacionales y extranjeros (pulsoturistico, 2018)

Para ello se debe tener en cuenta en cómo enfocarse por estos factores de incidencia de tipo prioritaria ya que los turistas son el principal motor dentro de esta actividad.

“En el medio turístico, aunque es verdad que el cliente interactúa con instalaciones de hotel, medios de transporte, alimentos, etc., que son considerados bienes físicos, es mucho más importante el servicio que se recibe por parte de los empleados con los que se tiene trato directo durante el viaje. Por esto, muchas empresas turísticas ponen especial énfasis en la capacitación hacia sus trabajadores para poder ofrecer la mejor experiencia al cliente”. (ENTORNO TURISTICO , 2018)

Esto demuestra en como la relación entre cliente y servidor es indispensable, para esto en el medio turístico actual se estipula en ciertas irregularidades por parte de estos servidores, los cuales no poseen de antemano llevar los distintos permisos y regulaciones establecidas como es el caso de taxistas los cuales al momento de dar transporte siempre deben llevar mediadas tales como identificación (nombre, número de matrícula y su cámara de seguridad), esto no se encuentran en todos los vehículos además en ciertas

ocasiones se infringen pérdidas de pertenencia del cliente lo cual es algo común que quien brinda el servicio debe asegurarse de que no se encuentre ninguna pertenencia para así evitar problemas de eficacia y calidad.

Los servidores turísticos son aquellos que ofrecen productos y/o servicios implicados en el eje de dicho sector. Las personas juegan un papel importante en los procesos de servicio. A partir del mantenimiento y la atención al cliente, conocido en este caso como turista, es en donde constituye un papel primordial ya que es quien mantiene la comunicación y/o relación —el factor humano—, que va de la mano con el manejo de los servicios dados los cuales pueden fluctuar dependiendo de cómo se los imparte. (Jenytsel, 16). Dentro del sector turístico los establecimientos de alojamiento y alimentación se encuentran en un escenario caracterizado por la competitividad de los servicios que se ofrece al turista. Por lo que la presta de servicios de calidad es uno de los ejes principales que hace selectivo a un lugar.

Para alcanzar los objetivos, el camino a seguir es la calidad, y la manera de conseguir una mejor calidad es mejorando el producto y la educación en el servicio. García, 2001.

“La capacitación es el conjunto de medios que se organizan de acuerdo a un plan para lograr que un individuo o grupo adquiera destrezas, valores o conocimientos técnicos. Todo esto es fundamental en el ámbito profesional, ya que por medio de estos elementos se logra un factor de diferenciación ante la competencia”. Samanta Parra, 2016.

El perfil de un profesional de turismo junto a los servidores denota en que el valor de calidad junto a factores de demanda depende en parte de cómo se beneficie el cliente. Es decir por medio de valores, ética, disciplina, compromiso que, junto a la política profesional genere en los agentes turísticos un cambio que impacte de manera positiva.

“Veyra (Jenytsel, 16), manifiesta que de acuerdo a su contemplación, un servidor, independientemente del sector en que se encuentre, debe poseer un espíritu de sacrificios y entrega, causando el bien común”. Debe ser dueño de una actitud cooperativa, participativa y atenta y, adjunto a esto, brindar el respectivo servicio independientemente del momento. Se describe al “servicio “como una actitud de vida, es el dar para facilitar el cumplimiento de un proceso. De esta forma, mediante el trabajo en conjunto, según observa Veyra, se eleva la calidad humana; el factor humano es imprescindible en cualquier relación hablando profesionalmente entre cliente y servidor. Esta calidad empieza en el cambio de valores, ética disciplina, orden, limpieza y puntualidad.

El capacitar a los servidores turísticos o prestamistas de servicio, tiene como principal y único objetivo, según el aspecto en ventas, Álvaro Arismendi, es hacer que el cliente se vaya satisfecho con las atenciones dadas.

“Según Diego Guacán, operador de la agencia turística, Pasaport Travel Agency, es necesario que los servidores turísticos deban recibir capacitaciones anuales con la intención de pulir sus habilidades y desarrollar la pericia necesaria para sobrellevar cualquier posible dificultad”.

Con la preparación se estima que, a más de adiestrar a los aparadores turísticos, sea cual fuera su sector de trabajo, se actualicen sus conocimientos técnicos, puesto que, en base a Álvaro Guzella, socio director del Blog Falconi, de la revista Súper Varaje, es necesaria la búsqueda continua de nuevos métodos e ideas que orienten a obtener los mejores resultados posibles.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se llevó a cabo una encuesta realizada a una muestra de 42 personas, de las cuales un 25% de los evaluados fueron individuos residentes de la zona, un 35% se realizó a operadores de servicios complementarios como taxistas o choferes de autobuses y el

porcentaje restante vario entre no residentes y turistas nacionales; de un total de población de 22.000 pobladores de la parroquia Leónidas Plaza.

Con un total de 23 participantes femeninos y 19 masculinos. La encuesta constó de veintisiete preguntas dirigidas a proyectar resultados basados en las vivencias obtenidas por parte de los consumidores, durante un lapso de siete días. Las herramientas utilizadas fueron fuentes confiables del internet y los conocimientos impartidos por el guía turístico Diego Guacán.

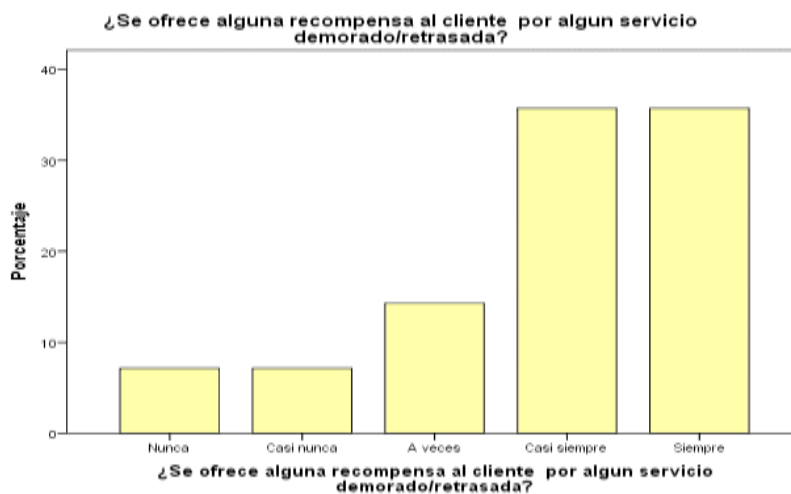
La tabulación de los datos obtenidos fue estudiada y analizada mediante un programa SPS, el cual reflejo en gráficos las estadísticas obtenidas.

RESULTADOS

(Tabla de datos estadísticos N.1)

¿Se ofrece alguna recompensa al cliente por algún servicio demorado/retrasado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	7,1	7,1
	Casi nunca	3	7,1	14,3
	A veces	6	14,3	28,6
	Casi siempre	15	35,7	64,3
	Siempre	15	35,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0



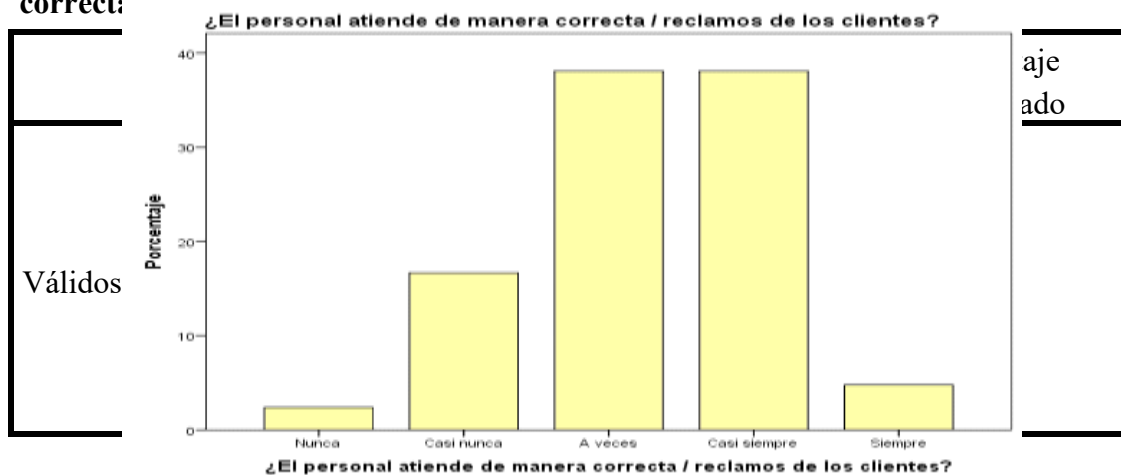
Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes segundo semestre de turismo

Esta pregunta refleja que los servidores turísticos si ofrecen en su mayoría recompensa a los clientes cuando se cometen errores de atención o demoras de entrega de lo solicitado. De este modo están cuidando la perennizarían de sus clientes, como lo indica: (Baumann, 2005) “Los clientes fieles generan más ingresos que los clientes esporádicos u oportunistas”.

(Tabla de datos estadísticos N.2)

¿El personal que atiende al cliente responde las consultas del cliente de manera correcta?



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes segundo semestre de turismo

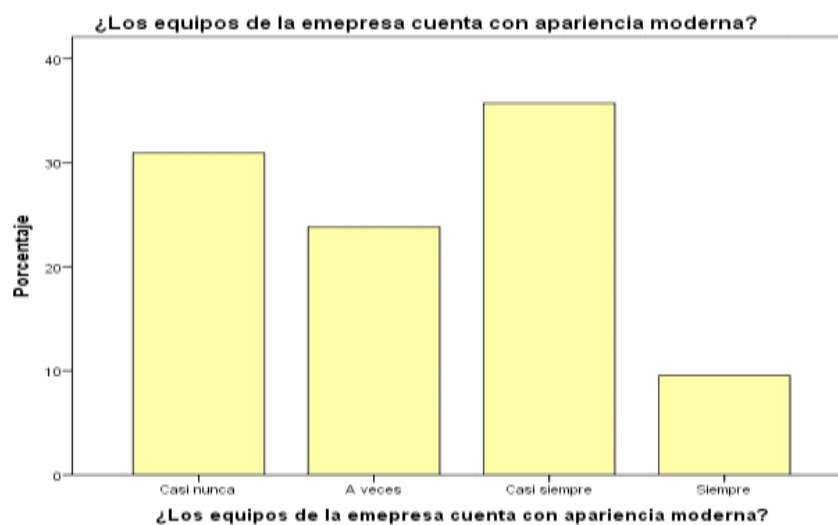
En esta pregunta se refleja la mala comunicación que es resultado de no prestar atención cuando el cliente está hablando y expresando su necesidad o inconformidad, como lo indica el portal de internet (negocios, 2016): “El empleado debe dejar lo que está haciendo para **interesarse en el cliente**”.

(Tabla de datos estadísticos N.3)

¿Los equipos de la empresa cuentan con apariencia moderna?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	13	31,0	31,0	31,0
A veces	10	23,8	23,8	54,8
Casi siempre	15	35,7	35,7	90,5
Siempre	4	9,5	9,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Válidos



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes segundo semestre de turismo

En esta pregunta realizada refleja que lastimosamente que no todos se preocupan por renovar sus equipos de hacer nuevas adquisiciones para dar una mejor presentación a los turistas debido a la falta de liquidez.

Una vez ya planteada la tabulación en gráficos de barras podemos observar que existen un tipo de medida central la cual abarca la moda en donde aporta de que las encuestas las cuales fueron aplicadas en diversos sectores de servicios complementarios : Turistas, taxistas, hoteles, personas en donde el cliente siempre busca el mejor servicio. En cuanto a los servicios hoteleros estos no son medidos en cuanto a fiabilidad de volver al lugar visitado mas no quiere decir que el cliente no disponga a volver a visitar y adquirir el servicio respectivo.

DISCUSIÓN

La tabulación de datos estadísticos permite denotar que los resultados obtenidos son más elocuentes en base al tema y las variables planteadas que en las medidas de tendencia central están demostrando que se debe dar un mayor servicio además que la competitividad y la inclusión de nuevos equipos juegan un papel importante en la prestación de los servicios.

Los datos obtenidos de la encuesta realizada indican que se debe dar una mayor calidad de asistencia, puesto que los visitantes no están conformes con el servicio brindado. Adjunto a esto, los resultados son de clara evidencia ante la falta de preparación por parte de los operadores y las prestaciones respectivas, de los sectores sean estos públicos o privados. Ninguna de las partes ha sabido satisfacer las demandas de los consumidores. . De acuerdo a la investigación presente, es de suma relevancia la calidad en todo trabajo a realizar o servicio a prestar. Es necesario una base sólida de conocimiento básico que promueva y sustente el profesionalismo que toda labor implica, consolidando al sector terciario como uno de los pilares esenciales , para obtener una buena acogida turística. Dentro del eje turístico, es relevante que las personas aprovechen de los bienes físicos en comparación con la calidad.

CONCLUSIONES

En base a este artículo y sus variables las cuales al ser establecidas y esclarecidas por lo cual a modo de conclusión Se busca vincular a la industria turística para que impulsen la inscripción del personal de sus empresas en los procesos de capacitación en competencias laborales y se trabaje conjuntamente en la mejora de la calidad de los servicios turísticos.

RECOMENDACIONES

Mayor participación por parte de los servidores debido a que el sector publico fomenta de manera presencial y virtual la capacitación, también el mejoramiento de los implementos de servicio hacia los turistas los cuales reflejan la calidad y el cuidado del operador.

Referencias

Baumann, B. y. (2005).

ENTORNO TURISTICO . (18 de Julio de 2018). *ENTORNO TURISTICO HABLEMOS DE TURISMO*. Obtenido de Características de los servidores turísticos:
<https://www.entornoturistico.com/caracteristicas-de-los-servicios>

Guacán, D. (20019). Obtenido de Pasaport Travel Agency. .

Guzella., Á. (24 de julio de 2016). https://www.falconi.com/flcn_articles/conocimiento-tecnico-para-obtener-resultados/.

<https://definicion.de/servicios-turisticos/>. (2019). <https://definicion.de/servicios-turisticos/>.

Jenytsel, D. (2012 de Junio de 16). *Servidor Turístico*. Obtenido de Servidor Turístico: <https://servidorturistico.blogspot.com/2012/06/servidor-turistico.html?m=1>

Ministerio de Turismo. (25 de Septiembre de 2018). *Ecuador ama la vida*. Obtenido de Ecuador ama la vida: <http://servicios.turismo.gob.ec/>

negocios, B. (2016). Obtenido de <https://www.buenosnegocios.com/10-claves-la-atencion-al-cliente-n423>.

Pérez Porto, J., & Gardey., A. (2016). *Definición De*. Obtenido de DEFINICION DE SERVIDORES TURISTICOS: Definición de servicios turísticos (<https://definicion.de/servicios-turisticos/>)

pulsoturistico. (13 de Febrero de 2018). *pulsoturístico Turismo+Sostenibilidad*. Obtenido de Ecuador busca mejorar la calidad en sus servicios turísticos: http://www.pulsoturistico.com.ar/mas_informacion.asp?id=11025&titulo=Ecuador-busca-mejorar-la-calidad-en-sus-servicios-turisticos

Turismo, M. d. (5 de mayo de 2015). Ámbitos de las capacitaciones. Obtenido de: <https://www.turismo.gob.ec/arranco-el-plan-nacional-de-capacitacion-turistica/>.

DIFICULTADES DE LA COMPRENSIÓN LECTORA CRÍTICA EN EL ÁREA TURÍSTICA

AUTORES:

Alcívar Zambrano Mayerly Larisa
e1315865913@live.ulead.edu.ec
Amaguaña Criollo Camila Alexandra
e1725343618@live.ulead.edu.ec
Rodríguez loor Melanie Lorena
e1314860220@live.ulead.edu.ec
Saltos Zamora Marlene Catalina
e1313453498@live.ulead.edu.ec
Ortega Manzaba Edisson Javier
e1315142263@live.ulead.edu.ec

TUTORA:

Lilia Villacís Zambrano. PhD
lilia.villacis@uleam.edu.ec
Jorge Armando Muñoz Chávez, Mg.
jamch2010@gmail.com

RESUMEN:

La comprensión lectora es uno de los fenómenos mentales más complejos especialmente para los estudiantes, en los últimos años se han realizado investigaciones con el fin de ayudar a los alumnos en sus dificultades para la comprensión de lectura crítica, en esta ocasión este artículo va dirigido al tema turístico, muchas veces existe complejidad del vocabulario que entorpece el trabajo o actividad que se esté llevando a cabo y más aún si nos estamos expresando al frente de personas que visitan nuestra localidad. La lectura nos ayuda a tener un mejor léxico, y de esta forma tener mejores ideas, la propiedad de un vocabulario amplio, rico e interconectado en el cual realizamos una buena argumentación, ensayos, resúmenes. Gracias a esto podemos tener mejor habilidades al momento de interpretar algún texto contando con esa facilidad.

El siguiente artículo referente a las dificultades en la comprensión de la lectura crítica del texto tiene como objetivo conocer las falencias que existen al momento de comprender o dar un análisis de alguna lectura, especialmente en el ámbito turístico, y de qué manera influye en el área turística. Se utilizó el método cuantitativo y cualitativo, se utilizó el software SPSS21 que nos permitió tabular datos obtenidos mediante las encuestas que se realizó a la población estudiantil. Dando como resultado negativo poco interés en analizar una lectura, buscar significados de términos desconocidos, o el empleo de un buen léxico al momento de exponer o hablar al público. Este trabajo fue muy importante porque se pudo constatar las grandes falencias que tienen los estudiantes al momento de comprender una lectura.

Palabras Claves: Conocimiento, Lectura, interacción.

SUMMARY

Reading comprehension is one of the most complex mental phenomena especially for students, in recent years research has been conducted to help students in their difficulties to understand critical reading, this time this article is aimed at tourist topic, often there is complexity of the vocabulary that hinders the work or activity that is taking place and even more if we are expressing ourselves in front of people who visit our town. The reading helps us to have a better lexicon, and in this way to have better ideas, the property

of a broad, rich and interconnected vocabulary in which we make a good argument, essays, summaries. Thanks to this we can have better skills when interpreting some text counting with that facility.

The following article referring to the difficulties in understanding the critical reading of the text aims to know the flaws that exist when understanding or giving an analysis of some reading, especially in the tourism field, and how it influences the area tour. The quantitative and qualitative method was used, the SPSS21 software was used, which allowed us to tabulate data obtained through the surveys that were conducted on the student population. Given as a negative result, little interest in analyzing a reading, looking for meanings of unknown terms, or the use of a good lexicon when exposing or speaking to the public. This work was very important because it was possible to confirm the great flaws that students have when they understand a reading.

Key words: Knowledge, Reading, Interaction.

INTRODUCCIÓN:

En el siguiente tema referentes a las Dificultades en la comprensión de la lectura crítica en el área turística. Es importante porque nos permite conocer las falencias que tiene la población estudiantil al momento de emitir una opinión crítica del texto.

(Balmes, 2002) “Se ha de leer mucho, pero no muchos libros, esta es una regla excelente. La lectura es como, el alimento, el provecho no está en proporción de lo que se come, sino de lo que se digiere”

La comprensión de la lectura hace referencia a que no importa la cantidad sino la calidad de la lectura, se debe saber seleccionar la lectura correcta, no leer por leer o por obligación, deben comprender lo que leen, leer rápidamente no aporta porque se debe ser ágil mas no rápido, si no pueden reconocer el contenido, propósito y sentido global no podrán comprender la lectura.

Para (Silva, 2009) “Aunque la teoría predominante para explicar las dificultades de comprensión lectora ha sido el déficit en la decodificación fluida de la lectura, en la actualidad se sabe que hay personas que decodifican de manera automática y tienen una lectura fluida y sin embargo no comprenden lo que leen”.

En la comprensión lectora el déficit ha sido extendido en varios factores sociales entre la humanidad actual ya carecen de una lectura fluida y no llegan a receptor el contenido textual.

(Arancibia, 2016) La comprensión lectora es un proceso constructivo y de interacción entre un lector -con sus expectativas y conocimientos previos- y un texto -con su estructura y contenidos-, en el cual a través de la lectura, se construyen nuevos significados. Para Aldo Montenegro, académico de la Universidad Finis Terrae se puede hablar de comprensión lectora cuando el que desarrolla esta habilidad “puede extraer y construir el significado de textos escritos, no solo a nivel literal sino que además puede interpretar lo que lee”.

(MX, 2014) La lectura crítica es la lectura realizada de un modo analítico. Esto significa que además de comprender los que se dice en un texto determinado, se intentará analizar lo expresado para verificar sus aciertos, sus errores y los modos en que se presenta la información.

(Raffino, 2018) Una inferencia es una deducción: un razonamiento en el que se extraen conclusiones no explícitas de un conjunto de premisas, conduciendo así a un nuevo resultado. Toda inferencia se basa en una evaluación mental, en la que se cotejan diversos elementos de las premisas evaluadas en abstracto y se logra trazar una implicación lógica entre éstas y una conclusión determinada.

(Significados.com, 2019) La lectura crítica se puede emplear como una técnica de análisis de contenido que se puede desarrollar haciendo una primera lectura de exploración, una segunda lectura de comprensión y una lectura final para verificar la comprensión del contenido. Es una evaluación del texto en la cual el lector valora el contenido, toma en cuenta el uso del lenguaje, el cual debe ser claro y comprensible y, analiza la relación del texto con otros que traten el mismo tema.

(Suarez Muñoz, 2014) La comprensión lectora puede definirse como el entendimiento del significado de un texto y de la intencionalidad del autor al escribirlo por parte de quien lo lee. Existen diversos tipos de comprensión lectora, que varían según la maduración y edad del lector, y las diversas estrategias y recursos que pone en marcha a la hora de enfrentarse a un texto. De esta manera, se puede hablar de comprensión literal, Comprensión interpretativa, comprensión evaluativa y comprensión apreciativa, siendo la primera la más elemental y la última la que correspondería a un lector adulto y experto.

MATERIALES Y MÉTODOS:

Si bien se pueden identificar distintos métodos y tipos de lectura, que varían de acuerdo con el soporte material de la información y a los propósitos que motivan la actividad lectora, en general, el proceso lector consta de tres pasos: La visualización: Visualmente la lectura no es una simple exploración continua del texto, sino una sucesión de imágenes, cada una de las cuales fija visualmente un conjunto de letras cada 25 milisegundos aproximadamente. La fonación: se podría decir que la información pasa de la vista al habla. Y la audición: La información pasa del habla al oído. Se utilizan como instrumentos una encuesta que pretende conocer la opinión de los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro Extensión Bahía de Caráquez, si ellos emplean métodos y técnicas sobre una verdadera lectura crítica, en esta caso el trabajo realizado se utilizó el método cuantitativo y cualitativo, la población fue de 435 estudiantes, se extrajo una muestra de 50 estudiantes, para lo cual se utilizó, el software SPSS 21, realizamos el trabajo a través de encuestas cada una contaba de 9 preguntas, las cuales tenían 3 escalas: sí, no, con frecuencia. A esto se puede adjuntar que fue una información descriptiva.

RESULTADOS

¿AL FINALIZAR UNA LECTURA USTED DA UNA OPINION CRITICA DEL TEXTO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
5,00	1	33,3	33,3	33,3
9,00	1	33,3	33,3	66,7
Válidos 36,0	1	33,3	33,3	100,0
0				
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la ciudad Bahía de Caráquez

Realizado: Estudiantes del primer año de turismo.

Análisis: Se evidencia que un 36% de personas son capaces de omitir una opinión crítica del texto, mientras que el 9 % tienen dificultades para emitir una opinión crítica del texto y el 5% no logra omitir ninguna opinión crítica del texto. **Interpretación:** según los resultados de la encuesta la mayoría de la población son capaces de omitir una opinión crítica del texto, y resto de la población tienen dificultades para emitir una opinión crítica.

¿LUEGO DE UNA LECTURA USTED CONSULTA TERMINOS DESCONOCIDOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	10,00	1	33,3	33,3
	18,00	1	33,3	66,7
	22,00	1	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la ciudad Bahía de Caráquez

Realizado: Estudiantes del primer año de turismo.

Realizado por los estudiantes de primero de "Turismo".

Análisis Se evidencia que un 22% de personas son capaces de buscar términos desconocidos al finalizar una lectura, mientras que el 18% prefiere no consultar términos desconocidos y el 10% frecuentemente busca términos desconocidos al momento de finalizar una lectura..

¿AL MOMENTO DE UNA EXPOSICION CREE QUE UTILIZA USTED UN VOCABULARIO APROPIADO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	8,00	1	33,3	33,3
	9,00	1	33,3	66,7
	33,00	1	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la ciudad Bahía de Caráquez

Realizado: Estudiantes del primer año de turismo.

Análisis: Se evidencia que el 33% de personas al momento de realizar una exposición utiliza un buen vocabulario y el 9% no utiliza un vocabulario apropiado mientras el 8% frecuentemente hacen una buena exposición.

¿CREE USTED QUE ES NECESARIO IMPLEMENTAR TECNICAS ACTIVAS PARA MEJORAR LA COMPRESION LECTORA Y DESARROLLAR EL RAZONAMIENTO LOGICO VERBAL?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	6,00	1	33,3	33,3
	11,00	1	33,3	66,7
	33,00	1	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Habitantes de la ciudad Bahía de Caráquez

Realizado: Estudiantes del primer año de turismo.

Análisis: Se evidencia que el 33% de las personas son capaces de implementar técnicas activas para una buena comprensión lectora, mientras que el 11% no son capaces de implementar técnicas activas, y el 6% frecuentemente implementan estas técnicas.

DISCUSIÓN.

Es muy común entre los estudiantes el uso de técnicas tradicionales de la lectura entre las que se identifican el subrayado y el resaltado que son las más fáciles de aplicar por parte

de los estudiantes resaltar y resumir son dos técnicas sencillas que aplicadas al proceso de la lectura le permite a los estudiantes interpretar de forma sencilla el contenido de un texto.

Un importante porcentaje de estudiantes presentan problemas de comprensión lectora, se debe ejercitar de manera continua la práctica de la lectura, limitándose su capacidad para el razonamiento y el análisis de los textos literarios. La calidad de la lectura es cada vez más deficiente en los estudiantes y son cada vez menos las personas que implementan técnicas activas para una buena comprensión de su lectura. Obteniendo como resultado un bajo porcentaje en las respuestas del cuestionario aplicado, del mismo modo se evidencia el poco interés en búsqueda de significados o sinónimos en palabras desconocidas al finalizar una lectura, ni mucho menos capaces de omitir una opinión crítica del texto empleado.

CONCLUSION

La enseñanza de la lectura es una actividad que no solo debe ser cultivada en la escuela, se requiere que este hábito sea estimulado de manera constante desde el hogar para lograr que el estudiante lo convierta en una práctica diaria de su vida común. Los estudiantes a veces intervienen en las clases impartidas por los docentes, se requiere el uso de adecuadas estrategias metodológicas para motivarlos a que participen activamente en su propio aprendizaje. En este caso al dirigirse a un público turístico, extranjero, proveniente de otra localidad o cultura hay que ser minucioso a la hora de expresarnos y comprender cualquier lectura o conversación, ya que es influye en gran magnitud a nivel de visitantes a nuestra localidad.

RECOMENDACIONES

Las personas al momento de leer deberían realizar una síntesis ya sea escrito o verbal acerca de lo que leen. Así mismo al finalizar una lectura es muy importante que los lectores reserven una opinión crítica, siempre y cuando esta sea utilizada con un léxico correcto y adecuado según el lugar al que va hacer dirigida. Tener en cuenta al momento de finalizar una lectura se tiene que recopilar ideas principales para comprender el texto.

BIBLIOGRAFÍA

- Arancibia, K. (11 de febrero de 2016). *EducarChile*. Obtenido de <http://ww2.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?GUID=9fd5370f-db18-4fc0-9d06-b326e453d221&ID=229643&PT=35&FMT=6727>
- Balmes. (2002). *servicios educam* . Obtenido de http://servicios.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/154/citas_lectura.pdf
- Cooper. (1991). *procesos de lectura*. mexico: opic.
- MX, D. (2014). Resultados para Lectura Crítica. *Definición MX*. Obtenido de <https://definicion.mx/?s=Lectura%20Cr%C3%ADtica>
- Raffino, M. E. (16 de noviembre de 2018). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/lectura-critica/>
- Significados.com. (28 de junio de 2019). *Lectura Critica* . Obtenido de <https://www.significados.com/lectura-critica/>
- Silva, C. (2009). Comprension lectora. *revista mexicana de orientacion educativa*, 51-70.

Suarez Muñoz, A. (10 de febrero de 2014). *Diccionario Digital de Nuevas Formas de Lectura y Escritura*. Obtenido de <http://dinle.usal.es/searchword.php?valor=Comprensi%C3%B3n%20lectora>

ANÁLISIS DE LA CONTAMINACIÓN DE LA ISLA CORAZÓN Y SU INCIDENCIA EN LAS ACTIVIDADES TURISTICAS

AUTORES

Cesar Luis Álvarez Véliz
e1309999454@live.uleam.edu.ec
Cecilio Moisés Mogro Zambrano
e1314148683@live.uleam.edu.ec
Darwin Humberto Centeno Morales
e1314087568@live.uleam.edu.ec

TUTORES

William Renán Meneses Pantoja, Mg.
william.pantoja@uleam.edu.ec
Lilia Moncerrate Villacis Zambrano PhD.
lilia.villacis@uleam.edu.ec

RESUMEN

Debido al alto impacto que está generando el sector acuicultor, la agricultura y ganadería en el bosque de manglar, ha reducido considerablemente por causas como es: la deforestación, la tala indiscriminada del manglar y por ende la desaparición de especies que utilizan la Isla Corazón como hogar.

La presente investigación tiene como objetivo concienciar y reducir la contaminación de la misma ya que está creando un gran impacto contaminante generando daño y pérdida de algunas especies debido a esta problemática.

Uno de los impactos más significativos de manera negativa que afronta “El Refugio de vida silvestre Isla Corazón y fragatas” es el derrame de hidrocarburos, agentes químicos utilizados en la acuicultura y agricultura efecto dañino en subsistemas: manglar, océano, especies marinas, microorganismos (aeróbicos y anaeróbicos), suelo y fauna.

El presente trabajo ofrece una discusión de la información sobre la contaminación de manglares por derrames de hidrocarburos, pesticidas, plaguicidas y desechos sólidos como el vidrio y el plástico en “El Refugio de vida silvestre Isla Corazón y fragatas”

Así mismo busca una respuesta a corto, mediano y largo plazo.

Debido a la importancia biológica y turística de esta zona es necesario realizar un plan de manejo turístico sustentable y actualizado que permita y desarrollo de la actividad turística y así mismo informar los daños que se le está ocasionando a este lugar mismo que involucre la participación de la comunidad para que contribuyan a la biodiversidad de tan importante ecosistema

Palabras clave: análisis, contaminación, actividades, turísticas

ABSTRACT

Due to the high impact that the aquaculture sector is generating, agriculture and livestock in the mangrove forest has been considerably reduced due to causes such as: deforestation, indiscriminate cutting of the mangrove and, therefore, the disappearance of species that use Islam heart as home.

The objective of this research is to raise awareness and reduce the contamination of the same, since it is creating a great contaminating impact generating damage and loss of some species due to this problem.

One of the most significant negative impacts facing "The Heart Island and Frigates Wildlife Refuge" is the spill of hydrocarbons, chemical agents used in aquaculture and

agriculture harmful effect on subsystems: mangrove, ocean, marine species, microorganisms (aerobic and anaerobic), soil and fauna.

The present work offers a discussion of the information about the contamination of mangroves by spills of hydrocarbons, pesticides, pesticides and solid waste such as glass and plastic in "The Wildlife Refuge Islam heart y Fragatas"

It also seeks a response in the short, medium and long term.

Due to the biological and touristic importance of this area it is necessary to carry out a sustainable and updated tourism management plan that allows and development of the tourist activity and also to report the damage that is being caused to this place that involves the participation of the community to contribute to the biodiversity of such an important ecosystem

Keywords: Analysis, pollution, activities, tourism

INTRODUCCIÓN

Los mangles crecen en lagunas que conectan el agua salada con el agua dulce y se consideran unos de los ecosistemas más productivos y más complejos del planeta, desde el punto de vista biológico. Les ofrecen protección a organismos como las algas, las esponjas marinas, los cangrejos del manglar y los camarones, que se albergan entre su intrincada red de raíces. Los mangles también funcionan como un criadero viviente de varios peces del arrecife coralino y las ramas superiores de los mangles son lugares preferidos por muchas aves costeras para la construcción de sus nidos. Los pantanos con manglares también protegen las áreas costeras de la erosión y de las marejadas que generalmente se asocian a fuertes tormentas y huracanes. (WWF, s.f.)

El "Refugio de vida silvestre Isla Corazón y fragatas" es un ecosistema muy complejo con grandes aportes ecológicos que se ha convertido en el hogar de flora y fauna, y por lo tanto tiene un alto valor socioeconómico, ecológico, y sirve como una vía para la regulación del medio ambiente.

En el año 2002 la Isla Corazón pasó a formar parte del Patrimonio Nacional de Áreas Naturales del Estado (PANE), inicialmente con una superficie de 800 ha, 500 ha para la Isla Corazón y 300 ha para las Islas Fragatas. En el Art. 3 del mencionado acuerdo se indica que para los fines de conservación del área protegida se deberá elaborar el respectivo Plan de Manejo. (Hilgert Valderrama, 2014)

Se denomina mangle a las especies de árboles y arbustos que han evolucionado para adaptarse al ambiente de las zonas inter mareales de las costas tropicales y subtropicales del planeta, para lo cual han desarrollado tolerancia a suelos anegados y con alta salinidad. Este ecosistema se encuentra en áreas aledañas a los litorales, lagunas costeras, desembocaduras de ríos, esteros y humedales. Su importancia ecológica reside en las funciones que desempeña en la estabilización y protección de las líneas costeras, proporcionando un área de cría y alimentación de numerosas especies de peces y crustáceos y hábitat para cangrejos y moluscos y lugares de anidamiento de aves costeras. Por otra parte, el manglar tiene un valor económico derivado de su papel como criadero de especies para la pesca, así como por la extracción de taninos de la corteza del mangle, y la extracción de madera para diversos usos artesanales y comerciales (IPIECA, 1993,2005).En algunas de ellas se abren canales para que entre la enorme cantidad de agua que se necesita para los estanques, desviando el flujo natural del agua que mantiene saludables a los mangles de los alrededores. Cuando los afluentes no se tratan adecuadamente, los fertilizantes y químicos pueden producir escorrentía proveniente de las granjas y contaminar el agua dulce que alimenta los manglares. (WWF, s.f.).

En "El Refugio de vida silvestre Isla Corazón y fragatas" se estima se han perdido cerca del 83% hasta el año 2007 del ecosistema manglar el asentamiento debido a la industria

camaronera, influyendo en la sedimentación, la dramática disminución de los recursos que fueron explotados por nuestros ancestros que fueron el sustento alimenticio y económico de las comunidades aledañas y se ha ido recuperando con el transcurso de nuevas políticas de manejo de los refugios y de la reforestación llevada a cabo gracias al MAE, instituciones públicas, ciudadanía y ONG.

El transcurso del tiempo y por diversas razones, el área de manglares ha sido impactado negativamente con una concomitante reducción de su superficie. A nivel mundial, en el período de 1980 a 1990, dicha área disminuyó de 198,000 km² a 157,630 km². Estas pérdidas representaron aproximadamente un 2 % anual, mientras que de 1990 a 2000 fueron del 1 % (Eugenia J, 2007). La contaminación es la introducción de agentes biológicos, químicos o físicos a un medio al que no pertenecen. Cualquier modificación indeseable de la composición natural de un medio; por ejemplo, agua, aire o alimentos. La contaminación es uno de los problemas más grandes que existen en el planeta y el más peligroso, ya que al destruir la Tierra y su naturaleza original, termina por destruirnos a nosotros mismos. La contaminación es la introducción de agentes biológicos, químicos o físicos a un medio al que no pertenecen. Cualquier modificación indeseable de la composición natural de un medio; por ejemplo, agua, aire o alimentos. (Peñaloza Páez, 2013). La contaminación es la presencia o incorporación al ambiente de sustancias o elementos tóxicos que son perjudiciales para el hombre o los ecosistemas (seres vivos). Existen diferentes tipos de contaminación, Los tipos de contaminación más importantes son los que afectan a los recursos naturales básicos: el aire, los suelos y el agua. (Bermúdez, 2010). La conservación del medio ambiente resulta fundamental para asegurar un adecuado equilibrio de los procesos e interacciones que se producen en el mismo, incluyendo el desarrollo de las distintas formas de vida vegetal y animal (intef, s.f.)

MATERIALES Y MÉTODOS

El problema incide en la ambición de expansionismo del ser humano para satisfacer sus necesidades biológicas y económicas, es así como la sociedad se ha convertido en enemigos de sí misma, atentando contra la salud del medioambiente quien en realidad provee de alimentos sanos y buenos para nuestra salud, sin embargo el ser humano con su consumismo desmesurado ha llegado a creer que está por encima de todo lo que respecta a la naturaleza, el método de obtención de conocimiento denominado científico es un procedimiento riguroso, de orden lógico, cuyo propósito es demostrar el valor de verdad de ciertos enunciados la metodología a utilizar a utilizarse en la presente propuesta de analizar la contaminación de la isla corazón y su incidencia en las actividades turísticas que es carácter inductivo, deductivo, analítico, sistemático y por consiguiente los métodos de este estudio son método cuantitativo y cualitativo a través de una encuesta que será aplicada y dirigida a los miembros de la comunidad cercana a la isla corazón turistas y entre otras personas. Este análisis se realizara a través de una observación que es una técnica la cual consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar la información y registrarla para su posterior análisis. Durante el estudio, en la fase de campo se hará uso constante de esta técnica ya que en base a ella se lograran palpar de una manera mucho más real la situación de la isla corazón, así como también se podrá identificar la problemática y posibles medidas de solución.

RESULTADOS

¿Qué le parece trabajar por la cultura ambiental de playas y de la isla corazón?

Gráfico #1

Fuente: Estudiantes ULEAM Caráquez

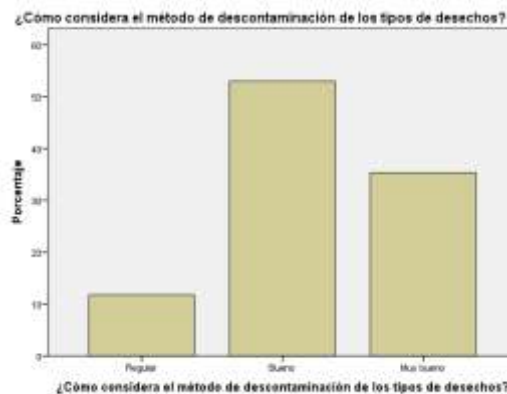
Elaboración: Estudiantes

Análisis e interpretación: Los

pregunta mostraron que el 5.9% de los turistas encuestados consideran que sí es bueno trabajar por la cultura ambiental de las playas de la isla corazón, mientras que un 94.1% señaló que les parece muy bueno trabajar para una cultura ambiental en dicha playa.

¿Cómo considera el método de descontaminación de los tipos de desechos?

Grafico #2



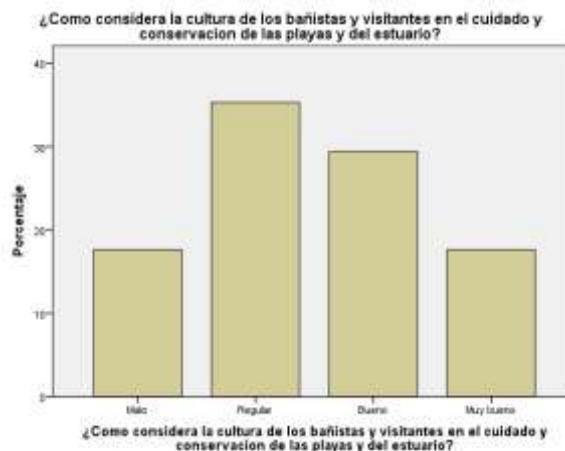
Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes segundo semestre de turismo

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos en esta pregunta mostraron que el 11,8% de los turistas encuestados consideran que el método de descontaminación de desechos de la isla corazón es regular, un 52.9% señaló que les parece bueno y el 35,3 afirmó que es muy bueno.

¿Cómo considera la cultura de los bañistas y visitantes en el cuidado y conservación de las playas y del estuario?

Gráfico #3



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes segundo semestre de turismo

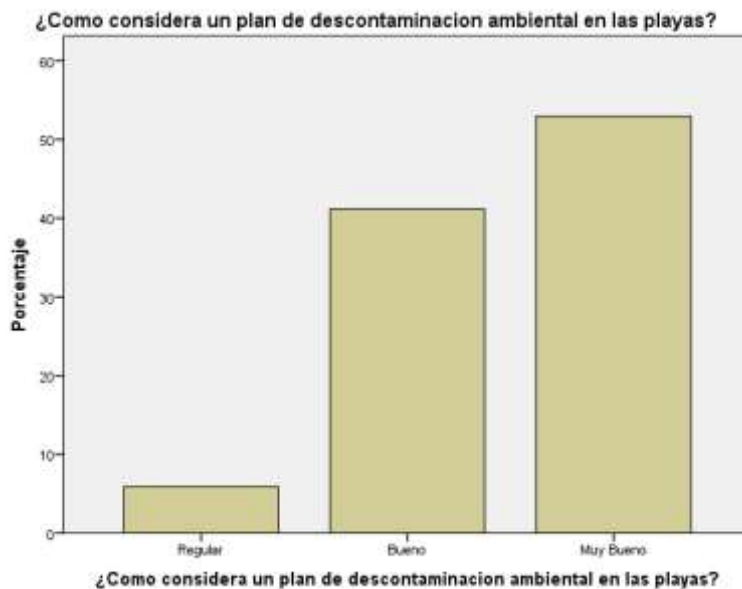
Extensión Bahía de

segundo semestre de turismo resultados obtenidos en esta

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos en esta pregunta mostraron que el 17,6% de los turistas encuestados consideran que la cultura de los bañistas y visitantes en el cuidado y conservación de las playas y estuario de la isla corazón es mala, un 35,3% señaló que les parece regular, 29,4 % señaló que es bueno y mientras el 17,6% señalo que es muy bueno.

¿Cómo considera un plan de descontaminación ambiental en las playas?

Gráfico #4



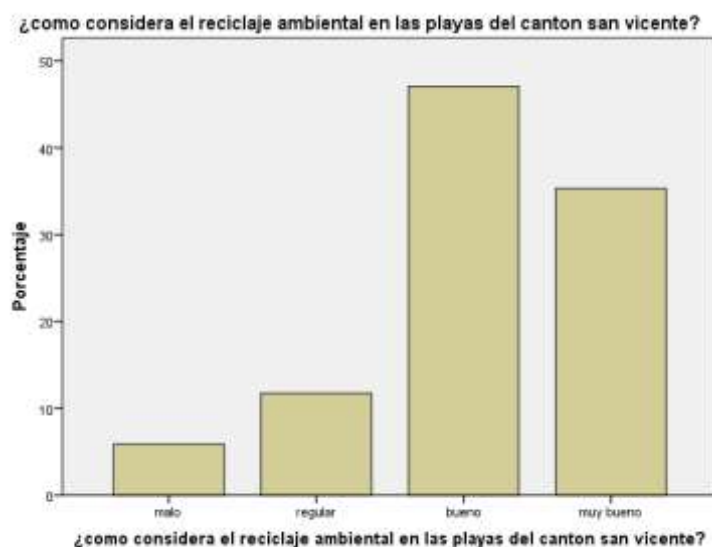
Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes segundo semestre de turismo

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos en esta pregunta mostraron que el 5,9% de los turistas encuestados consideran que un plan de descontaminación ambiental de las playas es regular, un 41,2% señaló que es buena, y el 52,9 % señaló que es muy buena.

¿Cómo considera el reciclaje ambiental en las playas del cantón San Vicente?

Gráfico #5



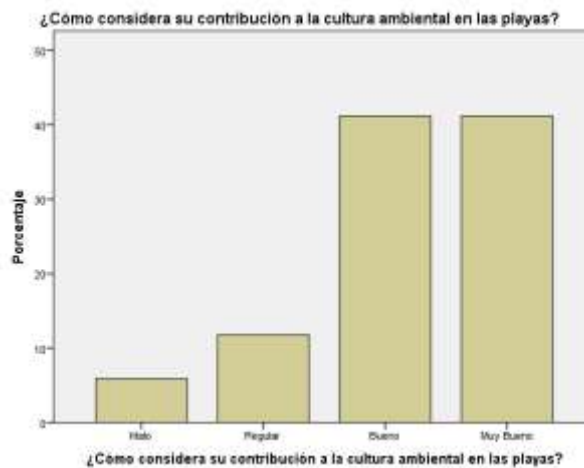
Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes segundo semestre de turismo

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos en esta pregunta mostraron que el 5.9% de los turistas encuestados consideran que el reciclaje ambiental del cantón San Vicente es malo, en cambio un 11,8% mencionó que es regular, un 47,1 % señaló que es bueno, mientras que el restante de un 35.3% destacó que es muy bueno.

¿Cómo considera su contribución a la cultura ambiental en las playas?

Gráfico #6



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes segundo semestre de turismo

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos en esta pregunta mostraron que el 5.9% de los turistas encuestados consideran que su contribución a la cultura ambiental a la playa es malo, en cambio un 11,8% mencionó que es regular, un 47,2 % señaló que es bueno, mientras que el restante de un 41.2% destacó que es muy bueno

DISCUSIÓN

La investigación se realizó con la finalidad del análisis de la contaminación de la isla corazón y su incidencia en las actividades turísticas ya que en los resultados que se recopilaron de la encuesta realizada se dedujo que 5.9% de los turistas encuestados consideran que sí es bueno trabajar por la cultura ambiental de las playas de la isla corazón, mientras que un 94.1% señaló que les parece muy bueno trabajar para una cultura ambiental en dicha playa. es decir que es su mayoría están de acuerdo que es necesario trabajar en el lugar de investigación para que haya la afluencia de turistas y así pueda ayudar en otros factores como el socioeconómico además de eso se podrán conservar el lugar turístico y para ello es necesario que no exista la contaminación de manera que en los resultados de la averiguación se pudo observar que 11,8% de los turistas encuestados consideran que el método de descontaminación de desechos de la isla corazón es regular por otro lado un 52.9% señaló que les parece bueno y el 35,3 afirmó que es muy bueno esto quiere decir que en su mayoría creen que es importante que exista un orden y limpieza del lugar además de su cuidado que es de súper importancia porque es un lugar donde van turistas y tienen que cuidar su imagen como marca.

CONCLUSIONES

La mayoría de las personas son conscientes de la contaminación que causamos a la naturaleza, y también son consciente de que se trabaje en el aspecto de no contaminar nuestras playas y el entorno que tenemos, ya que es indispensable para el bienestar de los habitantes cercanos al lugar de investigación.

El entorno habitual debe permanecer limpio, y en el momento de acoger a los visitantes o turistas se puedan sentir cómodos y de forma que les agrade el lugar como tal ya sea en las playas o en lugar que visiten.

Las personas están dispuestos a no contaminar el entorno ya que la isla corazón es una de las atracciones más hermosas, y otra manera de tener limpio y agradable el ambiente es reciclando y hacer conciencia de lo que podemos prevenir y de lo perjudicial que es contaminar el medio ambiente.

RECOMENDACIONES.

Ayudar al impulso de una gestión ambiental sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida, con participación y equidad social para todos los habitantes del Cantón y la posibilidad de desarrollar actividades turísticas en base a que no exista la contaminación como tal.

Para poder mantener limpio y agradable el entorno natural se recomienda Capacitar a las personas para disminuir la contaminación que afecta al lugar dando así una mayor intervención ante la causa.

Ejecutar como plan de acción mingas dentro del territorio y estudios de macro y meso plástico que permitan denotar el índice de afectación hacia el lugar y las especies que habitan.

REFERENCIAS

Bermúdez, M. (01 de 01 de 2010). *CONTAMINACION Y TURSIMO SOSTENIBLE*.

Obtenido de <http://galeon.com/mauriciobermudez/contaminacion.pdf>

Eugenia J, O. M. (2007). CONTAMINACIÓN DE MANGLARES POR HIDROCARBUROS Y ESTRATEGIAS DE BIORREMEDIACIÓN, FITORREMEDIACIÓN Y RESTAURACIÓN. *Revista internacional de contaminación ambiental*.

Hilgert Valderrama, N. S. (02 de 09 de 2014). *PLAN DE MANEJO*. Obtenido de Refugio de Vida Silvestre:

<http://maetransparente.ambiente.gob.ec/documentacion/Biodiversidad/Documentos/PLAN%20DE%20MANEJO-%20REVISICOF-02-09-2014-ACTUALIZADO.pdf>

intef. (s.f.). *Analisis de la contaminacion ambiental* . Obtenido de https://www.uv.es/gidprl/contaminacion_ambiental/index.html

PIECA, L. (1993,2005). *CONTAMINACIÓN DE MANGLARES POR HIDROCARBUROS Y ESTRATEGIAS DE*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rica/v23n3/v23n3a4.pdf>

Peñaloza Páez, J. A. (02 de 2013). *eumed.net*. Obtenido de De los desarrollo Local Sostenible: <http://www.eumed.net/rev/delos/13/japp.html>

WWF. (s.f.). Obtenido de WWF-GUATEMALA/MESOAMERICA: http://www.wwfca.org/especies_yllugares/manglares/

WWF. (s.f.). *WWF-GUATEMALA/MESOAMERICA*. Obtenido de http://www.wwfca.org/especies_yllugares/manglares/

EL ARTE DE LA CULTURA CHORRERA PARA EL IMPULSO DEL TURISMO DE LA ZONA DE SAN ISIDRO CANTON SUCRE

AUTOR:

Tayisiya Teplyuk
tay333tay@gmail.com

TUTORES:

Arturo S. De la Rosa Villao
arturo.delarosa@uleam.edu.ec
Carlos Chica Medranda
carlos.chica@uleam.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de definir y analizar el arte de la cultura Chorrera para captar la atención de los turistas hacia el área de San Isidro, cantón Sucre, provincia de Manabí, para la cual se diseñó una propuesta patrimonial, a través de una marca de identidad. que servirá como estrategia de promoción turística del sector. A través de la revisión de la literatura se conoce la importancia de la cultura Chorrera, a partir de las características de sus piezas arqueológicas, podría constituirse en un potencial para el desarrollo del turismo histórico y de arqueología no solamente para San Isidro sino para todo Manabí; los resultados obtenidos mediante la aplicación de métodos teóricos y empíricos como el análisis, la síntesis, la encuesta y entrevista ratificaron estos aspectos. La investigación despertó el interés en los moradores y visitantes para que conozcan y descubran nuevos eslabones en la historia de sus orígenes y del mismo modo, promover las visitas internacionales de turistas y científicos mediante una marca patrimonial diseñada para promoción turística para San Isidro con base en el arte de la cultura Chorrera.

Palabras claves: arte, cultura, impulso, turismo.

SUMMARY

The present investigation was carried out with the objective of defining and analyzing the art of the Chorrera culture to attract the attention of tourists to the area of San Isidro, Canton Sucre, province of Manabí, for which a patrimonial proposal was designed, through of an identity brand. Which will serve as a tourism promotion strategy for the sector. Through the review of the literature we know the importance of the Chorrera culture, from the characteristics of its archaeological pieces, it could constitute a potential for the development of historical tourism and archeology not only for San Isidro but for all Manabí; The results obtained through the application of theoretical and empirical methods such as analysis, synthesis, survey and interview ratified these aspects. The research sparked the interest of residents and visitors to learn about and discover new links in the history of their origins and, in the same way, promote international visits of tourists and scientists through a heritage brand designed to promote tourism for San Isidro based in the art of Chorrera culture.

Keywords: art, culture, impulse, tourism.

INTRODUCCIÓN

Las Culturas precolombinas han estado siempre juntas al sentir de la tierra y a los ciclos de la naturaleza, “el hombre dependía esencialmente de lo que la naturaleza le

proporcionaba y estaba suspendido a ella” (Hernán, 1966) más aún en los primeros periodos culturales.

En el período Formativo se encuentran las culturas Valdivia, Machalilla, Chorrera que fueron pertenecientes a la región costa del Ecuador; tenían religión politeísta. (Tituaña, 2014), siendo esta última cultura el objeto de estudio de esta investigación.

“La cultura Chorrera fue interpretada como una prolongación de Valdivia, sin embargo, se la prefiere considerar como una cultura con su propio desarrollo autónomo dentro del período Formativo Medio, no solamente por la situación geográfica donde estuvo asentada, sino por su ubicación dentro del tiempo, por las similares características de sus viviendas y porque sus hombres, al igual que en otras culturas de la costa, mostraban deformaciones artificiales del cráneo.” (Toasa, 2018) (p.2)

Desde hace muchos años se ha estudiado la cultura Chorrera y el turismo cultural en artículos, libros y publicaciones, como por ejemplo en el artículo “Diagnóstico sociolingüístico de La Chorrera” (Rey, 2010); la mayoría, sin embargo, en el contexto de la simple reflexión académica. Pero no se ha elaborado investigaciones sobre como el arte de la cultura Chorrera puede influir atrayendo a los turistas a la zona de San Isidro del cantón Sucre, formando así un atractivo cultural arqueológico que resultará ser algo novedosa para el turismo de San Isidro, ya que esta zona por el momento está enfocada sólo en el turismo natural de visitas a las cascadas.

Esta investigación pretende convertirse en un aporte al desarrollo turístico.

El problema de investigación: ¿Cómo influiría positivamente, el arte de la cultura Chorrera en el arribo de los turistas a la zona de San Isidro cantón Sucre?

El objeto de estudio son varias Piezas arqueológicas de cultura Chorrera.

El objetivo central de la investigación es: Diseñar una propuesta patrimonial, mediante una marca de identidad como estrategia de promoción turística de la cultura Chorrera en la parroquia de San Isidro.

La relación entre el problema, el objeto y el objetivo permite determinar cómo campo de investigación lo siguiente: Marca de identidad como promoción del turismo con base en la cultura Chorrera

MATERIAL Y MÉTODOS

- Revisión de fuentes primarias y secundarias del estado de las piezas arqueológicas de la cultura Chorrera.
- Realización de trabajo de campo, aplicación del método empírico de la entrevista a maestro José García, dueño de la Casa–Museo y aplicación de encuesta a 50 visitantes y habitantes de la parroquia San Isidro.
- Elaboración de diseño de una propuesta patrimonial, mediante una marca identitaria como estrategia de promoción turística de la cultura Chorrera en la parroquia de San Isidro.

Además de los métodos empíricos indicados, la investigación es de enfoque cuantitativa la misma que permitirá recolectar la información para lograr la formulación de una mejor propuesta para el turismo de San Isidro.

Análisis de las piezas de la “Casa- Museo García” creando un catálogo simple de las piezas arqueológicas de la cultura Chorrera, analizadas de la colección del profesor José García. **Desarrollo**

La cultura Chorrera

Chorrera es una cultura ecuatoriana, fue encontrada a los finales del periodo formativo en el 1500 a. C. hasta 500 a. C. el cual constaba de las culturas Valdivia, Machalilla, Chorrera, Narrío entre otras, (Mejía, 2013). En el período Formativo Tardío (entre 1 300

y 500 a.C.), se ha registrado el hallazgo de figuras iconográficas pertenecientes a la cultura Chorrera, con una antigüedad de 800 a 300 a.C, (Burneo, 2012).

Cultura Chorrera abarca prácticamente toda la costa del Ecuador y se cree que influyó a algunos grupos humanos de la sierra ecuatoriana, como los asentados en Cotocollao, cerca de Quito, (Dominguez,1989). Es considerada de gran importancia para el período de desarrollo regional, el cual surge durante el período Formativo Tardío, debido a sus avances tecnológicos en la elaboración, tratamiento de la materia prima utilizada en la fabricación de objetos y el tratamiento de color en los mismos.

El primer investigador que determinó la existencia de lo Chorrera fue Bushnell (1995), quien investiga restos cerámicos de un cementerio cerca de San Pablo. A través de sus estudios descriptivos logra proponer una cronología tentativa para la Costa, planteando la existencia de cuatro fases culturales: Horizonte pre-Guangala, cultura Guangala, cultura Engoroy y Cultura Manteño. Estableciendo la existencia de una nueva fase cultural post Guangala y pre- Manteña, a la que denomina Engoroy y que fue definida como la manifestación regional de un amplio horizonte del Formativo. El problema a su investigación fue la ubicación cronológica equivocada de sus hallazgos, problema que se dio, debido a que sus 15 resultados fueron obtenidos de estudios en sitios con estratigrafía sin secuencia cultural.

Los esposos Clifford Evans y Betty Meggers Meggers (1954), por invitación de Estrada hacen excavaciones en la Hacienda “La Chorrera”, ubicado en la margen este de la ribera del río Babahoyo, descubierto años atrás por Francisco Huerta Rendón. En este sitio se realiza una trinchera de 5x3 área que comprende 15m², excavados en niveles arbitrarios de 15cm., hallándose en las capas más profundas material con rasgos parecidos al Engoroy de la costa, pero con características propias, al que deciden denominarlo Chorrera.

En el mismo tiempo Emilio Estrada realiza cortes en el sector del Tejar al interior de la Hacienda la Compañía, Meggers (1954), afirma. “Para conocer si existió o no expansión territorial de esta nueva ocupación, hallando en ambos sectores material con características similares”.

Entre los tipos Chorrera planteados para la cuenca fueron los últimos hallados en el nivel inferior del sitio la Chorrera con procedimientos de cera perdida; de igual manera la presencia de golletes de botella, asas planas o curvas y botellas silbato modeladas con formas zoomorfas fueron recurrentes, son representaciones que identifican al material como parte del complejo Chorreroide (Meggers, 1954).

Además del establecimiento de tipos, realizan un estudio amplio a nivel comparativo realizando un análisis de distribución de estilos decorativos, proponiendo una influencia directa entre el Formativo de Mesoamérica y Perú con el de la Costa Ecuatoriana, rasgos que engloban a Chorrera como parte de un gran Horizonte cultural muy amplio que se extiende tanto al norte (Esmeraldas) como al sur (Austro).

Una de las críticas al trabajo de los científicos Evans y Meggers es la no culminación de la investigación, falta de ilustraciones, datos que no llegan a concluir, y que han sido utilizados como generalizaciones.

Para la misma época los esposos (STIRLING, 1963) realizaron una investigación en las costa de Manabí en el sitio Tarquí, elaborando un análisis tipológico, logrando asociar el material encontrando como perteneciente a Bahía, lo interesante de este estudio es que dentro de las características y rasgos diagnósticos de su muestra, asocia formas y técnicas decorativas iguales a las determinadas para Chorrera, como el mellado en hombros, muescas en bordes, negativo e iridiscente. Es debido a la presencia de estos rasgos que a Bahía lo encasillan dentro del Formativo Tardío y lo categorizan como una variante

regional del Chorrera; comprobándose con esto que esta manifestación cultural no solo se limitaba a la costa del Guayas o al interior de la cuenca, sino que se extendían sus rasgos hacia el norte del litoral Manabí.

Las características culturales son de acuerdo con su ubicación o asociación geográfica. A nivel macro regional, se puede indicar que los elementos asociados con las tierras bajas (costa) presentan una serie de composiciones que demuestran una diversidad de componentes gráficos, que actúan como atractivos decorativos.

Piezas arqueológicas de Cultura Chorrera

Basándose en el material cerámico, los arqueólogos han definido que existen cuatro variantes de Chorrera, que conforman manifestaciones culturales específicas de cada región. Así, tenemos: Fase Tachina de la provincia de Esmeraldas, Tabuchila al norte de la provincia de Manabí, Egoroy en la península de Santa Elena y sumando el Chorrera clásico hallado en el sitio epónimo de la provincia de Los Ríos (Mariella Garcia Caputi, Cesar I., Ventimilla B. Irina Xomchuk 2007).

Piezas arqueológicas de la cultura Chorrera han tenido una tendencia en la fabricación de los objetos de forma individual, a pesar de que, de acuerdo con los registros de los conjuntos cerámicos, existían patrones formales muy similares entre objetos de construcciones individuales, los que podrían ser como indicadores de temporalidad.

Arango (2005) afirma, que no obstante hay que destacar que el estilo de la cerámica sigue haciendo gran énfasis en la figura humana en la cultura Chorrera.

Cultura Chorrera tiene 3 características principales en la estética: la forma, el material de fabricación y la cromática utilizada para la decoración.

La cerámica Chorrera es fina y delgada, posee un proceso cuidadoso por la selección y tratamiento de la arcilla, para la elaboración de los objetos. Las representaciones escultóricas de la figura humana alcanzan un tamaño mayor que en las antiguas culturas Valdivia y Machalilla, logrando unos 40 cm de altura. A diferencia de la cultura Machalilla, antecesora de la Chorrera, desaparece el asa de estribo, esta es reemplazada por un vertedero largo y tubular.

El contenido de la vasija pudo haber sido una bebida extraordinaria, brebajes alcohólicos, a los que pudo haberse añadido ingredientes alucinógenos. Esta vasija facilitaba el traslado de la bebida, su cuello alargado impedía el derrame del líquido. Conjuntamente en la parte central de la vasija posee un asa curvada, la cual aguarda en su interior una especie de silbato que, con el cambio de presión del aire, al entrar y salir; genera una variación musical.

Esta variación musical adquiere mayor énfasis en las vasijas, al imitar dicho sonido animal. Lo que muestra que el hombre chorreano tenía un amplio conocimiento de su ambiente en cuanto a la fauna y flora.

Entre la materia prima que utilizó esta cultura se encuentra las siguientes: piedras semipreciosas con un hermoso tallado que se utilizaban para adorno, probablemente dichos ornamentos poseían un valor jerárquico. Cultura Chorrera también implemento los cristales de roca, generando con ellos collares preciosos; es notable entonces el contacto con las regiones andinas para la obtención del lapislázuli, al encontrar dichos vestigios en el norte de Manabí. Por último, se observa vestigios de conchas *Spondylus* que fue uno de sus materiales más usados por el valor que tenía, así también se utilizó las conchas bivalvas, las que fueron manejadas para la fabricación de máscaras talladas y bultos funerarios. La morfología de las hachas también fue modificada, poseen una forma de petaloide, a diferencia de sus antecesores que tenía una forma de "T". El tratamiento de la obsidiana también alcanza un nivel de destreza, logrando largas y rectas lascas, obteniendo de esta manera cuchillos más refinado que en las culturas antecesoras.

El color está íntimamente relacionado con la cerámica. En esta cultura encontramos una gama de colores como: café rojizo (terracota), el negro ahumado, blanco amarillento, verde turquesa, y un color beige. La pintura negativa está presente en esta cultura, ésta se hereda hacia el período de desarrollo regional, no se puede identificar con certeza alguna el principio y el fin de cada período, sin embargo, la técnica continuó a lo largo de la siguiente fase cultural. Es evidente la herencia Machalilla en la cultura Chorrera al generar incisiones y punteados en la cerámica, logrando alcanzar en las superficies de los objetos un alto nivel de pulido.

La pintura iridiscente rojiza sobre fondo negro ahumado es un elemento que afirma el contacto cultural, entre Ocos (Guatemala) que es más gruesa y pesada, sin embargo, algunos diseños son similares al de la cultura Chorrera.

La cerámica religiosa tiene un punto importante en esta cultura, al parecer, las vasijas silbato son utilizadas en ritos y curaciones, técnicas que ayudaba a conectarse con los espíritus a través del sonido del objeto. Al parecer el sexo masculino tomó mayor énfasis en la cultura Chorrera, al encontrar en la gran mayoría de sus cerámicas las representaciones varoniles. La existencia de pequeños recipientes (algunos en forma de casas) servían para guardar sustancias alucinógeno. (Mejía, 2013, p. 10-12)

El Arte

Aunque en la historia del arte se ha privilegiado el contenido sobre la forma, existe una sutil relación entre forma y contenido. Por ello, será necesario en un primer nivel detallar los componentes formales de la obra de arte, constituida por dos aspectos: la significación fáctica o configuraciones de líneas y color, además de, en un segundo momento, la significación expresiva. (Beach, 2008)

Basándose en el concepto de arte de Amador podemos definir que arte es un juego entre líneas y colores, con la significación expresiva, donde podemos distinguir diferentes formas que traen su significado. Gadamer (1999) refiere a que arte coloca en juego las significaciones de la cultura específica donde se ha formado tanto el observador como el creador de la obra.

Arte podemos observar en muchas obras de diferentes ídoles culturales, donde se destaca el sentimiento y el mensaje que quería transmitir el creador durante la elaboración de su obra.

Arte es el uso de diferentes materiales, técnicas, colores, formas que se destacan en las obras, todo esto forma la parte espiritual y trae mensajes subliminales hechos por los creadores. Solo toca descubrirlos, para poder apreciar el conocimiento que transmiten.

La base para la producción de los objetos es la arcilla obtenida de varias fuentes. Por sus filiaciones culturales o regiones geográficas, fue usada continuamente.

Tecnológicamente, los artefactos de arcilla se producen mediante las técnicas de modelado, moldeado, corrugado y torneado, cada una identificada por su producto final. Modelaje, técnica que consistía en construir o dar forma a un objeto por medio de las manos, sin emplear un molde.

Analizando conjuntamente los objetos con las marcas o huellas que se forman al realizar sus acabados y los tratamientos terminales sobre sus formas o composiciones finales, se pueden establecer líneas de asociación. Para dar los acabados finales se empleaban varios procedimientos como las incisiones, escisiones, cortes, perforaciones, pulidos y apliques. Estos acabados de objetos se hacían con herramientas que eran elaboradas en madera, hueso, vegetales y, en épocas aborígenes tardías, con metales (fabricadas de acuerdo a su hábitat), cuando todavía se encontraban en sus fases iniciales de producción, es decir, cuando la arcilla aún estaba fresca y permitía realizar sus intervenciones terminales.

Turismo

Padilla (1980) afirma: Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales; turismo no es tan solo actividades sino tambien son relaciones sociales por diferente razones

Según la Organizacion Mundial del Turismo (2007), “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”

En la actualidad existen variantes del turismo como el histórico, cultural, arqueológico, de montaña, entre otros, que son alternativas que permiten ampliar experiencias a los visitantes y mover la economía de los diferentes sectores territoriales.

Los investigadores Vergara y Tabilo (2014) afirman que: turismo cultural es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino. (p.23)

Tresserras (2004), afirma que “el arqueo turismo o turismo arqueológico es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal”. El turismo arqueológico es muy peculiar hace un traslado en el tiempo para conocer diferentes culturas, sus vivencias, tradiciones, conocimientos que heredaron los antepasados a través de las piezas arqueológicas halladas en diferentes puntos geográficos.

RESULTADOS

El trabajo in situ fue realizado en el cantón Sucre, parroquia San Isidro, San Isidro (poblado) dirigido a los visitantes y habitantes, siendo un total de 50 los encuestados sobre el cálculo de la muestra y aplicación de una encuesta al empírico - historiador Sr. José Francisco Vélez de la Casa - Museo de San Isidro. La población de la parroquia de San Isidro se estima en 10767 personas, San Isidro poblado aproximadamente 5000 habitantes

Grafico 1



Grafico 1

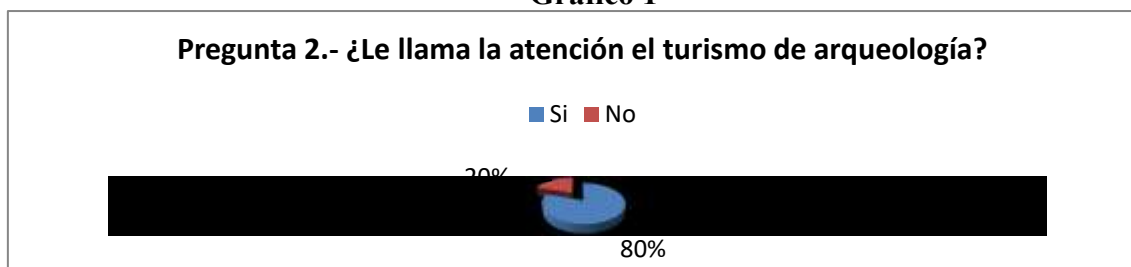


Grafico 2

Pregunta 3.-¿Considera usted que San Isidro tiene un patrimonio Arqueológico para desarrollar el turismo histórico?

■ Nada ■ Mucho ■ Casi Nada ■ Bastante



Gráfico 3

Pregunta 5.- ¿Cree usted que el patrimonio arqueológico puede ser un producto turístico importante para San Isidro?

■ Muy relevante ■ Medianamente relevante ■ Poco relevante



Gráfico 5

Pregunta 8.- ¿El turismo arqueológico puede mejorar la afluencia de turistas hacia San Isidro?

■ Si ■ No ■ En proceso



Autora de gráficos: Tayisiya Teplyuk

Interpretación

De los gráficos se observa la clase de turismo que las personas prefieren, sobretodo llamando mucho la atención el turismo de arqueología, considerando que San Isidro tiene un patrimonio arqueológico importante para el desarrollo del turismo histórico y de arqueología que puede mejorar la afluencia de turistas hacia dicha localidad.

Análisis de la entrevista al Sr. José García Vélez, empírico – historiador, propietario de la Casa-Museo en San Isidro profesor José García Vélez

La entrevista fue realizada al Profesor, Sr. José García Vélez, empírico estudioso de las culturas ancestrales de la costa ecuatoriana. Se elaboró un cuestionario con enfoque arqueológico, cultural y patrimonial de la Cultura Chorrera.

Además, investigar a través de él si es que los rasgos históricos de Chorrera pueden incentivar la visitación de regionales, nacionales y extranjeros, según la importancia de este asentamiento y poder formular una propuesta que permita impulsar el turismo en la zona.

Las preguntas formuladas fueron:

- 1) ¿Qué le inspiró a construir un Museo en San Isidro?
- 2) ¿Qué tipos de culturas expone en su museo?
- 3) ¿A los turistas les atrae la arqueología de San Isidro?
- 4) ¿Podría la Cultura Chorrera ser una cultura que identifique a San Isidro?

5) ¿Podría la Cultura Chorrera ser un atractivo turístico?

RESUMEN

El Sr. José Francisco García Vélez nació en Rocafuerte, graduado de Normalista Rural; Bachiller en Ciencias de la Educación en el Normal Ritha Lecumberry de la ciudad de Guayaquil en el año 1964.

Se inició de profesor en la parroquia San Isidro del cantón Sucre, ocupando la dirección desde su inicio en 1957 hasta 1992 en que se jubiló. Ocupó el cargo de concejal del cantón Sucre en los años 1988 hasta 1992. Es un gran amante del patrimonio cultural y creador de la Casa-Museo García de San Isidro, cantón Sucre.

La Casa-Museo García, es una casa construida en piedra de la cantera de la cual el señor García es propietario, esto ha facilitado la construcción de lo que es su sueño de vida, pese a ese detalle, la construcción de esta le ha tomado entre 8 y 9 años de arduo trabajo pese a que la obra aún no está completa, tiene en mente terminar de construirla a su gusto para así marcar la diferencia.

El profesor García se denomina a sí mismo como un “drogadicto”, solo que su droga es la arqueología, comenta que siempre adquiere nuevas piezas para su colección, actividad que lleva desde hace más de 40 años. Su franqueza al decir que es un amante de la cultura se refleja en sus ojos al decir que vio su propio destino en la arqueología. Él llegó desde Rocafuerte y después de dos años, adquirió un terreno con el fin de transformarlo en una escuela, su sorpresa fue enorme al descubrir que en ese terreno, existió uno de los cementerios más grandes de la Cultura Jama-Coaque; dice que su conexión con el sitio es como si ya hubiese vivido antes allí y que nunca imagino encontrar tantas cosas en su terreno.

Con esta Casa-Museo, José García planea dejar un legado de cultura e identidad para el pueblo; a ella llegan visitantes de diversos perfiles, los más comunes son estudiantes y personas de diversas localidades del país y un índice reducido de extranjeros.

Tras 40 años de búsqueda y compra de figurillas, el profesor García ha logrado distinguir y clasificar sus piezas arqueológicas en 5 grandes grupos correspondientes a las culturas. Valdivia, Chorrera, Machalilla, Bahía, Jama-Coaque.

El profesor comenta que el pueblo ecuatoriano tiene la idea equivocada de que esta cultura apareció en la provincia de Los Ríos, no obstante, hace mención al Dr. Olaf Holm quien basándose en las características de las cerámicas encontradas, dice que la cultura Chorrera fue bien vista en la cuenca del río Jama en la zona de Piquigua de la parroquia San Isidro (denominados como “Cuenca del río Jama”), lugar donde próximamente tuvo su asentamiento definitivo la Cultura Jama-Coaque, razón por la cual, define a Jama-Coaque como la identidad del pueblo de San Isidro, sin embargo, considera que también la cultura Chorrera fue importante para la localidad de San Isidro y la nación ecuatoriana.

El profesor José García nos comenta que la cultura en cuestión, no sólo dejó rastros y vestigios de su presencia en la localidad de San Isidro, sino esta también alcanzó a extenderse y trascender sus dominios hasta algunas localidades en Perú y Colombia.

Se tiene la certeza de que los viajeros de la cultura Chorrera, dejaban indicios de sus manufacturas en cerámica a los distintos lugares que visitaban.

El Profesor García reflexiona en que podría decirse que la Cultura Chorrera pudo dar orígenes a la nacionalidad ecuatoriana; asegura que la cultura Chorrera fueron los grandes viajeros y han recorrido todo el Ecuador y también trascendían hasta Perú y Colombia, por una expansión tan grande de la cultura Chorrera y el conocimiento que ellos compartieron por todo el Ecuador y en sus alrededores.

DISCUSIÓN.

Habiendo realizado un análisis en conjunto en relación a la entrevista realizada al profesor Sr. José García Vélez y las encuestas aplicadas a distintos perfiles de visitantes y moradores de la parroquia San Isidro podemos decir que:

A causa del desinterés de las autoridades de la parroquia, la falta de intervenciones del sector privado en el tema de infraestructura turística, hotelera y gastronómica; y el déficit de conocimientos actualizados en los habitantes de la parroquia, el desarrollo del Turismo en el sector se ha visto frenado a pesar de la existencia de los recursos culturales y arqueológicos que otorgan a la parroquia un gran potencial para desarrollar.

Impulsar el desarrollo turístico y por lo tanto económico de la población requiere solamente de la iniciativa por parte de las entidades privadas y/o gubernamentales. Un ejemplo de esa posibilidad es la iniciativa que ha tomado el Profesor, Sr. José García Vélez, misma que en su tiempo de funcionamiento, ha logrado captar la atención de grupos de estudiantes, visitantes e investigadores quienes acuden a su Casa-Museo a deleitarse observando la colección exhibida en las salas de este complejo.

Tras la realización de las encuestas, determinamos que la población de San Isidro y los visitantes carecen o están limitados de la información histórica y cultural de la parroquia, lo cual, ha detenido indirectamente el desarrollo turístico de la zona, puesto que, los resultados de las encuestas revelan que existe un interés y una motivación por parte de los visitantes para conocer San Isidro y estudiar su Patrimonio no obstante, no existe la difusión necesaria de los recursos históricos existentes en esta localidad, por lo que el mayor índice de visitantes que recibe San Isidro, pertenecen al medio Académico.

A partir de la aplicación de estas dos herramientas, se puede concluir en que el ámbito arqueológico necesita aprender a despertar interés y motivación en los visitantes nacionales para que conozcan y descubran nuevos eslabones en la historia de sus orígenes y del mismo modo, promover las visitas internacionales de turistas y científicos.

Síntesis de la propuesta patrimonial: marca de identidad como estrategia de promoción turística de la cultura Chorrera en la parroquia de San Isidro.

Ubicación geográfica del proyecto Provincia de Manabí, cantón Sucre, parroquia San Isidro, San Isidro (Poblado), dirección: Av. 9 de octubre y calle Valentín Alcívar

La parroquia de San Isidro perteneciente al cantón Sucre, ubicado al norte de la provincia de Manabí, formó parte de varios asentamientos ancestrales en especial de la cultura Chorrera. Esto se puede evidenciar a través de la diferente documentación y sobre todo gracias a las piezas arqueológicas de la cultura Chorrera que se han encontrado.

Muchos de los cuales aún faltan por hallar realizando una excavación sobre todo el recinto Piquigua de San Isidro.

La propuesta surge tras la necesidad actual existente en la parroquia San Isidro la cual refiere elevar el nivel de importancia a la arqueología como parte fundamental de dar una identidad cultural a los habitantes de San Isidro e impulsar el desarrollo turístico local e incrementar el arribo de visitantes tanto nacionales como internacionales

Con la creación de una marca patrimonial de promoción turística basada en la identidad de la cultura Chorrera se logrará definir a San Isidro como un producto turístico en el mercado nacional e internacional. Lo que lo hará más conocido y sobre todo resaltarán la identidad nacional, lo que la cultura Chorrera refiere

La pieza seleccionada fue una parte de la vasija que tenía un diseño de un centro ceremonial y que se pudo notar presencia de este diseño en algunos objetos expuestos en la Casa-Museo García.

La propuesta de diseño del símbolo del centro ceremonial y los 4 elementos de la naturaleza, identificados con distintos colores cada uno, el agua (azul) representa la vida, el aire (amarillo) el sol, la tierra (verde) la Pachamama, el fuego (rojo) la energía.



El nombre de la Marca es Cultura Chorrera y su eslogan es: “Esta en Ti”.

Sabemos que la cultura Chorrera es representante del origen de la Nación ecuatoriana, lo que conlleva a que un fragmento identitario de la cultura Chorrera esté dentro de cada uno de los ecuatorianos.

Modelos de la marca en productos:



CONCLUSIONES

- Se ha revisado varias fuentes donde se definieron y se analizaron varios detalles importantes de la Cultura Chorrera y se detectó que existe un déficit de información sobre esta, lo que indica a poca exploración y estudio.
- Al realizar la encuesta se vio un alto nivel de desconocimiento sobre la historia, cultura y patrimonio de la parroquia de San Isidro aplicada a los visitantes y los habitantes de San Isidro. Sin embargo, existe interés por el desarrollo del turismo.
- Se elaboró una propuesta de diseño de una marca patrimonial dotando de una identidad Cultural a la población San Isidro, en la cual se aplicarán estrategias de promoción turística enfocada en el valor histórico que aporta el asentamiento humano que fundó la Cultura Chorrera en este territorio.

Bibliografía

- Arango, J. (2005). *La deidad protectora de la agricultura*. Colombia.
- Beach, J. A. (2008). *El significado de la obra de arte. Conceptos básicos para la*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Burneo, D. G. (2012). *INVESTIGACIÓN Y CONSERVACIÓN*. Quito: Imprenta xxx.
- Bushnell. (1995). “ *The archaeology of the Sta. Elena Peninsula in*. England: Cambridge University Press.
- Dominguez, B. y. (1989). *Relaciones Interculturales en el Área Ecuatorial del Pacífico durante la Época Precolombina*. Provincia de Pichincha: La Arqueología de Cumbaya.
- Gadamer, H. (1999). *Verdad y método*. Salamanca: Ediciones Sígueme.

- Hernan, T. C. (1966). *Nacimiento y evolucion de la botella silvato*. Quito: Universitaria.
- Garcia, M., Ventimilla, B., y Xomchuk, I. (2007). *Arqueologia de la Costa Ecuatoriana*. Guyaquil: Segunda.
- MEGGERS, E. y. (1954). "*Informe preliminar sobre las investigaciones arqueológicas realizadas en Engroy en la Cuenca del Guayas, Ecuador*". Guayaquil, Ecuador: Cuadernos de Historia y Arqueología.
- Mejía, M. G. (2013). *Diseño de medallones con caracterizticas precolombinas de la Cultura Chorrera*. Cuenca: UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Organizacion Mundial del Turismo. (2007). *Entender el turismo: glosario basico*. Naciones Unidas.
- Padilla, O. d. (1980). *Turismo fenomeno social*. Mexico: 16.
- STIRLING, S. y. (1963). "*Tarqui, an Early Site in Manabí Province, Ecuador*" (Vol. Antropological Paper #63). Washington D.C., U.S.A: Smithsonian Institution .
- Tituaña, M. L. (2014). *LA MEMORIA PERDIDA DEL YASUNÍ*. Quito.
- Tresserras, D. J. (2004). *El arqueoturismo o turismo arqueológico un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico*. Barcelona.
- Vergara, C. y Tabilo. (2014). *Turismo Cultural: una oportunidad para el desarrollo local*. Chile: Sernatur.

LAS TRADICIONES DE LA CULTURA MONTUBIA EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, ECUADOR

AUTORES

Alexandra Victoria Mera Domínguez
e1313492454@live.ulead.edu.ec

Ángel Daniel Reyes Zambrano
e315057107@live.ulead.edu.ec

Gloria Rosalía Mero Pisco
e1315135184@live.ulead.edu.ec

Carla Yamilex Lucas Carrasco
e1313114108@live.ulead.edu.ec

María Magdalena Meneses Macías
e1312654328@uleam.live.ulead.edu.ec

Ariel Aurelio Vera Esmeraldas
e1311411910@live.ulead.edu.ec

Eliana Xiomara Gilces Gilces
e1315059897@live.ulead.edu.ec

Ginger Marcela Chávez López
e1315608933@live.ulead.edu.ec

Javier Ramiro Loo Domínguez
e1315229634 @uleam.edu.ec

TUTORES

Lilia Villacis Zambrano PhD
lilia.villacis@uleam.edu.ec

Geidy Salgado Cepero
geidyorlando2011@gmail.com

Juan Ramón Echevarría, Ing.

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo recuperar las tradiciones del campesino montubio, recurriendo a sus características, publicando dichas tradiciones y vigorizar la identidad en la juventud. Es importante rescatar los bienes de la cultura para concienciar su identidad ya que la modernidad hizo que el ser humano se creyera autónomo e independiente rompiendo los mitos y se formaran con nuevos valores. En esta investigación se aplicaron métodos cualitativos y cuantitativos, como la encuesta, determinando el nivel de conocimiento que poseen los habitantes, referente a su identidad, prácticas ancestrales y su aportación al turismo. En el método estadístico descriptivo, a partir del levantamiento de información utilizando SPSS 21 mide el interés que poseen las personas por conocer los orígenes de las diferentes tradiciones y costumbres, que se van perdiendo, culturizando una identidad extraña que quita al ser humano la capacidad de conocer lo propio, ser único e irreplicable para ejercer la identidad del pueblo montubio. Se comprobó que la cultura no es prehistórico sino más bien es emprendedor. No es simplemente conservar la cultura, sino hacer de ella una realidad viva y creativa donde el ser humano pueda manifestar los desafíos que le vienen de manera exógena y endógena, por lo que es importante que el montubio manabita haga suyo lo que tiene lo que es y sus

predominios futuros para los sucesos nuevos que la sociedad le impone en el proceso de un nuevo perfil del conocimiento

Palabras claves: Cultura, montubio, identidad, crecimiento

SUMMARY

The research aims to recover the traditions of the peasant Montubio, Resorting to its characteristics, publishing these traditions and invigorating identity in youth. It is important to rescue the goods of the culture to raise awareness of their identity, since modernity made human beings believe themselves to be autonomous and independent, breaking the myths and forming with new values. In this research qualitative and quantitative methods were applied, such as the survey, determining the level of knowledge that the inhabitants possess, regarding their identity, ancestral practices and their contribution to tourism. In the descriptive statistical method, based on the collection of information using SPSS 21, it measures the interest that people have in knowing the origins of the different traditions and customs, which are lost, culturing a strange identity that takes away from the human being the ability to know what is proper, to be unique and unrepeatable in order to exercise the identity of the Montubio people. It was found that the culture is not prehistoric but rather it is entrepreneurial. It is not simply to preserve the culture, but to make it a living and creative reality where the human being can manifest the challenges that come to him exogenously and endogenously, so it is important that the Montblanc manabita make his own what he has what is and its future predominance for the new events that society imposes on it in the process of a new profile of knowledge

Key words: Culture, montubio, identity, growth

INTRODUCCION

“Si unimos cultura y la naturaleza combinaremos la tradición y la identidad.” (Liviza)

La identidad cultural es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento dentro de un grupo social y que origina sentido de pertenencia que te conlleva a una primacía de la identidad. El trabajo de investigación busca contribuir con la valorización de la identidad cultural del Pueblo Montubio mediante la recopilación directa in situ y bibliográfica sobre el patrimonio cultural que posee esta etnia social, y pone énfasis en la difusión de sus atributos culturales como elementos turísticos con características muy particulares

Descubrimos que este mundo cultural está en permanente cambio; que durante quinientos años ha sufrido diversos envites que ha debido afrontar para recrear una concepción de vida desde la que sustentarse como pueblo. Las diversas culturas originarias al enfrentarse con los retos históricos han ido definiendo una manera de ser y estar en el mundo; se puede hablar de la conciencia de ser manabita.

La investigación permite constatar que en la actualidad hay una entrada agresiva de la cultura dominante y un cambio grande de valores culturales. Y, al mismo tiempo, consideramos que es un tiempo privilegiado de afirmación y de reconocimiento de las auténticas raíces culturales del proceso evangelizador y de creatividad cultural.

Cuando los antropólogos hablan de una cultura humana normalmente se refieren al estilo de vida total, socialmente adquirido, de un grupo de personas, que incluye los modos pautados y recurrentes de pensar, sentir y actuar. (VICTOR MANUEL, 1981)"Cultura se refiere a los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas que pactan y a los bienes materiales que producen. Los valores son ideales abstractos, mientras que las normas son principios definidos o reglas que las personas deben cumplir". (Anthony, 1989)

La cultura tradicional manabita es una cultura poco compleja, de expresiones primarias y manifestaciones simples y, en este sentido, permeable a la asimilación de nuevas culturas

y necesitada de hacer permanentemente el ejercicio de adaptación a nuevas realidades para subsistir.

Los etnólogos y antropólogos británicos y estadounidenses de las postrimerías del siglo XIX retomaron el debate sobre el contenido de cultura. Estos autores tenían casi siempre una formación profesional en derecho, pero estaban particularmente interesados en el funcionamiento de las sociedades exóticas con las que Occidente se encontraba en ese momento.

Creemos que su alma está viva, que la cultura es positiva, creativa, que lo que importa es el ser humano, su dignidad de hijo de Dios encarnado en el mundo. Admitimos nuestra realidad cultural de la que provenimos sin complejos de superioridad ni inferioridad. Admitimos nuestra dificultad cultural para definir la concepción de vida de este pueblo y al mismo tiempo sentimos el gozo y la gracia de estar implicados en esta tarea y sabemos que no tenemos otro quehacer que profundizar en ella, permaneciendo al lado de los pobres, parte de cuyo proyecto liberador pendiente junto al vivir cristiano de cada día es descubrir sus propias raíces culturales. Desde ahí recogemos algunos rasgos culturales, que son un sencillo esbozo y que es preciso desarrollar más.

La Cátedra UNESCO en su documento "Turismo Cultural Inmaterial" en sus reflexiones refiere un importante elemento a tener en cuenta. "El patrimonio no es algo museístico, estático o referencial del pasado, sino algo vivo, portador de una identidad que debe reflejarse en las decisiones privadas y en las políticas públicas". (UNESCO)

El pueblo manabita hace visible sus manifestaciones religiosas, sociales culturales a través de una práctica y de unas acciones de la vida cotidiana, como son la familia, alumbramientos, compadrazgo, enfermedad, finados, velorios, trabajo, la naturaleza, la tierra.

Hay teorías psicosociales que tratan de explicar la crisis de identidad en los jóvenes, para que el niño o joven moldee y acepte lo que es, esto es su identidad, puede darse en un ambiente de ansiedad, para lo cual ensaya varios roles e ideologías en pos de seleccionar el que más se adecúe a él; si pasa este período con un sólido sentido de identidad personal estará preparado para iniciar la edad adulta, lleno de confianza y certeza de sí mismo; si sucede lo contrario sufrirá la crisis de identidad. Además, considera parte importante de su teoría la presencia de la cultura, al formar parte del patrón de conducta del joven.

La familia tradicional manabita es una familia numerosa, compuesta por varias generaciones, en la que entran también entenados, nietos entregados a los abuelos, niños regalados, criados. Todos tienen su lugar y su papel, aunque la familia se asienta en la autoridad de los padres hacia los hijos y del varón hacia la mujer. Es reconocido el puesto importante que juegan los ancianos como elementos fundamentales y el papel de la mujer en la educación de los hijos.

La pareja es algo natural en la vida de la gente. La sexualidad es un valor. No se concibe el estar solo en esta sociedad. Las personas son alguien en relación a un grupo social que les da identidad. Al niño se le prepara desde pequeño para emparejarse. La manera socialmente aceptada de formar la pareja es el compromiso. El chico roba a la chica y se huyen. Los familiares y vecinos contribuyen a la fuga. Los padres aceptan el compromiso de la hija, con el perdón posterior después de que la hija regresa al hogar y la madre la castiga. Otras veces, el joven se dirige a los padres de la chica para pedirla y formalizan el compromiso o el matrimonio. El nacimiento de un niño es un acontecimiento relevante que da identidad social a la pareja. Se prepara el quemado para brindar a los vecinos y celebrar el nacimiento. Llegan los familiares y vecinos a visitar siempre llevando algún presente y se les acoge ofreciéndoles el quemado.

La enfermedad, compañera habitual del pobre, es uno de los aspectos que produce mayor inseguridad, una especie de misterio que descompone la vida social. La mayor riqueza de una comunidad de pobres es la salud. La enfermedad produce un gran desequilibrio económico: malvenden lo que tienen, quedan gastados, prestan, se endeudan, comprometen la cosecha, a veces pierden las tierras.

No es el pasado el que produce el presente, sino a la inversa, el presente quien configura al pasado. El presente es el legado cultural en marcha, con significado social, que carga a la tradición de sentido. La tradición, de tal modo, más que padre es hija del presente (Lenclub, 1987). En torno al finado y a su velación se establecen lazos sociales profundos. Las rezadoras tienen un papel preponderante; a veces, llegan de lejos. Cuando se está velando el cadáver, llegan los familiares que desarrollan un diálogo semi tonado ante el difunto, donde repasan la vida pasada, recordando sus virtudes y lamentándose de los errores. Descargan la emotividad y así pasan las horas de velación. Al momento de sacarlo al cementerio, se produce una especie de lucha entre los hombres que quieren tomar el féretro y las mujeres que a gritos los impiden.

En palabras de (Lenclub, La tradición, el patrimonio y la identidad, 1987)“Que la tradición integra el pasado y el presente en el futuro en vez de sustituirlo...”. Es decir, es un proceso inacabado de creación-recreación, producción-reproducción, continuidad-discontinuidad; un sistema en constante renovación. El velorio de santos es un hecho colectivo de magnitud en el que se une lo religioso y lo social. La familia que tiene devoción a la Virgen o a un santo, celebra durante una noche el velorio. Es un momento de encuentro con sentido de fiesta: se reza, se come, se bebe y se baila durante toda la noche. Es una relación a nivel más amplio de la familia. Tiene sentido de unión de familias, algunas llegan de lejos y se celebran en días señalados para que puedan participar todos. La invitación es personal, aunque luego se pegan todos. Los invitados llevan velas o algún donativo. Suele haber padrinos. El patrimonio, utilizando la expresión (Pierre, 1999) , es un capital simbólico vinculado a la noción de identidad. Es decir, debe ser protegido no tanto por sus valores estéticos y de antigüedad, como por lo que significa y representa.

Momentos, situaciones y acontecimientos en que el pueblo manabita vive su relación con la naturaleza, como dice la región andina el MUNAY. La palabra Munay es el nombre del tercer código andino que representa un estado de conciencia en donde está unido el Amor, el Deseo y el Poder. El código Munay es considerado el “Código de la magia y la alquimia” ya que nos permite la transformación de todo a partir de modificar las cosas a nivel energético, (se transforma en Munay) el amor a la naturaleza desde el cuidado a la conservación y a la armonía

La tierra constituye para el manabita la vida, una realidad indómita que se hace viva en su identificación con ella. La tierra es vida; la vida y la muerte están ligadas a la tierra. De la tierra se sacan los productos y ella da cobijo a los muertos, siendo toda ella un lugar vivo de culturas y restos de los antepasados.

Es decir la identidad se fundamenta en una construcción real y en una construcción ideológica, que jerarquiza y fetichiza unos símbolos supuestamente propios, mediante los que se canalizan, cíclicamente, las energías y los sentimientos colectivos; porque los procesos de construcción de las identidades son, como observara (Pujadas, 1993), procesos ideológicos (conjunto de representaciones, valores, creencias y símbolos), procesos políticos (con la finalidad de marcar los límites entre nosotros y ellos) y procesos culturales (la historia y la tradición), que representan el vínculo genealógico y la herencia cultural.

La aspiración del montubio es vivir en su misma tierra, en su propio campo y morir en ella. Conseguir un pedazo de tierra cuando no se tiene, es una liberación grande. La tierra es la madre. La relación del montubio con la tierra no es acumulativa, es relación de vida, de celebración.

El ciclo vital de la naturaleza da identidad al ser manabita. La siembra, el invierno, la espera de la cosecha, la recogida, la preparación del campo, la lucha contra la naturaleza agreste que trata de ganar espacio al ser humano, constituyen algunos de los aspectos que definen el alma y los rasgos del pueblo manabita: la paciencia, el esfuerzo, la contemplación, la resistencia, la agresividad.

Se da un diálogo de la gente con las plantas, las encomiendan a Dios cuando van a sembrarlas, hay personas que tienen buena mano para tales plantas y otras no. Las plantas sienten y la gente siente con las plantas: cuando van creciendo, cuando están dispuestas, cuando se las corta. Saben pasar horas sin hablar y sin hacer nada, contemplando.

La pequeña huerta, las eras, las plantas medicinales, la maceta, las flores: toda forma parte de la tierra madre. Sin ello, el manabita no podría vivir. Los momentos, situaciones y acontecimientos más importantes en que el pueblo manabita vive su relación con Dios.

Los santos de mayor devoción son: San Pablo, San Antonio, San Ramón, Santa Rosa, San Isidro, San Martín de Porres, la Virgen en sus distintas advocaciones: La Merced, la Dolorosa, El Carmen, Monserrate; Jesucristo como santo: Jesús del Gran Poder, el Señor de la Buena Esperanza, el Niño Dios; y otros como el Hermano Gregorio que es santo para el pueblo. Los santos permiten una mediación con Dios: se pueden ver, sentir y tocar; también velarles (ponerles una 'vela' y acompañarles mientras se consume). Le ponen la vela al santo movidos por un cierto temor, porque el santo se puede molestar y hay que contentarle. Los santos son buenos cuanto más milagrosos son.

El altar, donde se colocan los santos, ocupa un lugar destacado de la casa y en él se guardan las cosas preciadas. Al anochecer, se prende la vela. La manera de relacionarse con los santos y, a través de ellos, con Dios, es por medios antropomorfos.

La permanencia en el tiempo de la identidad es un factor relevante. (Leaing, 1961) Define a la identidad como "aquello por lo que uno siente que es 'él mismo' en este lugar y este tiempo, tal como en aquel tiempo y en aquel lugar pasado o futuros; es aquello por lo cual se es identificado".

Las fiestas son manifestaciones comunitarias de la religiosidad del pueblo. Sus elementos más fundamentales son el bautismo y la procesión. El bautismo es el principal sacramento del cristiano. La procesión tiene el sentido de bendición del lugar al paso de la imagen. El valor de la manifestación religiosa está en la masividad; el individuo tiene su referencia en la colectividad que se reúne; la fiesta ha estado buena si ha asistido mucha gente. Se realizan mandas al santo; se cumplen las promesas por algún favor concedido.

(Taifel, 1981) Ha definido a la identidad social como aquella parte del auto concepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia. Asimismo, asocia esta noción con la de movimiento social, en la que un grupo social o minoría étnica promueve el derecho a la diferencia cultural con respecto a los demás grupos y al reconocimiento de tal derecho por las autoridades estatales y los ex grupos.

METODOLOGIA

El trabajo investigativo en lo concerniente al rescate de la cultura montubia es para mantener las tradiciones, en la parroquia San Isidro, el análisis cualitativo se identifica con unas determinadas funciones y fases dentro del proceso de investigación social, que según este autor, intenta dar una aproximación global de las situaciones sociales y plantea diferentes estrategias metodológicas situadas en estudios cualitativos con cierta

perspectiva histórica, explorándolos desde un ambiente natural y en relación con el contexto.

Se utilizó el método descriptivo “El estudio descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis”. De ahí se infiere que se requiere conocer el contexto, las tradiciones, las creencias, las prácticas, por medio de una descripción exacta de las formas de interactuar de la población seleccionada. Así mismo amplía el concepto de lo descriptivo, cuando sostiene que: Describir es pintar con palabras, dibujar con lenguaje lo que ven nuestros ojos, delinear con cuidado: rasgo a rasgo, detalle a detalle. Volver nuestra mirada una lupa, una lente afinadísima para no pasar por alto, para no dejar de lado aspectos o elementos fundamentales de alguien, de cierto hecho o cierta situación

La opción de nuestros informantes clave, quienes son personas “en posesión de conocimientos, status o destrezas comunicativas especiales y que está(n) dispuesto(s) a cooperar con el investigador”, se realizó a través de estudiantes, amigos, adultos y conocedores del tema; de este primer acercamiento a la población, se hizo la selección de la muestra representativa, no tomada al azar, es decir del tipo no probabilístico por conveniencia, que algunos expertos desde el método Delphi donde la muestra fue de 40 personas. La presente investigación fue desarrollada para constar el conocimiento que se tiene de la cultura montubia y los referentes que tienen de ella a partir de las tradiciones, se utilizaron tanto métodos cualitativos como cuantitativos.

El desarrollo de la presente investigación está estructurado en 4 fases:

Fase 1. Investigar el nivel de conocimiento de la cultura montubia y sus tradiciones que tiene la población de San Isidro

Fase 2. Comprobar si aún se puede rescatar la cultura montubia de dicho sector de investigación reactivar las tradiciones y mantener la cultura popular de la parroquia San Isidro.

Fase 3. Analizar el nivel de la cultura popular que tiene la población joven de San Isidro, la pérdida de las costumbres la causa de las diferentes influencias del exterior en el constante cambio social.

Fase 4. Proponer una formación desde la reeducación de la cultura recobrando la identidad desde sus manifestaciones culturales, sociales, económicas,

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

Lectura científica: Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial reuniendo aportaciones de diversos autores y el análisis de técnicas que permitan evaluar niveles de conocimiento de las leyendas y mitos.

Encuesta: Se aplicó este modelo de entrevista tomando como referencia una muestra de 40 personas de la parroquia de San Isidro.

Instrumentos: Se empleó una encuesta con preguntas identificando el interés que tienen los adultos para que los jóvenes conozcan de sus tradiciones con la finalidad de identificar el interés y conocimiento que poseen por conocer sus raíces como cultura popular de su pueblo para esto se utilizó el software estadístico SPSS 21.00 para procesar la encuesta y realizar el análisis de los resultados obtenidos.

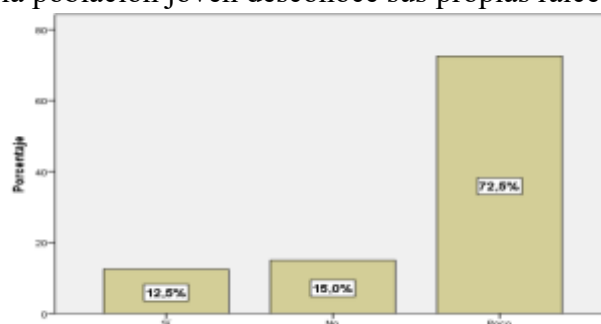
RESULTADOS



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes

El 22,5% del total de encuestados manifestaron que si conocen que es la etnia montubia, el 30,0% no la conocen y el 47,5% contestaron que poco la conocen. Como se puede evidenciar que la población joven desconoce sus propias raíces.



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes

El 12,5% contestó que si viven la identidad cultural montubia dentro de su contexto familiar, el 15,0% que no y el 72,5% que la viven poco. Los resultados demuestran que la nueva generación no tiene referentes que aseguren la cultura, por ende si no se forma desde las primeras edades se irán introduciendo culturas foranes y no habrá un reconocimiento de lo propio

DISCUSIÓN

Los resultados muestran que las culturas tradiciones se están perdiendo ya que la nuevas generaciones no están teniendo esa educaciones donde se le inculcan las costumbres de sus raíces para así poder mantener la cultura ya que no se le da la importancia trascendental que tienen el cultivar los valores culturales como una tradición, valorizando lo que fueron son y serán. Es indiscutible que falta mucho por hacer desde la compilación de la información, la reeducación. Para mantener las costumbres en importante cuidar nuestra presencia en los momentos religiosos, populares, permanecer más tiempo con la gente, no sólo ir "a lo nuestro. Que el conocimiento de su cultura sea desde la vida y no desde lo puramente intelectual. Los dilemas que representan la conservación del patrimonio, por un lado, pero también el sentimiento de pertenencia por el otro, se convierten en tarea pendiente a resolver en los momentos que la significación de lo cultural, abarca toda forma de manifestación.

CONCLUSIONES

- La presente investigación busca rescatar las tradiciones de la cultura montubia de San Isidro y es necesario que sirvan de valor agregado al producto turístico, en el que

pueda mostrarse a los turistas lo genuino de la cultura local e involucrarlos como participantes en esta manifestación cultural, que es muestra viva de lo que somos.

- El enorme potencial cultural que poseen los montubios, les hace merecedores a tener el reconocimiento como patrimonio inmaterial del Ecuador, pues son ellos los únicos que pueden rescatar, preservar, conservar y difundir los atractivos que posee, para que los mismos puedan a futuro incluirse en el listado de patrimonio representativos.
- El enorme potencial cultural que poseen los montubios, les hace merecedores a tener el reconocimiento como patrimonio inmaterial del Ecuador, pues son ellos los únicos que pueden rescatar, preservar, conservar y difundir los atractivos que posee, para que los mismos puedan a futuro incluirse en el listado de patrimonio representativos..

BIBLIOGRAFÍA

- Anthony, G. (1989). *EcuRed: Enciclopedia Cubana* . Obtenido de EcuRed: <https://www.ecured.cu/Cultura>
- Leaing. (1961). *la identidad*. Obtenido de <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>
- Lenclub, G. (1987). *La tradición, el patrimonio y la identidad*. Obtenido de <http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/mcheca/GEOPATRIMONIO/LECTUR A2E.pdf>
- Lenclub, G. (1987). *La tradición, el patrimonio y la identidad*. Obtenido de <http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/mcheca/GEOPATRIMONIO/LECTUR A2E.pdf>
- Pierre, B. (1999). *Investigacion Estudios sociologicos* . Obtenido de file:///C:/Users/investigacion2/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_59820673003.pdf
- Pujadas, J. J. (1993). *La tradición, el patrimonio y la identidad*. Obtenido de <http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/mcheca/GEOPATRIMONIO/LECTUR A2E.pdf>
- Taifel. (1981). *La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica*. Obtenido de <http://www.psicothema.es/pdf/3432.pdf>
- UNESCO. (s.f.). *turismoculturalun*. Obtenido de Cátedra UNESCO de TURISMO CULTURAL: https://www.turismoculturalun.org.ar/activ_2012_riachuelo.php
- VICTOR MANUEL, M. A. (1981). *POLITICA Y GESTION CULTURAL*. ELEARNING S.L.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS PARA POTENCIAR LA RUTA ECOLÓGICA DE LA CORDILLERA DEL BÁLSAMO.

AUTORES:

Joselyn Suleika Vera Ureta
e315694966@live.uleam.edu.ec

TUTOR:

Lic. Carlos Chica Medranda. Mg. Eds
carlos.chica@uleam.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación es con la finalidad de buscar las actividades turísticas que se están desarrollando en la ruta ecológica de la cordillera del Bálsamo, perteneciente a la ciudad de Bahía de Caráquez, el trabajo es netamente investigativo, bibliográfico, y comparativo con las actividades de las reservas activas en turismo, el mismo que sirve para determinar el potencial turístico que tiene el biocorredor de la cordillera del Bálsamo a través de tablas de ponderaciones del estado actual. El objetivo principal es determinar las actividades turísticas para potenciar la ruta ecológica de la cordillera del Bálsamo. La metodología investigativa para este ensayo es el método inductivo, y deductivo donde se realiza un análisis de lo general a lo particular sobre los productos turísticos que pueden salir desde la cordillera del Bálsamo, además se revisó las fuentes bibliográficas primarias y artículos que se han escrito sobre la reserva, también se utilizó una plantilla para ponderar según criterios de expertos, los resultados demuestran la importancia de la zona biótica para el turismo y las investigaciones de campo sobre el bosque seco tropical.

Palabras claves: turística, cordillera, ecológica, Bálsamo

ABSTRACT

The present investigation is with the purpose of looking for the tourist activities that are being developed in the ecological route of the Bálsamo mountain range, belonging to the city of Bahía de Caráquez, the work is purely investigative, bibliographic, and comparative with the activities of the active reserves in tourism, the same one that serves to determine the tourist potential that the biocorridor of the Bálsamo mountain range has through tables of weightings of the current state. The main objective is to determine the tourist activities to enhance the ecological route of the Bálsamo mountain range. The investigative methodology for this essay is the inductive method, (Rodríguez, Miguel.2005) defines it as a process in which, from the study of particular cases, conclusions or universal laws are obtained that explain the phenomena studied. Therefore, this document is based on history texts, scientific articles and other research that has been carried out in the area in question as a research project on the Bálsamo mountain range.

Keywords: tourist, mountain range, ecological, Balsam

INTRODUCCIÓN.

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. (Perez & Gardey, 2008).

El turismo en espacios naturales podría representar el mejor modelo de desarrollo sostenible del sector turístico, ya que conserva y protege los recursos naturales, valora las manifestaciones culturales locales e integra las poblaciones a la oferta, crea conciencia acerca de la protección del medio ambiente, y tiende a mejorar la calidad de vida de la población local del destino. (Martínez & Blanco, 2013)

La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento. En este sentido, el producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, es de gran importancia señalar que los mismos deben estar dirigidos a la satisfacción de los deseos y las expectativas de los visitantes. (Rodríguez, 2010)

La actividad turística genera variedad de beneficios económicos, ya que permite la generación de empleos directos e indirectos; fomenta la economía en áreas de menos crecimiento o expansión; aporta nuevos bienes y servicios e impulsa el desarrollo de otras actividades económicas para atender las necesidades de los turistas. (Hernández, 2016). La cordillera de Bálsamo es uno de los últimos bosques protectores en las afueras de la ciudad de Bahía de Caráquez, el mismo que está constituido por una red de bosques privados y que a la vez pertenece a la red sociobosque para proteger el bosque seco tropical, algunos de sus dueños han empezado a desarrollar actividades turísticas dentro del mismo.

Se puede decir también que los distintos actores presentes en los territorios que corresponden a la cordillera del Bálsamo, realizan un trabajo conforme a sus conocimientos y saberes que cada propiedad privada les ha otorgado, pero cada uno por su parte contribuye en diferentes niveles a la conservación de los recursos naturales con distintos enfoques y de manera desarticulada, la cordillera del bálsamo integra una red de bosques y son parte del sistema socio bosque para la conservación del bosque seco tropical. (Antón, Plan Estratégico de Desarrollo del Caserío Montecastillo, 2006)

La cordillera del Bálsamo y el estuario del río Portoviejo forman el “Biocorredor para el buen vivir”, están conformados por el ecosistema manglar y el bosque seco respectivamente. Así como están considerados en la categoría de bosques protectores, pero no están en las categorías de áreas protegidas del sistema nacional de áreas protegidas. (Bálsamo, 2015). Por tal motivo el presente artículo sirve para ofertar nuevos productos turísticos al cantón Sucre, y diversificar una oferta que ha decaído o desaparecido por falta de sostenibilidad en el tiempo, el artículo es un aporte desde la investigación bibliográfica hacia la red de bosques que se encuentran dentro de la cordillera de Bálsamo, actualmente existe una página web que se dedica a la promoción de la cordillera sin identificar los atractivos de una manera geográfica y profesional, con esto se contribuye al mejoramiento de la oferta en la provincia de Manabí.

La Cordillera del Bálsamo.- localización es una extensión de la cordillera de la Costa se localiza en la parte central de la provincia de Manabí, al norte de las poblaciones de San Clemente, San Jacinto y Charapotó. Limita hacia el sur con la desembocadura del río Portoviejo, los humedales de Rocafuerte y el valle de Portoviejo. Hacia el norte se encuentra la ciudad de Bahía de Caráquez y el estuario del río Chone. Al norte de esta

pequeña cordillera se localiza la Reserva Cerro Seco (50 ha), ubicada al suroeste de Bahía de Caráquez, siendo la única área protegida en este sector. (Guzman, 2011).

Tabla # 1. Localización

Localización	Ecuador, Manabí
Coordinadas Centrales	80° 27.60' Oeste 0° 40.80' Sur
Área de Pájaros Importantes IBA (Important Bird Area)	Tipo A1: Sitio con especies de aves amenazadas Tipo A2: Sitio con especies de aves endémicas
Área	50 Hectáreas
Altitud	0 - 600 Metros
Año de Evaluación (IBA)	2008

Fuente: Elaboración propia.

Reservas que conforman el biocorredor del bálsamo

El Biocorredor del Bálsamo está conformado por aproximadamente casi 15 reservas, pero dentro de las cuales solo 9 están legalmente reconocidas que protegen 964 hectáreas de bosque seco. Las reservas son las siguientes:

Cuadro # 1

SOCIOS ACTIVOS	PROPIETARIO O REPRESENTANTE	SUPERFICIE APROX. (HAS)
Peñón de Sol (San Clemente)	Pedro Escobar	240
Reserva Natural Punta Gorda (Pajonal)	Ramón Cedeño Loor	50
Reserva Chirije (Pajonal)	Patricio Tamariz	238
Reserva Biológica Cerro Seco (Bellavista-Bahía)	Marcelo Luque	50
Reserva Bosque Verde (Leónidas Plaza)	Ricardo López	20
Reserva La Mesita (Leónidas Plaza)	Juan Ordoñez Iglesias	10
Reserva Mesita-Punta Colorada (Leónidas Plaza)	Asociación Cerro Seco	226
Reserva La Flaca (Leónidas Plaza)	Michaela Maissen	70
Reserva Planet Drum (Pajonal)	Clay Plager-Unger	60

Listado de reservas. (Barrera, 2003)

Fuente: Cerro Seco

Las 9 primeras reservas enunciadas en la tabla participaron en el proceso de construcción de la Ruta Ancestral de los Caras, con un total de 964 hectáreas, toda la cordillera del bálsamo pasa a ser un importante aporte a la protección del bosque seco tropical en la provincia de Manabí, y es un aporte fundamental a la protección de todas las especies que habitan en el conocido biocorredor, la cantidad de especies dentro de la reserva, ha sido fundamental para la publicación de varios libros de aves, especies de fauna y mamíferos entre otros.

El NODO de la Cordillera del Bálsamo ha mantenido una importante participación de la Red de Bosques Privados del Ecuador, destacando que la Reserva Cerro Seco de propiedad del Sr. Marcelo Luque es socio fundador de la Red. Además reservista de la Cordillera han representado a la Red de Bosques Privados del Ecuador en varios eventos destacados. El Plan de Acción del Biocorredor Estuario del Río Portoviejo y Cordillera El Bálsamo, está conformado por bosque de manglar, áreas salinas, el río Portoviejo y Charapotó (Estuario) y bosque seco (Cordillera del Bálsamo) en las parroquias de Crucita del Cantón Portoviejo, y Charapotó y Bahía del Cantón Sucre. (Accion, 2012)

RESULTADOS:

Diagnóstico del estado del biocorredor.

A través de una tabla de ponderación se analizará en cinco indicadores cada una de las reservas que conforman el biocorredor de la cordillera del bálsamo, para así poder tener un resultado verdadero del estado actual de estas reservas y del biocorredor en general.

Tabla de ponderación aplicada a las 8 reservas

Tabla # 2

Reserva Biológica Cerro Seco			
Indicador	Ponderación	Evaluación	Calificación
Inventario	0,10	3,80	0,38
Conservación	0,20	3,50	0,70
Senderización	0,25	2,00	0,50
Señalización	0,25	3,00	0,75
Marketing	0,20	2,00	0,40
	1,00		2,73
Reserva Bosque Verde			
Indicador	Ponderación	Evaluación	Calificación
Inventario	0,10	1,00	0,10
Conservación	0,20	2,00	0,40
Senderización	0,25	1,70	0,43
Señalización	0,25	1,20	0,30
Marketing	0,20	1,20	0,24
	1,00		1,47
Reserva Natural Punta Gorda			
Indicador	Ponderación	Evaluación	Calificación
Inventario	0,10	3,00	0,30

Conservación	0,20	3,60	0,72
Senderización	0,25	2,90	0,73
Señalización	0,25	2,30	0,58
Marketing	0,20	0,80	0,16
	1,00		2,48

Reserva Planet Drum			
Indicador	Ponderación	Evaluación	Calificación
Inventario	0,10	1,10	0,11
Conservación	0,20	4,00	0,80
Senderización	0,25	1,00	0,25
Señalización	0,25	1,60	0,40
Marketing	0,20	0,97	0,19
	1,00		1,75

Reserva Chirije			
Indicador	Ponderación	Evaluación	Calificación
Inventario	0,10	3,80	0,38
Conservación	0,20	3,30	0,66
Senderización	0,25	2,10	0,53
Señalización	0,25	2,60	0,65
Marketing	0,20	2,50	0,50
	1,00		2,72

Reserva Peñón Del Sol			
Indicador	Ponderación	Evaluación	Calificación
Inventario	0,10	2,10	0,21
Conservación	0,20	3,00	0,60
Senderización	0,25	2,60	0,65
Señalización	0,25	2,00	0,50
Marketing	0,20	1,90	0,38
	1,00		2,34

Reserva La Flaca			
Indicador	Ponderación	Evaluación	Calificación

Inventario	0,10	3,00	0,30
Conservación	0,20	3,50	0,70
Senderización	0,25	1,50	0,38
Señalización	0,25	1,30	0,33
Marketing	0,20	2,10	0,42
	1,00		2,12
Reserva La Horadada			
Indicador	Ponderación	Evaluación	Calificación
Inventario	0,10	3,10	0,31
Conservación	0,20	2,50	0,50
Senderización	0,25	1,00	0,25
Señalización	0,25	1,50	0,38
Marketing	0,20	1,70	0,34
	1,00		1,78

Biocorredor	
Subtotal	17,38
Reservas	8
Promedio	2,17

Diagnóstico de la tabla de ponderaciones realizadas a las diferentes reservas que conforman el biocorredor de la cordillera del bálsamo.

Se realizó la valoración de cada una de las 9 reservas naturales que conforman el biocorredor de la cordillera del bálsamo en la que se observa que el promedio del biocorredor en conjunto está entre 2 y 3 para. Siendo la calificación 1-Malo, 2-Regular, 3-Bueno y 4-Muy Bueno. Por lo que se interpreta que si bien el biocorredor en general con el promedio de todos sus indicadores está entre regular y bueno, hay que mejorar en todas las áreas mencionada hasta llegar a la excelencia o por lo menos subir el promedio entre 3 y 4, que sería bueno y muy bueno.

Tabla # 3: Actividades

Reserva	Hectáreas	Actividades	Facilidades 1-5
Reserva Peñón del Sol	240	Senderismo	2
Reserva Punta la Gorda	50	Senderismo avistamiento de aves	2

Reserva Chirije	238	Senderismo, avistamiento de aves, arqueología, gastronomía	3
Reserva Cerro Seco	50	Senderismo, avistamiento de aves, arqueología, investigación	3
Reserva Bosque Verde	20	Senderismo	2
Reserva la Mesita	10	Senderismo	2
Reserva Mesita Punta colorada	226	Senderismo, avistamiento de aves,	3
Reserva La Flaca	70	Senderismo	2
Reserva Planet Drum	60	Senderismo, avistamiento de aves	3

Listado de reservas. (MAE, 2017)

Fuente: Elaboración propia

Tabla # 4. Propuesta

Propuesta de Mejora para El Biocorredor de la Cordillera del Bálsamo		
Asociación:	Biocorredor Cordillera del Bálsamo	
Responsable General:	Administrador Marcelo Luque	
	Asociación Cerro Seco	
Objetivo:	Mejorar las condiciones del Biocorredor	
Indicador	Tareas	Metas
1. Inventario	- Levantar información de flora y fauna en la Cordillera del Bálsamo	- Definir la población de fauna y flora en el biocorredor
		- Identificar las especies de fauna y flora existentes
	- Hacer seguimiento a las reservas del biocorredor	- Verificar por trimestre la población de fauna y flora
		- Realizar una valoración anual de la población de fauna y flora

2. Conservación	- Realizar campañas de conservación del ambiente	- Efectuar capacitaciones continuas en escuelas y colegios
		- Realizar visitas puerta a puerta intentando crear una conciencia ambiental
	- Verificar el estado de conservación del biocorredor	- Comprobar el nivel de conservación de flora y fauna de las especies existentes
3. Senderización	- Hacer senderos ecológicos	- Construir senderos en las diferentes reservas que sean atractivos para los turistas y que estos estén conectados para así garantizar el recorrido en todo el biocorredor. (Tripadvisor, 2016)
	- Mejorar los senderos existentes	- Arreglar los senderos que hay en las reservas
4. Señalización	- Ejecutar un proyecto de señalización turística en los senderos del biocorredor que sirva para la interpretación de los turistas	- Zonificar la zona que encierra este biocorredor con el fin de informar a los turistas que pueden encontrar en las diferentes paradas y ayudar a que identifiquen por el biocorredor

5. Marketing Turístico	- Desarrollar actividades con el fin de promocionar el biocorredor	- Presstrip
		- Famtrip
		- Propagandas radiales
		- Sketch's publicitarios en canales provinciales y nacionales
	- Hacer souvenirs y folletería turística	- Trípticos
		- Banners
		- Bolsas plásticas
		- Carpetas
		- Jarros
		- Agendas

Fuente: Elaboración propia.

DISCUSIÓN.

La propuesta nace de la necesidad de crear nuevos productos turísticos que sean atractivos para los visitantes nacionales y extranjeros, pues para esto es fundamental la unión de las reservas, desde donde se hace un estudio de potencialidades de cada una de ellas, Las actividades presentadas en el cuadro anterior demuestra las actividades al interior del biocorredor generando nuevas fuentes de empleo para el turismo comunitario que depende de esta cordillera en la zona del cantón Sucre.

CONCLUSIONES.

- ✚ El análisis permite sobresalir en diversos ejes del potencial que tiene la cordillera del Bálsamo, no solo en la parte turística sino también en conciencia ambiental, cultural, social, económica dinamizando este sector con las bondades del turismo.
- ✚ La forma de agrupación de la red socio bosque de la cordillera permite que otras agrupaciones se sumen al estado de conservación de proyectos similares en la provincia de Manabí, tal es el caso de Mache Chindul, entre otros.
- ✚ El ecoturismo no debe dejar a un lado a las comunidades de este cantón, siendo un beneficio fundamental para todos quienes han ocupado estas tierras por generaciones y no se cometan equivocaciones al no involucrar a todos quienes son parte del Biocorredor.
- ✚ La accesibilidad y la promoción turística son ejes fundamentales que requiere toda la cordillera del Bálsamo, para lo cual es prioridad que se trabaje desde el GAD para potencial este recurso que es utilizado en escalas menor a 3 y 4 según rango descrito en las tablas investigadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Accion, P. d. (2012). Plan de accion del biocorredor del rio Portoviejo y cordillera del Balsamo. GAD de Portoviejo.
- Antón, V. (2006). Plan Estratégico de Desarrollo del Caserío Montecastillo. Piura.

- Bálsamo, A. C. (Febrero de 2015). Recuperado el 21 de Mayo de 2019, de <https://www.sgp.undp.org/all-documents/country-documents/825-evaluation-of-project-cordillera-del-balsamo---sgp-ecuador/file.html>
- Barrera, E. (2003). Analisis de la Ruta del Spondylus caso Ecuador. Universidad Buenos Aires.
- Guzman, E. (2011). El marketing turistico 2. 0 en Ecuador. [Visitaecuador.com](http://visitaecuador.com).
- Hernández, C. (17 de Agosto de 2016). Recuperado el 21 de Mayo de 2019, de <https://es.slideshare.net/carmenrosa60h/importancia-del-turismo-65103533>
- MAE. (2017). Programa Socio bosque. Red de socio bosque. ambiente.gob.ec.
- Martínez, V., & Blanco, R. (2013). Recuperado el 21 de Mayo de 2019, de <https://www.raco.cat/index.php/RIO/article/view/274176/362268>
- Perez, J., & Gardey, A. (2008). Recuperado el 21 de Mayo de 2019, de <https://definicion.de/turismo/>
- Rodriguez, M. (Marzo de 2010). Recuperado el 21 de Mayo de 2019, de [file:///C:/Users/hp/AppData/Local/Temp/Rar\\$DIa0.824/1157.pdf](file:///C:/Users/hp/AppData/Local/Temp/Rar$DIa0.824/1157.pdf)
- Tripadvisor. (2016). Cerro Seco y rutas ecologicas. Página web.

LOS SELLOS DE LA CULTURA JAMA-COAQUE COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL CANTÓN JAMA

AUTORES

Carlos Javier Solórzano Muñoz
e1312183070@live.uleam.edu.ec
Murillo Intriago Jean Enrique
e1314709310@live.uleam.edu.ec

TUTORES:

Dr. Arturo S. De la Rosa Villao
arturo.delarosa@uleam.edu.ec
Lic. Carlos Chica Medranda. Mg.
carlos.chica@uleam.edu.ec
William Meneses Pantoja. Mg.
william.pantoja@uleam.edu.ec

RESUMEN

El trabajo de investigación fue del análisis del arte simbólico que tiene la cultura Jama – Coaque como una alternativa para el turismo sostenible, se describen aspectos de la cultura Jama Coaque en sus diferentes manifestaciones artísticas y culturales, se establece la posibilidad de que la simbología de esta cultura puede ser fuente de atracción turística. Se utilizó como metodología el análisis bibliográfico que hace referencia a escritos sobre esta cultura y una encuesta como trabajo de campo donde constan los resultados, la misma que proporcionaron información sobre la importancia de la arqueología en el turismo y el aporte que el arte de los sellos de la cultura Jama Coaque al turismo sostenible en el cantón Jama. Los resultados demuestran alternativas de mejora al turismo arqueológico y fortalece el desarrollo del turismo sostenible a través de los pequeños emprendedores, el impacto hacia la comunidad se enfoca en desarrollar productos artesanales derivados de la simbología de la cultura Jama Coaque.

Palabras claves: Sellos de la cultura Jama Coaque, turismo arqueológico, turismo sostenible.

Abstract

The research work was of the analysis of the symbolic art of the Jama - Coaque culture as an alternative for sustainable tourism, aspects of the Jama Coaque culture are described in its different artistic and cultural manifestations, establishing the possibility that the symbolism of this culture can be a source of tourist attraction. Bibliographical analysis referring to writings about this culture was used as a methodology and a survey as fieldwork where the results are recorded, which provided information on the importance of archeology in tourism and the contribution that the art of stamps from the Jama Coaque culture to sustainable tourism in the Jama canton. The results demonstrate alternatives for improving archaeological tourism and strengthen the development of sustainable tourism

through small entrepreneurs, the impact on the community is focused on developing handicrafts derived from the symbolism of the Jama Coaque culture.

Keywords: Jama Coaque culture seals, archaeological tourism, sustainable tourism.

INTRODUCCIÓN

Los sellos de la cultura Jama Coaque han sido poco estudiados desde sus primeros hallazgos, (aproximadamente un siglo atrás) por parte de los pobladores más cercanos que accidentalmente o intencionalmente se encontraron este tipo de piezas arqueológicas (Altuna, 2003) que para ellos no se consideró como objeto de estudio, pero lo importante es que aun las conservan en colecciones privadas y es posible empezar con el análisis y estudio.

Estos hallazgos se deben a la cercanía de la población actual con los territorios donde se asentó esta cultura, debido a lo antes mencionado provoca que en la actualidad exista deficiente información referente a este tipo de piezas. El potencial arqueológico, cultural y valor histórico que poseen este tipo de piezas para ser transformados en un producto turístico sirve como oportunidad de desarrollo para el turismo sostenible del cantón Jama y las zonas aledañas, se considera que es capaz de atraer masas de turistas promocionándolas a un determinado segmento de mercado interesado en esta línea de turismo, esto significaría el dinamismo de la actividad turística local y nacional. (Bushnell, The archaeology of the Sta. Elena Peninsula, 1995)

Se pretende desarrollar este producto turístico arqueológico como nueva alternativa del turismo sostenible provocando beneficios a toda la comunidad debido al efecto multiplicador de la industria sin chimenea como es el turismo. Se procura que con el avance del análisis y estudio de estas piezas arqueológicas se aporte a las comunidades científicas que se interesen en la cultura Jama Coaque brindándole nueva información en temas como: Arquitectura de los sellos planos y cilíndricos, interpretación del lenguaje plasmado en estas piezas, comparación con otras culturas de Sudamérica. (Carandini, 1997)

El Problema científico de la presente investigación es: Limitados centros de investigación que posean suficientes sellos de la cultura Jama Coaque y deficiente información que existe de estas piezas arqueológicas, siendo su objeto de estudio los sellos de la cultura Jama Coaque, basado en el campo del turismo arqueológico. El Objetivo principal es: Desarrollar un producto turístico aprovechando el valor histórico de los sellos arqueológicos de la cultura Jama Coaque impulsando nueva alternativa del turismo sostenible del cantón Jama.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación bibliográfica se apoyó en instrumentos como biblioteca virtual y física de la extensión; formulario de preguntas cerradas para las encuestas por muestreo en la población del cantón Jama y a turistas, para medir el impacto que tienen los sellos de la cultura Jama Coaque y verificar si los sellos de la cultura Jama Coaque pueden convertirse en una nueva alternativa de turismo sostenible en el cantón, siendo la investigación exploratoria y descriptiva.

La población que se tomó en la presente investigación la constituyen todas las personas del casco urbano del cantón Jama, se tomó como muestra a 30 personas, y a 1 funcionario del Estado.

El método histórico lógico permitió conocer antecedentes de los sellos de la cultura Jama Coaque y su incidencia que pudiera tener en el turismo sostenible

Cultura Jama – Coaque

Año 350 a.C - 400 d.C.- Los pobladores de la cultura Jama Coaque se ubicaron en los valles y colinas serpenteadas de ríos, tierras fértiles y también a orillas del mar.

Desarrollaron un patrón de asentamiento complejo, caracterizado por grandes centros ceremoniales, de arquitectura monumental, alrededor de los cuales se concentraron grupos dedicados a la producción agrícola que abastecieron a los centros, cuyos habitantes se dedicaban al intercambio de productos entre los asentamientos de la región y extraregional con otros grupos. (Stothert, 2000)

En el norte de Manabí los arqueólogos han determinado en base al material cerámico, 2 ocupaciones humanas Jama Coaque 1 (periodo de desarrollo regional) y Jama Coaque 2 (periodo de integración) la primera corresponde a la fase Muchique 1 y la segunda a las fases Muchique 2,3 y 4 (Toasa, 2018). El Periodo de tiempo que abarca el "Desarrollo Regional" es muy discutido, dependiendo del autor las fechas cambian por varios siglos. Esta falta de consenso sobre este periodo corresponde a dos puntos de vista diferenciados: el Costeño y el Serrano. Para el Costeño este periodo comprende el 300 a.C. - 800 d.C., mientras que el para el Serrano va desde el 500 a.C. al 500 d.C. (Garcia, 2007)

La principal razón para estos dos puntos de vista corresponde a dos realidades diferentes, el Ecuador antiguo no fue homogéneo, las culturas de la Sierra eran menos desarrolladas que las de la Costa. Básicamente ese es el problema, durante esta época tanto en la costa como en la sierra surgen señoríos, sin embargo los de la costa son bastante más desarrollados y complejos que los de la Sierra. Entre las Culturas más destacadas durante este periodo se logra mencionar a: La Tolita, Guangala, Bahía, Jama-Coaque, Cerro Narrío (Chauillacamba) y Tuncahuán, entre las más destacadas. (Daniel, 2007)

Las pinturas corporales

En la colección examinada, el 57% de las figuras llevan pintada alguna de estas partes de su cuerpo, bien todas, o alguna de sus combinaciones: la mitad derecha del torso, la parte alta del brazo derecho, el mentón o el cuello. El significado simbólico del dualismo izquierda/derecha reflejado en las diferentes partes del cuerpo humano, asociando con la derecha los valores de poder, pureza o masculinidad.

Diseño arquitectónico de los sellos cilíndricos y planos

El más representado son unas rayas horizontales que enmarcan unos círculos o puntos, que lucen en la mitad derecha del torso, todos -menos dos- de los que llevan pintadas esta parte del cuerpo (75%). Este motivo debió tener una clara significación para los Manteños Huancavilcas, ya que se parece en sus estelas de piedra (Reinoso, 2017). Y se repite en los enlucidos de las fachadas e interiores de los edificios de importancia, como las estructuras #1 y 6 de Agua Blanca. (Rey, 2010)

En cerro de Hojas, el actual propietario ha encontrado sellos de cerámica con el mismo motivo, que pudieron ser los instrumentos empleados para aplicarse las pinturas.

Le siguen en frecuencia, casi siempre combinados con las rayas citadas, volutas (28.5%), espirales (28.5%), la cabeza de un animal (25.7%) y una greca que combina un triángulo escalonado con un espiral (20%). Hay cuatro figuras (11%) que llevan la llamada cruz andina y solo una o dos, en cada caso, con otros símbolos como diversos tipos de triángulos o rosetones.

Debió tener una clara significación para los Manteños Huancavilcas, ya que se parece en sus estelas de piedra. (Proaño, 2011) Y se repite en los enlucidos de las fachadas e interiores de los edificios de importancia, como las estructuras #1 y 6 de Agua Blanca.

Clasificación de los sellos

Existen sellos aplanados con mangos o agarraderas de diferente configuración, sellos cilíndricos perforados o no y sellos de doble cara. En la ejecución participan tres componentes fundamentales, el saber, pasta, cocción y calidad de incisión. Se cree oportuno subrayar una peculiaridad de la cocción de los sellos, especialmente la de los cilíndricos en los cuales; por lo común ;se advierte ; hasta en los más gruesos y no

perforados ; una perfecta cocción del interior y por lo tanto, no hay presencia de la masa negruzca que aparece casi siempre en las partes de mayor grosor en la cerámica de otros artefactos; esto daría a suponer que para los sellos se hubiera empleado una calidad de arcilla y un modo de cocción diferente a los usados para las vasijas; lo que corroboraría la hipótesis de la existencia de un proceso ritual particular al respecto (Capua, 2002)

Uso de los sellos de la cultura Jama Coaque

Una de las teorías más fuertes señala que los sellos eran usados para estampar y decorar su cuerpo y toda la vestimenta. Esto se evidencia observando los figurines que se exhiben en el museo de Jama, presentan estampados sobre su vestimenta y cuerpo especialmente sobre sus brazos y cuello.

Nuestros antepasados eran politeístas y adoraban a diversas “deidades” al sol, a la luna, al agua, los animales, en épocas de hambruna seguían a un determinado animal (al mono) y veían lo que comía, si no le pasaba nada, ellos lo imitaban y se convertía en una deidad, lo esquematizaban y lo ponían en una gráfica.

Significado de los sellos en la cultura Jama-Coaque

En Jama Coaque los figurines tienen representaciones que señalan una clara identificación de los personajes y roles que cumplían en la sociedad. La extrema importancia otorgada a las ceremonias, rituales, revela la existencia de una cultura con una intensa actividad religiosa y una sociedad estratificada en la cual el rango social y político juegan un papel preponderante.

El turismo sostenible

Con base en lo anterior la OMT señala que el turismo sostenible “atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (OMT, 2016)

Según Colin J. Hunter (autor de *Journal of Sustainable Tourism*) el turismo sostenible “un desarrollo turístico que persigue satisfacer las necesidades y deseos de la población local en términos de mejora de los estándares y de la calidad de vida. Pretende satisfacer, además, las demandas de los turistas y de la industria turística, y mantener los atractivos para ambos en orden a alcanzar el objetivo. Trata de preservar, por último, los recursos ambientales que son la base del turismo, tanto en sus componentes naturales, como contruidos y culturales, en orden a lograr los objetivos.

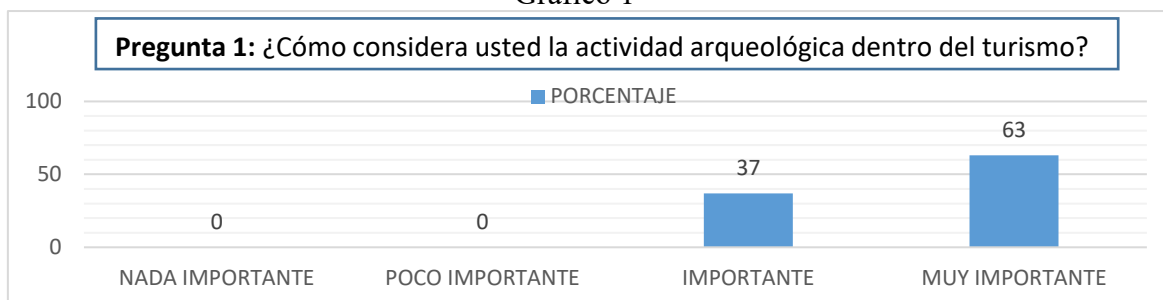
Al considerar las esferas básicas (económica, ambiental y sociocultural) de la sostenibilidad, el turismo sostenible se concibe como un modelo de desarrollo con énfasis en la economía, pero que al mismo tiempo está basado en la cultura local, recursos naturales y patrimonio cultural, siendo responsabilidad de la gente receptora de turismo y el turista, quienes son los pilares. (Coromoto M. , 2011) .En la actualidad Ecuador está inmerso en un proceso de cambio político y social en el que se han dedicado numerosos esfuerzos a reflexionar sobre el modelo de desarrollo más adecuado para el país; en este escenario el “Desarrollo Sostenible” y la “Sostenibilidad Turística” ocupan posiciones privilegiadas en normas fundamentales y políticas centrales como la Constitución de 2008, el “Plan Nacional del Buen Vivir” y, específicamente, en el “Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible. (Plandetur, 2013). En Ecuador, el modelo turístico contribuirá al “desarrollo equilibrado, competitivo y sostenible del sector, basado en su diversidad de atractivos naturales y culturales, con énfasis en la diferenciación y la especialización y con adecuación a los mercados y segmentos meta a nivel nacional e internacional”

RESULTADOS

Se trabajó con ciudadanos del cantón Jama, se aplicó una encuesta a una muestra de 30 personas y una entrevista con un funcionario del GAD de dicho cantón.

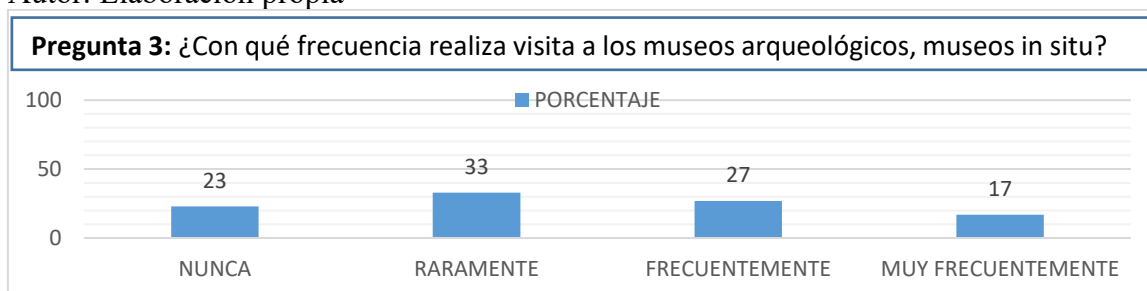
La encuesta

Grafico 1



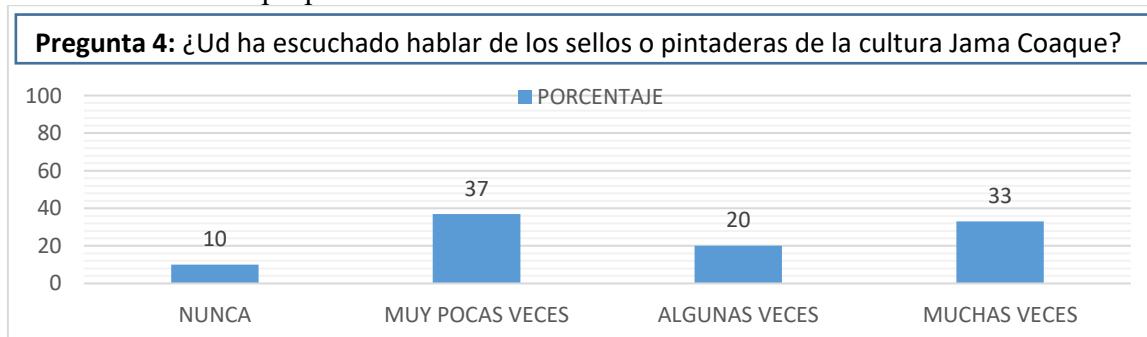
Fuente: Tesis de turismo

Autor: Elaboración propia



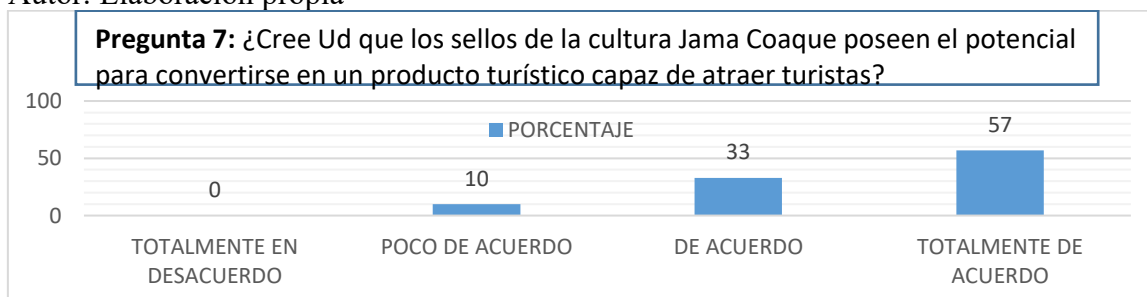
Fuente: Tesis de turismo

Autor: Elaboración propia



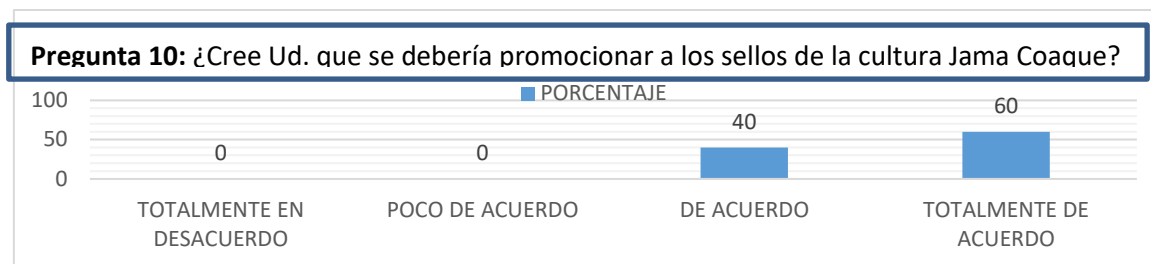
Fuente: Tesis de turismo

Autor: Elaboración propia



Fuente: Tesis de turismo

Autor: Elaboración propia



Fuente: Tesis de turismo

Autor: Elaboración propia

Interpretación

De los gráficos se observa que los encuestados consideran muy importante la actividad arqueológica en el turismo, visitan frecuentemente y muy frecuentemente los museos, y muchas veces han escuchado hablar de los sellos de la cultura Jama Coaque y que pueden convertirse en atractivo turístico para visitantes debiendo promocionarse para tal efecto

Entrevista aplicada al Lic. Francisco Chávez Vera responsable de la unidad de cultura y deporte del GAD cantonal de Jama.

Se elaboró cuestionario con enfoque arqueológico relacionado con la cultura Jama Coaque, además, investigar a través de él si es factible la implementación de un centro artesanal para elaborar productos inspirados en la simbología de la cultura Jama Coaque y poder formular una propuesta que permita impulsar el turismo en la zona.

Las preguntas formuladas fueron:

- 6) ¿Cómo considera usted el turismo dentro del cantón Jama?
- 7) ¿Desde su punto de vista como considera usted que es el turismo arqueológico dentro del cantón Jama?
- 8) ¿Cómo considera usted que se ha venido trabajando en el turismo arqueológico por parte de las autoridades del cantón?
- 9) ¿Que ha escuchado usted de los sellos cilíndricos y planos de la cultura Jama Coaque?
- 10) ¿Cree usted factible implementar un centro artesanal que elabore productos inspirados en la simbología de la cultura Jama Coaque?

Resumen de la entrevista

El Sr. Francisco Chávez Vera, considera que el turismo en Jama es bastante aceptable, los turistas que visitan el cantón son atraídos por los atractivos turísticos como playas, ríos, cascadas, bosques que están en óptimas condiciones para recibir a los visitantes. Menciona que la cultura Jama Coaque ha despertado interés a turistas nacionales como internacionales debido a su atractiva cerámica que elaboraron los ancestros, plasmando en cada figurilla como era su vida cotidiana o el cargo que desempeñaban, como por ejemplo: shamanes, balseros, artesanos, entre otros. Con la reciente inauguración del museo y el parque cultural de Jama espera recibir cantidades considerables de visitantes. Considera que, si se está trabajando en temas relacionados con la arqueología, todo esto se evidencia con la reciente inauguración del parque cultural en donde están replicadas algunas.

Respecto a los sellos, son piezas muy interesantes que elaboraron los ancestros, debido a su forma cilíndrica y perfora en el centro tipo rodillo, se puede decir que lo utilizaban para estampar su vestimenta y su piel, además existen figurillas con los brazos y cuellos decorados que representan su forma de uso. Cree que es una buena idea crear productos derivados de la simbología de la cultura Jama Coaque, que a través de estos productos se está promocionando al cantón y además algo muy importante es que está fomentando el

desarrollo de las pequeñas empresas que se dedican a esta labor y que necesitan el apoyo de las autoridades competentes.

DISCUSIÓN

Del análisis conjunto de la entrevista realizada al señor Francisco Chávez Vera y la encuesta aplicadas a ciudadanos del cantón Jama, se puede decir que: a pesar de que se considera muy importante la actividad arqueológica en el turismo, que se visitan los museos, que si se ha escuchado hablar de los sellos de la cultura Jama Coaque y que estos sellos pueden convertirse en atractivo turístico para visitantes debiendo promocionarse para tal efecto, sin embargo hay personas que nunca o rara vez visitan los museos, nunca y muy pocas veces han escuchado hablar de los sellos de la cultura Jama Coaque, por lo que es necesario seguir trabajando en el turismo arqueológico, crear productos derivados de la simbología para dar a conocer al cantón y atraer el turismo.

Síntesis de la propuesta: Lineamientos para diseñar un centro artesanal basado en la simbología de los sellos de la cultura Jama – Coaque como impulso a la microempresa del cantón.

En el cantón Jama no existen centros artesanales con personalidad jurídica, que se basen en su totalidad en la simbología de los sellos de la cultura Jama-Coaque para elaborar productos terminados para la venta a los diferentes visitantes que arriban al cantón o transitan por la ruta del Spondylus a diario; en la comunidad de Tabuga ubicada en la vía Jama - Pedernales a 20 km de la ciudad de Jama existen personas que elaboran y venden productos artesanales tallados en madera y otros utilizando la caña guadua, sus trabajos son elaborados en base a figuras religiosas, animales, entre otras tradicionales.

El reconocido artesano Ricardo Alcívar posee en su vivienda una galería de arte ubicada en los costados de la vía Jama - San Vicente, aquí el exhibe y vende madera talla con simbología general de la cultura Jama Coaque como son: animales míticos, personajes importantes de la cultura y unas pocas son en base a los sellos de la cultura Jama Coaque. El cantón Jama ubicado al norte de la provincia de Manabí, fue parte de los asentamientos de la cultura Jama Coaque esto se evidencia mediante las piezas arqueológicas, restos óseos encontrados y que aún se pueden hallar con facilidad al momento de realizar una excavación cerca de los ríos o las partes más elevada como son las montañas. El cantón ha sido poco trabajado en temas arqueológicos y derivados, el presente proyecto surge con finalidad de aportar a la cultura y fomento a la micro empresa de aquellas personas que poseen talentos y actitud para crear productos artesanales derivados de la cultura Jama Coaque. Con la creación de un centro artesanal que ofrezca productos inspirado en la simbología de los sellos de la cultura Jama Coaque, se le dará mayor valor a nuestros recursos arqueológicos y se estará brindando identidad al cantón, a través de los productos adquiridos por los turistas de diferente parte del país e incluso de otros países.

Ubicación geográfica del proyecto y diseño arquitectónico

La presente fotografía está ubicada a los costados de la vía E15 Ruta del Spondylus a 200 metros del redondel de Jama, en el cual se encuentra un lote de 300 metros cuadrados para el levantamiento del proyecto del mercado artesanal, pertenece al GAD Municipal del cantón Jama, se considera que es un punto estratégico para el levantamiento del proyecto final, debido al flujo de turistas que transitan esta ruta dirigiéndose hacia el norte y sur de la provincia.



La arquitectura del proyecto será de concepto abierto facilitando la exhibición de los productos que se estarán ofreciendo a los visitantes, como principal componente se utilizara caña guadua especie que se encuentra con gran facilidad en la zona y considerada de fácil reposición, incentivando la construcción ecológica dentro del cantón, la construcción tendrá 20 metros de frente y 10 metros de fondo.

Productos artesanales



CONCLUSIONES

1. Los sellos de la cultura Jama-Coaque constituyen una expresión iconográfica fundamental del lenguaje de los pueblos ancestrales de la costa del Ecuador.
2. Mediante la creación de un centro artesanal inspirado en la simbología de los sellos Jama-Coaque se puede proporcionar una nueva imagen al cantón Jama, atraer turistas que a diario transitan por la ruta E15, y brindar información de los diferentes atractivos y recursos turísticos que posee el cantón Jama.
3. Trabajar en temas relacionados con la arqueología provocará dinamismo a esta actividad dentro del cantón Jama.

Bibliografía

Altuna, J. (2003). El patrimonio Arqueológico. En J. Altuna. Otsaila.

Arias. (2006). *PROYECTOS EDUCATIVOS CR*. Obtenido de <https://proyecteducativoscr.wordpress.com/elaboracion-del-ante-proyecto/capitulo-iii-marco-metodologico-de-la-investigacion/3-3-poblacion-y-muestra/>

Bushnell. (1995). The archaeology of the Sta. Elena Peninsula. Londres: Cambridge.

- Capua, C. (2002). *De la imagen al icono*. Quito: Abya-Yala.
- Carandini, A. (1997). Historias en la tierra . En M. d. excavacion. Barcelona.
- Cardoso Jiménez, C. (16 de Mayo de 2006). *Turismo Sostenible: una revision conceptual aplicada*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193420679001>
- Casas Anguita J., J. R. (2003). Obtenido de <http://external.doyma.es/pdf/27/27v31n08a13047738pdf001.pdf> abril 6,
- Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turistico. Merida, Venezuela.
- Daniel, K. (2007). El arte secreto del Ecuador Precolombino. Roma, Italia: Contents.
- Garcia, M. (2007). Arqueologia de la costa Ecuatoriana. Guayaquil.

“LA GESTIÓN DE RECURSOS PARA LA CASA MONTUBIA SAN ISIDRO”

AUTORES

Caicedo Montes María Alejandra
e1313032615@live.uleam.edu.ec
Cedeño Zambrano Rita Elena
e1314490812@live.uleam.edu.ec
Chica Nevárez Milena
e1351521073@live.uleam.edu.ec
Moreira Zambrano José
e1311917700@live.uleam.edu.ec
Plaza Barberán Gema
1312472333@live.uleam.edu.ec
Posligua Panta Carlos
e1313971341@live.uleam.edu.ec
Rosales Vélez Adamarys
e1313972851@live.uleam.edu.ec
Zambrano Vélez David
e1350228209@live.uleam.edu.ec

TUTORA

Dra. Lilia Villacis Zambrano
lilia.villacis@uleam.edu.ec

RESUMEN

La gestión de los recursos de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad institucional que permite, a partir de representación integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente. El artículo investiga algunos conceptos sobre la gestión de los recursos calidad, los modelos de medición más utilizados y su aplicabilidad en empresas de servicio. El propósito es analizar cómo la gestión de los recursos para la construcción de un museo de calidad puede usarse, a partir de la comunidad, como elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. La metodología se basa en un proceso reflexivo a la luz de las teorías más relevantes expuestas en la literatura académica y del diagnóstico que se recogió a través de las encuestas en la comunidad. Las mismas se tabularon por el SPS 21, desde una análisis cuantitativo y cualitativo. Las conclusiones indican que la gestión de un museo es de vital importancia para la población el mismo que servirá de vehículo turístico para alcanzar ventajas competitivas, eficiencia y productividad a través del funcionamiento con la colaboración de la comunidad, dejando perspectivas de asumir la cultura montubia como una identidad del pueblos y el cantón Sucre.

Palabras claves: Gestión, calidad, conocimiento, estrategia, museo, recurso

SUMMARY

The management of quality resources is today a strategy to boost the institutional competitiveness that allows, from integral representation, to observe the organization as a set of interrelated processes whose ultimate goal is, among others, to achieve customer satisfaction. The article investigates some concepts about the management of quality resources, the most used measurement models and their applicability in service companies. The purpose is to analyze how the management of resources for the construction of a quality museum can be used, from the community, as a key element for the development of organizations. The methodology is based on a reflexive process in light of the most relevant theories exposed in the academic literature and the diagnosis that was collected through the surveys in the community. The SPS 21, from a quantitative and qualitative analysis, tabulated them. The conclusions indicate that the management of a museum is of vital importance for the population that will serve as a tourist vehicle to achieve competitive advantages, efficiency and productivity through the operation with the collaboration of the community, leaving perspectives of assuming the montubia culture as an identity of the towns and the canton Sucre.

Keywords: Management, quality, knowledge, strategy, museum, resource

INTRODUCCIÓN.

El Turismo en el Ecuador posee innumerables zonas de grandes atractivos turísticos que se destacan por su diversidad y es muy rico gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. En cuanto al ecoturismo, el Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, lo que genera una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación.

El Ecuador no sólo es rico en naturaleza también es rico en su gente, pues su territorio hay 14 grupos de nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples. Con el fin de proteger espacios naturales el Estado ecuatoriano ha declarado la existencia de 10 parques nacionales, 14 reservas naturales y un refugio silvestre, todos protegidos por el gobierno. La parroquia San Isidro no sólo es el eslabón rural del cantón Sucre, sino de los pocos auténticos que quedan a Manabí y al Ecuador.

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. San Isidro tiene enorme potencial para el ecoturismo y el agroturismo, sus caminos, fincas, sembríos, cascadas, senderos y montañas están a la espera de la inversión privada para explotar sus maravillas.

William Lacy-swing (2015) afirma. “**Gestión de Recursos** tiene a su cargo el establecimiento e implementación de políticas de recursos humanos, financieros y de tecnología de información necesarias para que la entidad pueda llevar a cabo eficazmente sus actividades. Este Departamento se ocupa de: a) establecer e implementar políticas que garanticen una sólida gestión financiera y del personal; b) formular propuestas financieras y presupuestarias para su difusión a interlocutores internos y externos; c) coordinar las políticas administrativas, de tecnología de información, de personal y de finanzas; y d) prestar asistencia al Director General en la toma de decisiones globales en materia de gestión.”

La casa montubia es un patrimonio, sistema de representación que se basa también en esa externalidad cultural. Las metonimias, las reliquias que lo constituyen son objetos, lugares o manifestaciones, procedentes de la naturaleza virgen, o indómita (por oposición al espacio domesticado por la cultura), del pasado (como tiempo fuera del tiempo, por oposición, no al tiempo presente, sino al tiempo percibido como presente), o de la genialidad (normalmente creativa, pero también destructiva, como expresión de la excepcionalidad, de la superación, en algún sentido, de los límites de la condición humana culturalmente establecidos).

Según Rodrigo Witker B Tanto los museos como los centros y espacios culturales se han caracterizados actualmente (y en su mayoría), como lugares abiertos a la construcción de sentidos y subjetividades y que están a servicio de la sociedad. Por lo tanto, son espacios de diálogo, de interacción, de aprendizaje y de diversión. Lograr tales características, exige de sus directivos y administradores, estrategias que tengan en cuenta una gestión creativa y flexible, orientada a los intereses del público y a los cambios socio-culturales. En este esfuerzo de tornar a los museos en “un espacio para todos”, poco a poco, se ha logrado que la imagen estereotipada que todavía persiste de los mismos -, como lugares donde se guardan “cosas” antiguas, aburridas y sin propósito -, empiece a dar lugar a un ambiente más receptivo e interesante, por no decirlo, más democrático. “Hoy en día, el éxito de un museo está directamente relacionado con la optimización de los recursos de los que dispone y la habilidad que tiene para identificar y orientar sus potencialidades a fin de alcanzar sus objetivos de gestión. En consecuencia, es necesario que los museos establezcan claramente los lineamientos de las mismas y saber explorar las potencialidades de las herramientas tecnológicas, siendo este, un reto que aún debe superar algunas de estas instituciones.

La gestión basada en los procesos es un enfoque que se centra en la atención de las actividades de la organización para optimizarlas (Naranjo, 2010), así como en el control de los mismos, prediciendo el resultado de los procesos que se desarrollan y a la vez asegurando la calidad de lo que se está haciendo (Bravo, 2009). Coexiste con la administración funcional, asignando propietarios a los procesos claves, haciendo

posible una gestión internacional generadora de valor para el cliente y que, por tanto, procura su satisfacción (García, 2010).

Para lograrlo exitosamente, se hace imprescindible optimizar el sistema de procesos graduales, vinculados a satisfacer al cliente o consumidor interesados en los productos comercializados, logrando reconocimiento organizacional y el posicionamiento de la imagen corporativa en el mercado. Obtener beneficios con la aplicación consecuente de la gestión de calidad a través de procesos como alinear e integrar los resultados planificados y la capacidad para concentrar los esfuerzos en eficacia, eficiencia y flexibilidad, es contribuir al mejoramiento del desempeño de la empresa y su crecimiento (Wagner et al, 2014)

MATERIAL Y METODOS

Esta investigación será cualitativa y cuantitativa porque se encargara de analizar la gestión de recursos y como estos contribuirán en la construcción de la casa montubia. Se utilizaran método teórico y método empírico El método teórico utilizaremos el análisis y la síntesis. El análisis se enfocara en hacer una descripción de recursos y el impacto que generara en la construcción de la casa montubia; la síntesis abordara las conclusiones de las teorías encontradas. En el método empírico se utilizara la encuesta para obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Se empleara el cuestionario para realizar la encuesta.

Se utilizó el método descriptivo, según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010): “El estudio descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis”. De ahí se infiere que se requiere conocer el contexto, las tradiciones, las creencias, las prácticas, por medio de una descripción exacta de las formas de interactuar de la población seleccionada. Así mismo Vásquez (2013) amplía el concepto de lo descriptivo, cuando sostiene que: Describir es pintar con palabras, dibujar con lenguaje lo que ven nuestros ojos, delinear con cuidado: rasgo a rasgo, detalle a detalle. Volver nuestra mirada una lupa, una lente afinadísima para no pasar por alto, para no dejar de lado aspectos o elementos fundamentales de alguien, de cierto hecho o cierta situación. La muestra será no probabilístico porque seleccionaremos a una cierta cantidad y nuestro muestreo será discrecional porque los elementos elegidos son sobre lo que se cree aportar a la investigación

El desarrollo de la presente investigación está estructurado en 5 fases:

Fase 1. Realizar una revisión bibliográfica que se fundamente en el estado del arte y la práctica investigativa.

Fase 2. Investigar el nivel de conocimiento de la gestión para la construcción de un museo que tiene la población de San Isidro

Fase 3. Comprobar si aún se puede gestionar el museo con ayudas de ONG y de los GADS la que permitirá a los habitantes y turista pueda resguardar la cultura ancestral del pueblo de San Isidro.

Fase 4. Analizar el nivel de información que tiene la población joven de San Isidro desde los referentes que les transmiten los padres, la recolección de vestigios que hace grande al pueblo y las influencias del exterior en el constante cambio social.

Fase 5. Proponer la construcción de un museo que permita guardar la memoria histórica que ayude mantener las raíces, identidad dando una visión turística al pueblo de San Isidro .

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

Lectura científica: Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial reuniendo aportaciones de diversos autores y

el análisis de técnicas que permitan evaluar niveles de conocimiento y preparación para construir y mantener un museo histórico etnográfico

Se aplicó una encuesta tomando como referencia una muestra de 44 personas de la parroquia de San Isidro para identificar el interés que tienen los adultos para que los jóvenes conozcan sus tradiciones con la finalidad de identificar la ventaja y conocimiento de construir un museo donde se perpetúen los lugares ancestrales. Para ello se utilizó el software estadístico SPSS 21.00 para procesar la encuesta y realizar el análisis de los resultados obtenidos.

RESULTADOS

¿POR QUE MOTIVO HA VISITADO HOY EL MUSEO?					
		F	%	%válido	% acumulado
V	Enseñar museo a amigos.F	9	20,5	20,5	20,5
	Motivo profesionales E	4	9,1	9,1	29,5
	Visita Turística	13	29,5	29,5	59,1
	Ocupar el tiempo libre	4	9,1	9,1	68,2
	Ver algo en concretó	1	2,3	2,3	70,5
	Verificar la cultura ancestral	13	29,5	29,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Como se puede observar de los 44 entrevistados el 29.55% que son 13 de ellos manifestaron que los lugares más visitados corresponde a las visitas turísticas como también a la verificación de la cultura ancestral, el 20,5% que son 9 de ellos se identifican como enseñar museos a familiares y amigos seguido del 9,1% que son el 4 de ellos se menciona por el motivo de profesionales o estudio al igual que ocupar el tiempo libre y por último el 2,3% que es 1 de ellos por ver algo en concretó.

¿CUANDO VISITAS MUSEOS QUIENES TE ACOMPAÑAN?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familia o amigos	35	79,5	79,5	79,5
	Solo	1	2,3	2,3	81,8
	Grupo organizado	5	11,4	11,4	93,2
	Con otras personas	3	6,8	6,8	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Se evidencia que los 44 entrevistados el 79.5% que son 35 de ellos manifestaron sus acompañantes al visitar un museo corresponde a la familia o amigos, el 11,4% que son 5 de ellos se identifican como grupo organizado seguido del 6,8% que son el 3 de ellos se menciona con otras personas y por último el 2,3% que es 1 de ellos por solo.

¿CUALES SON LAS ESTRATEGIAS QUE UTILIZAN COMO MUSEO PARA ATRAER MAS PUBLICO O RETENER AL QUE YA TIENEN?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Propaganda	10	22,7	22,7	22,7

	Visitas educativas	16	36,4	36,4	59,1
	Socialización	18	40,9	40,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

De los 44 entrevistados el 40.95% que son 18 de ellos manifestaron que las estrategias que utilizarían como museo para atraer más público o retener al que ya tienen corresponde a la socialización, el 36,4% que son 16 de ellos se identifican como visitas educativas seguido del 22,7% que son el 10 de ellos se menciona con propagandas.

DENTRO DE LA PARROQUIA, CANTON ¿EXISTEN ORGANIZACIONES CULTURALES, PROYECCIONES DE MUSEOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	22	50,0	51,2	51,2
	NO	17	38,6	39,5	90,7
	ALGUNAS V	4	9,1	9,3	100,0
	Total	43	97,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,3		
Total		44	100,0		

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Se evidencia que loa 44 entrevistados el 50.0% que 22 de ellos manifestaron que dentro de la parroquia, SI existen organizaciones culturales y proyecciones de museos, seguido del 38,6% que son 17 de ellos se identifican que NO y el 9,1% que son 4 de ellos ALGUNAS VECES.

¿CUAL ES LA FUNCION DE UN MUSEO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
V	Crear conciencia de cultura	13	29,5	29,5	29,5
	Educación	7	15,9	15,9	45,5
	Potenciar lo nuestro	12	27,3	27,3	72,7
	Potenciar el turismo	12	27,3	27,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Como se puede observar de los 44 entrevistados el 29.5% que son 13 de ellos manifestaron que la función de un museo corresponde a la creación de conciencia de la cultura, el 27,3% que son 12 de ellos se identifican como potenciar lo nuestro y el turismo seguido del 15,9% que son 7 de ellos se menciona por el tema de educar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	43	97,7	97,7	97,7
	NO	1	2,3	2,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Se puede evidenciar de los 44 entrevistados el 97.7% que son 43 de ellos manifestaron que SI consideran una buena gestión crear un museo en la ciudad y el 2,3% que es 1 de ellos que NO.

<u>¿LA ADMINISTRACION DE UN MUSEO EN TU CIUDADES RENTABLE PARA LA POBLACION Y LOS TURISTAS?</u>					
		F	%	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI		75.0	76.7	76.7
	NO		6.8	7.0	83.7
	ALGUNAS VECES		15.9	16.3	100.0
	Total		97.7	100.0	
Perdidos	Sistema		2.3		
Total		44	100,0		

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Se constata que los 44 entrevistados den un resultado del 75% que son 33 de ellos manifestaron que la administración de un museo en la ciudad SI es rentable para la población y los turistas, el 15,9% que son 7 se manifiestan con ALGUNAS VECES y el 6,8% que son 3 de ellos se identifican como NO.

¿PARA QUE SIRVE UN MUSEO?		F	%	%válido	%acumulado
Válido	RECOPILAR PIEZAS ARQUEOLOGICAS	20	5,5	45,5	45,5
	GUARDAR NUESTRA CULTURA	9	0,5	20,5	65,9
	DESARROLLO CULTURAL Y EDUCATIVO	6	3,6	13,6	79,5
	SERVICIO A LA C	6	3,6	13,6	93,2
	INVESTIGACION	1	3,3	2,3	95,5
	TESTIMONIO	2	3,5	4,5	100,0
Total		444	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Como se puede verificar que los 44 entrevistados el 45.5% que son 20 de ellos manifestaron que los museos sirven para recopilar piezas arqueológicas, el 20.5% que son 9 de ellos se identifican como guardar nuestra cultura seguido del 13.6% que son el 6 de ellos se menciona por el desarrollo cultural y educativo conjuntamente al servicio a la comunidad, el 4.5% que son 2 de ellos representan los testimonios de los ancestros y el 2,3 que es el 1 de ellos la investigación.

¿EXISTEN INSTRUMENTOS, ESPACIOS, OBJETOS EN QUE SE HAN PODIDO CONOCER LAS OPINIONES Y PERCEPCIONES DE LOS VISITANTES?					
		F	%	% válido	% acumulado
Válido	SI	25	56,8	59,5	59,5
	NO	10	22,7	23,8	83,3
	MUY .P	7	15,9	16,7	100,0
	Total	42	95,5	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,5		
Total		44	100,0		

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Como se puede observar de los 44 entrevistados el 56.8% que son 25 de ellos manifestaron que SI existen instrumentos, espacios, objetos en que se han podido conocer las opiniones y percepciones de los visitantes, el 22,7% que son 10 de ellos se identifican que NO y por último el 15,9% que es 7 de ellos muy pocos.

¿QUE TIPO DE EXHIBICIONES TE GUSTARIA VER EN UN MUSEO?					
		F	%	%válido	% acumulado
Válido	CULTURAL	23	52,3	53,5	53,5
	ARTISTICO	13	29,5	30,2	83,7
	ANTROPOLOGICO	7	15,9	16,3	100,0
	Total	43	97,7	100,0	

P	Sistema		2,3		
Total		4	100,0		

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Como se puede observar de los 44 entrevistados el 52.3% que son 23 de ellos manifestaron que el tipo de exhibiciones que les gustaría tener en el museo seria cultural, el 29.5% que son 13 de ellos se identifican artístico y el 15.9% que son 7 de ellos antropológico.

¿LA COMUNIDAD ESTA PREPARADA TECNICAS Y PRÁCTICAS RELATIVAS AL FUNCIONAMIENTO DE UN MUSEO?

		F	%	% válido	% acumulado
Válido	SI	29	65,9	67,4	67,4
	NO	4	9,1	9,3	76,7
	MUY POCO	10	22,7	23,3	100,0
	Total	43	97,7	100,0	
P	Sistema	1	2,3		
Total		44	100,0		

¿IRIAS A UN MUSEO MUCHAS VECES?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	40	90,9	90,9	90,9
	NO	3	6,8	6,8	97,7
	MUY POCO	1	2,3	2,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Como se puede observar de los 44 entrevistados el 65.9% que son 29 de ellos manifestaron que la comunidad SI está preparada técnica y practicas relativas al funcionamiento de un museo, el 22.7% que son 10 de ellos se identificaron como MUY POCO el tiempo libre y por último el 9.1% que es 4 de ellos diagnosticaron que NO.

Como se puede observar de los 44 entrevistados el 90.9% que son 40 de ellos manifestaron que SI irían al museo muchas veces mientras que el 6.8% que son 3 de ellos respondieron que NO.

5. DISCUSIÓN Se evidencia que los museos tienen gran importancia para la población cuando se hacen paseos turísticos, educativos, familiares, culturales con la finalidad de conocer la diversidad de cultura que fueron acentuadas en el sitio, teniendo en cuenta que son aportes tanto social, económico, político, religioso dejando entre ver la importancia que tiene el contar con un lugar histórico para estudio de las nuevas generaciones. Lo que evidencia estos lugares aun como sitio de estudio y profundización de la cultura, cabe recalcar que es de gran importancia que se potencie estos sitios culturales para concienciar la identidad del pueblo a través de los valores culturales. Según el diagnóstico realizado las personas prefieren visitar los museos en compañía tanto de familiares, amigos o grupos organizados esto les permitirá interactuar entre ellos y compartir los conocimientos adquiridos en el recorrido que este mantenga. Se percibe que la socialización sería la mejor estrategia para atraer más público o retener al que ya se tiene, esta se encargaría de hacer conocer el ¿Por qué? Y ¿Para qué? se realiza esta gestión y en que beneficiaría a la comunidad, así dando a conocer más circunstancialmente sobre la cultura ancestral. Se puede evidenciar hay un gran porcentaje que afirma que si existen organizaciones culturales y proyecciones de museo que se encargan de transmitir una identidad cultural mediante el contenido de las obras que engloban los valores, tabúes, cuestiones sociales y sobre todo la cultura montubia. Se demuestra que la función de un museo es crear conciencia sobre la cultura, potenciar lo nuestro y el turismo; es situar a los visitantes dentro de su mundo, para que tomen conciencia de su cultura, raíces ancestrales, el museo debe ser siempre un instrumento al servicio de la comunidad. Se comprueba que la construcción de un museo sería una muy buena gestión en esta parroquia puesto que les permitirá conocer y recuperar la cultura ancestral, darle valor e importancia, un gran porcentaje está a favor de la rentabilidad que tendría un museo para la población y turistas puesto que su papel fundamental es promover la diversidad cultural y la interacción tan necesaria entre patrimonio cultural y desarrollo cultural. Los museos son lugares indicados para promover el turismo local, para que los residentes conozcan lo que son, se reconozcan y comiencen a enseñárselos a aquellos visitantes que han llegado atraídos con la curiosidad de conocer una nueva cultura. Los resultados de esta encuesta favorecen mucho a los encargados del manejo del museo, ya que la mayor parte de los encuestados dijeron que sí pagarían por entrar al museo, este dinero o fondos estarían destinados al mantenimiento y funcionamiento de éste como tal. La idea del museo en San Isidro es justamente rescatar la cultura montubia que nos caracteriza como Manabitas, es por eso que es favorable que las respuestas de los habitantes en su mayoría sean de carácter cultural. Y esto es lo que se lo hace más importante, no contamos con un museo de esta índole en nuestro sector. Gracias a estas respuestas se pudo constatar la falta que hace un biblioteca, un centro de actividades para adolescentes, esto nos ayuda a tener ideas claras, una vez que esté en marcha la casa montubia, si tenemos la ayuda de la comunidad podríamos llevar en marcha estas actividades para fomentar la educación y el desarrollo turístico.

Se puede evidenciar que un museo es una institución dedicada a la adquisición, conservación, estudio y exposición de objetos de valor relacionados con la ciencia y el arte o de objetos culturalmente importantes para el desarrollo de los conocimientos humanos, que está al servicio de la sociedad, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica, expone o exhibe, con propósitos de estudio y educación.

CONCLUSIÓN

En el artículo científico podemos constatar que la problemática debatida se centra en la falta de ubicación territorial por parte de las entidades públicas, las mismas que deben

otorgar atención a estos proyectos para así poder facilitar y resolver cualquier inconveniente; en la organización se debe gestionar los recursos tanto financieros como humanitarios para promover el avance del proyecto, además se debe mencionar que dicho proyecto reflejado en este artículo debe ubicarse en una zona central de la parroquia San Isidro para poder promover la economía del sector y el turismo.

Una vez que el museo este ubicado en la parroquia de San Isidro, tendrá una gran aceptación por sus moradores como lo demuestran los resultados, Se evidencia que los museos sirven para recopilar piezas arqueológicas, guardar nuestra cultura, desarrollo cultural y educativo pues los museos están vinculados directamente con la memoria histórica y social de un pueblo y país, pues por ellas se construye la memoria colectiva, conservar y actualizar informaciones pasadas, que pueden volverse objeto comunicativo a través del lenguaje escrito o hablado

La gestión de recursos es la implementación eficiente y eficaz de los patrimonios de una organización sean estos recursos financieros, inventario, habilidades humanas, los recursos de producción, o tecnología de la información cuando se habla de gestionar se entiende como un proceso de trabajo con ello podemos implementar técnicas para poner en funcionamiento dicho proyecto.

RECOMENDACIONES

Es indispensable tener un museo etnográfico, para tanto para la población como para los turistas como referente, cultural.

Estar preparados para el funcionamiento del museo es lo primero que deben tener en cuenta los habitantes de esta parroquia, cuidar y hacer prosperar al museo, es lo que los ayudará a crecer económica y culturalmente. Una vez que el museo tenga un funcionamiento estable, empezará a mejorar el desarrollo de esta parroquia

la intención de encontrar un mecanismo dinamizador de la economía local y regional, mediante la participación activa de las comunidades montubias organizadas, es decir un museo que permite plasmar la cultura de esta forma contribuirá en la disminución en los índices de migración de las localidades participantes, en virtud que los habitantes de esta zona tendrán acceso a fuentes de trabajo y producción a base de la actividad turística conservando y fortaleciendo las raíces de su identidad cultural y elevar el autoestima de la población.

BIBLIOGRAFÍA

Bravo, J. (2009). Gestión de procesos. Chile: Evolución S.A.

Cuatrecasas, L. (2010). Gestión Competitiva de Stocks y Procesos de Producción,. Barcelona: Gestión 2000 S.A.

Lamas Claudia y Ernesto, Gestión de la radio comunitaria y ciudadana, Quito, AMARC, 1998.

Landeta, N; Ojeda, F. (2009); [Tesis](#) Espol, "Ruta Cultural – Gastronómica Montubio de Jipijapa – La Pila – Montecristi", S.A; pp.20-42.

Wellington Paredes Ramirez, "¿Quiénes son los Montubios?: Hay que conocer y reconocer cómo son los montubios" En: Doble vía y reencuentro: *La Relación campo-ciudad: La tarea sociocultural e histórica de conocer, reconocer y valorar el agro y los montubios*. Guayaquil, 2007. 92p

. Iriarte Céspedes, Fernando (22 de julio de 2004). Cultura y turismo cultural. Sitio [Web](#) de la comunidad académica Monografías.Com ""El centro de [recursos](#) educativos más amplio de la [red](#)". <http://www.monografias.com>

Gurria Di Bella, Manuel. (1991): [Introducción](#) al Turismo. Ed. Trillas. [México](#)).

Figuroa Colvin, Jorge (27 de octubre de 2000). Economía turística. Sitio Web de la comunidad académica Monografías.Com
<http://www.monografias.com/trabajos5/ecotu/ecotu.shtml>

Wagner, C.; Groene, O.; Thompson, C. A.; Klazinga, N. S.; Dersarkissian, M.; Arah, O. A., ... & Lombarts, M. J. M. H. (2014). Development and validation of an index to assess hospital quality management systems. International Journal for Quality in Health Care

. Zleider, James y Pearsall, Deborah, Investigaciones Arqueológicas en el Valle del Río Jama 1998.

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3174/1/TESIS%20FINAL%2027%20ENERO%20PDF.pdf>

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2005000100002

LA REDACCIÓN DE LA LECTURA FORMAL EN EL ÁREA TURÍSTICA

AUTORES:

José Fernando Vasconez Macías
 e1350062046@live.uleam.edu.ec
 Edwin Alexander Guerrero Guerrero
 e0930568399@live.uleam.edu.ec
 Lisbeth Monserrate García Bravo
 e1351228752@live.uleam.edu.ec
 Kelly Dayana Álvarez Cedeño
 e1850271899@live.uleam.edu.ec
 Fabiola Yasmilet Pincay Intriago
 e1351539505@live.uleam.edu.ec
 Jean Carlos Mañay Palacios
 e1311490823@live.uleam.edu.ec
 Pedro Pablo Zambrano Zambrano
 e0941120321@live.uleam.edu.ec
 Yraida Noelia Arcila Arturo
 e1313112110@live.uleam.edu.ec
 Yumara Milena Silva Paladines
 e1350731103@live.uleam.edu.ec
 Samanta Chávez Constante

e1315425543@live.ulead.edu.ec

TUTORA:

Dra. Lilia_Villacis Zambrano

lilia.villacis@uleam.edu.ec

Yoselin Liceth Delgado Caicedo

decayoli95@gmail.com

RESUMEN

El siguiente artículo tratado respecto al tema “la redacción de la lectura formal en el área turística” realizando encuestas, hacia los alumnos de diferentes cursos de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí. Se usó el método estadístico descriptivo y se usó SPSS 21 para la tabulación de encuesta cuya finalidad es dar a conocer el conocimiento en cuanto a la relación de la lectura formal en el área. Entre los principales resultados se encuentra que el 67.77%, personas dijeron que al finalizar una lectura si dan una opinión crítica del texto, el 17.77%, que no y por último el 14.44% manifestó que lo hace con frecuencia. En lo que corresponde a si cree que es necesario implementar técnicas activas para mejorar la comprensión, lectura y desarrollar el razonamiento lógico verbal el 85.55% respondieron que sí, el 10% que no y el 4.44% con frecuencia. Referente a los resultados obtenidos cabe mencionar que existe un grupo de estudiantes que practican la redacción a menudo lo cual causa en ellos un efecto positivo hacia la redacción que incluso a futuro podrían realizar escritos académicos, científicos y entre otros.

Palabras claves: Redacción, lectura formal

ABSTRACT

The following article dealt with the subject "the writing of the formal reading in the tourist area" conducting surveys, towards the students of different courses of the Lay University "Eloy Alfaro" of Manabí. The descriptive statistical method was used and SPSS 21 was used for the tabulation of the survey whose purpose is to make known the knowledge regarding the relation of the formal reading in the area. Among the main results is that 67.77%, people said that at the end of a reading if they give a critical opinion of the text, 17.77%, no, and lastly 14.44% said that they do it frequently. In what corresponds to if you think it is necessary to implement active techniques to improve compression, reading and develop verbal logical reasoning, 85.55% answered yes, 10% no, and 4.44% answered frequently. Regarding the results obtained, it is worth mentioning that there is a group of students who practice writing often, which causes them to have a positive effect on the writing that even in the future they could write academic, scientific and among others.

Keywords: Writing, formal reading

INTRODUCCIÓN

Existen varias formas para hacer una correcta redacción, esto es de gran ayuda para desarrollar una lectura comprensiva y analítica, por esta razón se realizó una técnica de encuestas a una muestra de estudiantes de la ULEAM extensión bahía de Caráquez.

“Redactar significa compilar las ideas en un texto. En un sentido más preciso consiste en expresar por escrito los pensamientos o conocimientos ordenados con anterioridad. Ieñigo (2014)

El redactor es la persona que desarrolla un contenido escrito producto de un raciocinio; un escritor, un profesional de este tema, que toma en cuenta todos los requisitos de la escritura y de la composición correcta. En contextos, es una categoría profesional dentro de los medios de comunicación y de difusión.

Además, redacción es la acción de escribir correctamente argumentando una serie de ideas o pensamientos que además de tener relación entre sí, tienen una respectiva sucesión para llegar a una conclusión final o desenlace.”

La redacción es una acción argumentativa y eficaz, la cual se lleva a cabo leyendo y deduciendo las ideas principales y secundarias de un texto. Hasta llegar a una conclusión coherente. Es importante conocer que la redacción es una fundamental categoría profesional, dentro de los medios de comunicación y de difusión. En el caso del redactor; quien es la persona encargada de desarrollar un contenido, tomando en cuenta los requisitos que conlleva como es la escritura y la composición verídica.

(Cortés, 2014) Afirma que “Leer es siempre un acto personal, pero el interés está vinculado con distintos factores, uno de ellos es el desarrollo de las herramientas aplicadas y compartidas durante la formación formal.

Elsa Cortés, profesora de Literatura de Liceo Los Andes, explica que desde su curso trabaja con sus estudiantes para inquietarlos en la lectura y mostrarles cómo ser críticos ante la sociedad a través de la ciencia ficción. Cortés considera que lo más complicado para sus alumnos, es comprender libros llenos de figuras literarias por lo que, dice, es necesario que el profesor se aproxime al lenguaje que manejan sus estudiantes para que los ayude a comprender y manejar la estructura de un texto, los elementos narrativos, dramáticos y el análisis poético. Es así que entre las herramientas que utiliza en clases hay videos, ‘tuits’, memes, música, arte. “Todo lo que pueda ayudarlos a comprender el tema de lectura”.

La lectura formal está vinculada a diferentes factores, los cuales son de gran ayuda para desarrollar una lectura comprensiva y analítica. Y además se enfoca en desarrollar técnicas actualizadas, para atraer a la juventud hacia el camino literario, como es el de la lectura. Es importante distinguir las figuras literarias para poder entender y manejar las definiciones y estructuras del texto. Los jóvenes de hoy en día son esclavos de las redes sociales, por eso es importante encontrar métodos eficaces y actualizados para llamar la atención de ellos.

Duque, la redacción (1999) afirma que “Todo proceso de aprendizaje aprender a aprender pasa por un ejercicio de construcción de ideas y pensamientos, como requisito indispensable para luego comunicarlos verbalmente o por escrito. Esto significa que, para expresarse con originalidad, se requiere organizar el pensamiento; es decir, poner en orden los datos que se desea manejar en la presentación oral o escrita de un asunto. Escribe claro, pues, quien piensa claro; y éste es el punto de partida de todas nuestras propuestas académicas en el campo de la comunicación escrita, que van desde talleres de lectura y redacción hasta la asesoría de trabajos de tesis, pasando desde luego por el ejercicio de formación profesional para la práctica del periodismo y de la comunicación social.”

La redacción es importante para aprendizaje de aprender paso de un ejercicio de construir una idea y luego de comunicar verbal o textual que está escribiendo de un asunto claro, pensamiento de una persona, y este es el punto de partida, de una lectura, y redacción hasta de un trabajo de tesis, de un profesional para manejar de datos para practicar del periodismo y de comunicación social y la comunicación es un proceso formativo de profesional en cualquier área del saber científico, tecnológico o humanístico .

Bustamante (2015) afirma que el objetivo de la lectura formal es “Evaluar el avance de las letras del programa, en palabras, frases y oraciones, donde el profesor pueda monitorear la calidad y fluidez lectora del alumno, de manera individual y formal.

Es importante, en cada reunión de coordinación, llevar este registro y compararlo con los resultados de lecturas que mensualmente evalúa la Coordinadora o Directora del colegio para establecer un plan de acción con los alumnos que no tienen una lectura adecuada.”

La investigación educativa manifiesta la gran complejidad por la que atraviesa la ciencia educativa en su conjunto. Esta situación no sólo da cuenta de la necesidad de superar de ciertos fenómenos que se vislumbran en crisis y estancamiento.

“Existen diversas formas para redactar un texto, las cuales se dividen tres categorías básicas:

- 1) Una mejor enseñanza y aprendizaje
- 2) Actividad académica personal
- 3) Desafíos de acreditación “(Vega, 2018-01-01)

Es importante aplicarlas al momento de redactar un texto, ya que ayudara a los demás a tener una mejor comprensión y análisis crítico acerca del mismo.

“En la educación (teóricos, pedagogos, Ministerio de Educación etc.) en las últimas tres décadas se presenta una preocupación respecto a la mejor forma de conciliar en la enseñanza de la lectura (y escritura) algunos de los aspectos que caracterizan el aprendizaje informal y el aprendizaje formal” (Aristizábal, 2009-01-01)

En las ultimas 3 décadas la educación presenta una preocupación según Aristizabal, porque en la sociedad ha disminuido el interés por la lectura y escritura, debido a que les da poca importancia.

Los pedagogos teóricos y ministerio de educación deben implementar nuevas técnicas de aprendizaje, que incluye creatividad para llamar la atención de la sociedad actual.

“Redactar es poner por escrito pensamientos, conocimientos o hechos, de una forma ordenada y con el objetivo de producir un determinado efecto en el lector. Etimológicamente el término redactar proviene del latín redactum que significa compilar, poner en orden y, para la inmensa mayoría de los autores que han estudiado con profundidad este tema, este “poner en orden” está relacionado directamente con el pensar, ya que antes del acto de la escritura debe existir un pensamiento (preferentemente ordenado)“ (Víctor Curto, Juan Rey, Joan Sabaté, 2008)

La redacción como nos dice Víctor Curto, Juan Rey, Joan Sabaté, es importante para una buena elaboración del tema que vayamos a escribir de manera eficaz, y ordenada estructurando toda la información necesaria para su elaboración.

Teniendo material como: libros, revistas científicas, y publicaciones, con temas que se vaya a realizar con citas de autores respectivamente, para extraer lo más importante de todo eso e interpretarlo con un pensamiento analítico y formal, y su contenido este bien estructurado.

“Lenguaje utilizado en situaciones formales, que requieren protocolo en su forma. Así, es importante una correcta pronunciación, un adecuado vocabulario y estructuración de las oraciones. Se omiten las muletillas, vulgarismos, modismos y jergas. . (Ávila, 2012)

Es necesario entender que la lectura formal como nos dice Ávila, puede valorarse desde dos perspectivas: como medio y como fin. Como el primero, es la utilización de esta actividad verbal como método o técnica en la enseñanza de la lengua u en otros fines; mientras que como el segundo no es más que la habilidad generalizada de leer. Puesto que se manifiesta en voz alta, siendo agradable para quien lee y quien escucha, respetando las reglas de lectura.

Es indispensable la importancia que contiene esta lectura formal a la hora de realizar su contenido porque debe contener en su estructura fluidez y calidad lectora de manera individual y formal. Leer es importante para un uso personal y general, para el desarrollo de la formación formal y académica.

“El uso del lenguaje escrito implica la capacidad para aprender cosas nuevas mediante la lectura y la capacidad para exponer nuestros pensamientos por escrito. La lectura exige coordinar una amplia variedad de actividades complejas, algunas implicadas en asignar un significado a los símbolos escritos y otras, en la interpretación del significado del texto. Aprender a leer requiere el uso del lenguaje de manera más consciente, formal, deliberada y descontextualiza”. (Ramirez, 2000)

Leer para aprender es indispensable porque a partir de allí puede ser autodidáctica hasta insertarte en el sistema. Sin esa competencia, estamos generando muchos niños y adolescentes que van con muchas frustraciones personales, de integración social y laboral. Sin leer ni escribir extender textos es muy difícil progresar en ninguna área.

La iniciativa del artículo, es cuestión de incidir conocimientos científicos, por medio de la investigación y de esa manera al momento de utilizar o redactar un artículo, se obtenga la menor probabilidad de correcciones y poder publicarlo. Por tal razón el objetivo del presente trabajo es dar a conocer el conocimiento en cuanto a la relación de la lectura formal en el área

MATERIALES Y METODOS

El grupo de trabajo empleó a los estudiantes de la ULEAM dos diferentes métodos que son cualitativo y cuantitativo (Mixto) con una población de 425 estudiantes con una muestra de 90 utilizando el programa llamado SPSS y una técnica de encuestas, siendo este descriptivo y explicativo.

RESULTADOS

La encuesta posee un total de 9 preguntas con tres escalas, las cuales se encuentran en el siguiente orden: si, no y con frecuencia, entre las más relevantes se encuentran:

TABLA 1

¿Al finalizar una lectura usted da una opinión del texto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
13,00	1	33,3	33,3	33,3
16,00	1	33,3	33,3	66,7
61,00	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de la ULEAM BAHIA

Realizada: Por los estudiantes de primero de turismo

Se evidencia que en la siguiente pregunta “al finalizar una lectura usted da una opinión crítica del texto” 61 personas dijeron que si, que corresponde al 67.77%, 16 personas dijeron que no, que corresponde al 17.77%, por ultimo 13 personas dijeron que con frecuencia, que corresponde 14.44%.

TABLA 2

¿Luego de una lectura usted consulta términos desconocidos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
17,00	1	33,3	33,3	33,3
23,00	1	33,3	33,3	66,7
50,00	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de la ULEAM BAHIA

Realizada: Por los estudiantes de primero de turismo

Se evidencia que las 90 personas encuestadas que equivale al 100% de encuestas realizadas, con la siguiente pregunta: “Luego de una lectura usted consulta términos desconocidos”. Las 50 personas, lo que equivale a un 55.55% expusieron en sus respuestas que sí, las 23 personas que equivale a un 25.55% dijeron que no y los que respondieron que con frecuencia lo hacen fueron 17 que equivale a un 18.88%.

TABLA 3

¿Cree usted que es necesario implementar técnicas activas para mejorar la comprensión lectora y desarrollar el razonamiento lógico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
4,00	1	33,3	33,3	33,3
9,00	1	33,3	33,3	66,7
77,00	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de la ULEAM BAHIA

Realizada: Por los estudiantes de primero de turismo

Con el motivo de dar a conocer “¿Cree usted que es necesario implementar técnicas activas para mejorar la comprensión, lectora y desarrollar el razonamiento lógico verbal?”. Por lo que 77 personas dieron que si lo que corresponde al 85.55%, 9 dijeron que no y corresponde al 10% y 4 con frecuencia lo que corresponde al 4.44%.

TABLA 4

¿La lectura comprensiva se basa en procesos de aprendizaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
5,00	1	33,3	33,3	33,3
7,00	1	33,3	33,3	66,7
78,00	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de la ULEAM BAHIA

Realizada: Por los estudiantes de primero de turismo

Se muestra que en la siguiente pregunta, ¿La lectura comprensiva se basa en procesos de aprendizaje? 78 personas dijeron que si el cual equivale al 86.66% y 7 personas dijeron que no y este equivale al 7.77% y por ultimo 5 personas, respondieron con frecuencia el cual equivale al 5.55%

DISCUSIÓN

El 67.77% manifestaron que al finalizar una lectura dan una opinión crítica del texto, ante esto se argumenta que existen personas que buscan interpretar la lectura para así poder dar críticas constructivas u opiniones relevantes de acuerdo a la comprensión lectora. 55.55% del total de los encuestados manifestaron que después de una lectura, si consultan términos desconocidos, el cual significa que existe un grado de interés por la obtención de conocimientos y aclaramiento de dudas por parte del lector.

El 85.55%, del total de encuestados consideran que es necesario implementar técnicas para mejorar la comprensión lectora y desarrollar el razonamiento lógico verbal, esto se debe a que actualmente se está perdiendo la práctica de la lectura, generando como que

existan carencias de conocimientos y un nivel bajo de razonamiento en lo que corresponde a la habilidad verbal y comprensiva de un texto.

Estos datos indican que para obtener un nivel de lectura y aprendizaje en el desarrollo de los estudiantes par que tenga una buena comunicación. Indagamos la investigación del trabajo que se realizó en la encuesta para la lectura formal de los universitarios por lo tanto se llevó acabo concretar los porcentajes dados en las encuestas, sin embargo, la relevancia ha mostrado el nivel de lo que las personas puedan entender y memorizar.

CONCLUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos, existen varios tipos de estudiantes los que desconocen la importancia de utilizar respectivamente la redacción, al momento de realizar una lectura formal en público, pero hay estudiantes que tienen cierto conocimiento al momento de realizar una exposición, conferencia, entre otras. El 67.77%, personas dijeron que al finalizar una lectura si dan una opinión crítica del texto, el 17.77%, que no y por último el 14.44% manifestó que lo hace con frecuencia. Cabe recalcar que hay un grupo de estudiantes que practican la redacción a menudo lo cual causa en ellos un efecto positivo hacia la redacción que incluso a futuro podrían realizar escritos académicos, científicos y entre otros.

RECOMENDACIÓN

Tomar lo más conveniente a la hora de realizar algún tipo de convenciones o charla para que las personas que no estén informadas o no entiendan del tema puedan adquirir el conocimiento y la importancia de las redacciones en la lectura formal, puesto que serían técnicas y formas de desarrollo adquiridas a la hora de escribir y leer de manera adecuada.

BIBLIOGRAFÍA

Aristizábal, C. P. (2009-01-01). *Conciliando el aprendizaje formal e informal de la lectura emergente en contextos escolares*. Red Revista Colombiana de Psicología.

Avila. (2012). *Lectura formal* . bahia de caraquez.

Ávila, E. S. (2012). *LA COMPRESIÓN LECTORA DESDE UNA CONCEPCIÓN DIDÁCTICOCOGNITIVA*. Cuba : Didactica y Educacion .

Bustamante, A. (2015). *Lectura Formal*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/362035076/Lectura-Formal>

Cortés, E. (2014). *Lectura formal*. bahia de caraquez .

cruz, F. (2012). *Lectura texto: "Construcción Formal*. Obtenido de [https://wiki.ead.pucv.cl/Lectura_texto:_%22Construcci%C3%B3n_Formal_\(Fabio_Cruz\)%22](https://wiki.ead.pucv.cl/Lectura_texto:_%22Construcci%C3%B3n_Formal_(Fabio_Cruz)%22)

Duque, A. S. (1999). *la redaccion* . Mexico.

Duque, A. S. (27 de enero de 2000). *LA REDACCIÓN: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, SUS FASES*. Obtenido de http://www.posgrado.unam.mx/arquitectura/aspirantes/La_Redaccion.pdf

Gailndo, C. (2019). *recomendaciones para una buena escritura* . Mexico: Grijalbo .

Gonzalez, A. O. (2012). *lectura para todos* . CHILE : AECL.

Iñigo, A. I. (2014). *la redaccion*. bahia de caraquez .

Mutt, J. A. (2002). *La redaccion*. bahia de caraquez.

Ramirez, R. A. (2000). *Lectura Formal*. bahia de caraquez .

Vega, G. (2018-01-01). *Cómo redactar casos de estudio instruccionales* . Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Víctor Curto, Juan Rey, Joan Sabaté. (2008). *Redacción publicitaria*. Editorial UOC.

GUÍA TURÍSTICA PARA PROMOCIONAR ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LOS CANTONES SUCRE, SAN VICENTE.

AUTOR:

Gema Monserrate Mero Carrasco
gemamero92@gmail.com

TUTOR:

Lic. Leyla Vanezza Jácome Villacrés, Mg.
leyla.jacome@uleam.edu.ec

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad de aportar una guía turística que cambie el escenario económico actual y con ello justificar puesto que es debido y necesario identificar y promocionar de manera técnica los principales atractivos turísticos con los que cuentan los cantones Sucre y San Vicente, de esta manera incrementar el flujo de turistas que son visitados en estos cantones, debido a que después del desastre natural ocurrido en el año 2016 en Manabí y Esmeraldas bajó notablemente la economía y presencia de turistas tanto locales como extranjeros en los cantones mencionado, una guía debe aportar a elevar el potencial turístico de un territorio teniendo en cuenta la oferta, la demanda, las tendencias del mercado han ido creciendo e innovando, por eso es bueno informar e interpretar el patrimonio, los bienes de interés cultural y natural, y demás recursos turísticos del ámbito específico de actuación a turistas y visitantes, de manera atractiva, interactuando con ellos y despertando su interés, así como presentarles servicios de acompañamiento y Asistencia, en todo momento, se satisfagan sus expectativas de

información y de disfrute lúdico, y se cumplan los objetivos de la entidad organizadora del servicio. Los métodos de la investigación son bibliográfico, analítico descriptivo para poder darla facilidad al monto de pedir información turística y servicios que los visitantes pueden encontrar en cada uno de los destinos mostrados, dando así a conocer los puntos estratégicos donde se encuentran cada uno de ellos. El proyecto se lo realizara con el propósito de informar acerca de espacios recreativos, culturales y lugares turísticos que ofrecen los cantones, además de estos, también posee una inmensa riqueza en costumbres y tradiciones que gracias al apoyo de las autoridades locales y habitantes en general estas se mantienen.

Palabras claves: Guía, turismo, promoción, atractivos.

Abstract

The purpose of this research work is to provide a tourist guide that changes the current economic scenario and justify it because it is necessary and necessary to identify and promote in a technical manner the main tourist attractions of the cantons Sucre and San Vicente, in this way increase the flow of tourists who are visited in these cantons, because after the natural disaster occurred in 2016 in Manabí and Esmeraldas significantly reduced the economy and presence of both local and foreign tourists in the cantons mentioned, a guide must contribute to raise the tourism potential of a territory taking into account supply, demand, market trends have been growing and innovating, so it is good to inform and interpret the heritage, cultural and natural assets, and other resources of the specific scope of action to tourists and visitors, attractively going, interacting with them and awakening their interest, as well as presenting support and assistance services, at all times, meet their expectations of information and playful enjoyment, and meet the objectives of the entity organizing the service. The methods of the investigation are bibliographic, descriptive analytical to be able to give ease to the amount of request tourist information and services that the visitors can find in each one of the shown destinations, giving like this to know the strategic points where they are each one of them. The project will be carried out with the purpose of informing about recreational, cultural and tourist places offered by the cantons, besides these, it also has an immense wealth in customs and traditions that thanks to the support of the local authorities and inhabitants in general remain.

Keywords: Guide, tourism, promotion, attractions.

INTRODUCCIÓN

La característica más importante de una atracción turística es que esta sea consumida en el lugar de destino, lejos del domicilio del cliente. Esto significa que, para lograr su consumo, el cliente debe primero desplazarse hacia el producto, lo cual resume la esencia de lo que llamamos turismo: alguien moviéndose hacia un sitio en donde se halla una atracción turística de algún tipo, tal como un balneario de playa, unas pirámides indígenas, un concierto, una reserva natural o un evento deportivo. El turista viaja hacia el producto que desea experimentar (consumir) en base a la guía adquirida, un turista siempre se guía por medio de la publicidad ya sea física o digital en cualquier situación económica en que se encuentre. (Turismo en teoría, 2012)

La guía de turismo, son el salvavidas para muchas personas que visitan un lugar por primera vez. Para otros son hojas de ruta que brinda valiosa información sobre actividades, eventos, restaurantes, hoteles, transportes y otros temas de interés que no pueden faltar durante el viaje. Su contenido depende del lugar que queramos promocionar. Por ejemplo, no es igual promocionar una ciudad como Madrid que un pequeño pueblo ubicado en los Pirineos y cuyo principal atractivo son las estaciones de esquí durante el invierno. No obstante, también debes saber que, en el fondo, todas las

guías de turismo tienen más o menos las mismas categorías. (Tour Blog, 2016) La información se modifica, por supuesto, pero en la mayoría de los casos tiene que ver con: **Qué lugares ver:** sitios de interés para los visitantes, por ejemplo museos, teatros, estadios, iglesias y monumentos, entre otros.

Dónde comer: restaurantes, bares y lugares para hacer turismo gastronómico.

Platos típicos: comidas tradicionales de cada lugar.

Qué hacer: información sobre eventos, ferias, fiestas populares, rutas, discotecas, bares y otros lugares de ocio y entretenimiento.

Dónde alojarse: todo lo relacionado con hoteles, hostales, residencias, albergues, casas rurales y otros lugares con ofertas de alojamiento.

Cómo transportarse: información sobre las líneas de autobuses, metro, trenes, tranvías u otros medios de transporte.

Datos de interés: direcciones y teléfonos de servicios y emergencia, como por ejemplo policía, bomberos, hospitales, puntos de información, etc.

El objetivo de la investigación es desarrollar una Guía Turística para Promocionar Atractivos Turísticos en los Cantones Sucre y San Vicente. Para así poder dar a conocer a los turistas nacionales e internacionales lo que se ofertan los cantones Manabitas antes mencionados.

Como se sabe San Vicente es un cantón rodeado de mar, colinas, un estuario y gente emprendedora, trabajadora y amable. La accesibilidad hasta aquí es por múltiples por vías: aérea, terrestre y marina dado el privilegio de su ubicación geográfica.

El cantón San Vicente ubicado estratégicamente en la ruta E-15 del pacífico, constituido en un importante punto de destino turístico internacional, nacional y provincial, cuenta con varios lugares turísticos de sol y playa, de campo, avistamiento de aves y vista panorámica desde los diferentes miradores. (ViajandoDX, 2017)

Con la finalidad de brindar el servicio de la guía para así dar a conocer los puntos de los diferentes recursos y atractivos turísticos de los cantones manabitas

Materiales y Métodos

Dentro de la investigación se utilizarán los siguientes métodos:

Método cuantitativo. - se lo utilizará porque la intención de este método es exponer y encontrar el conocimiento ampliado de un caso mediante datos detallados y principios teóricos.

Método Inductivo. - porque a través de este método pueden analizarse situaciones particulares mediante un estudio individual de los hechos que formula conclusiones generales, que ayudan al descubrimiento de temas generalizados y teorías que parten de la observación sistemática de la realidad.

Método analítico. - se utilizará porque es un método que se encarga de desglosar las secciones que conforman la totalidad del caso a estudiar, establece las relaciones de causa, efecto y naturaleza.

Método sintético. - se utilizará este método porque se busca la reconstrucción de los componentes dispersos de un objeto o acontecimiento para estudiarlos con profundidad y crear un resumen de cada detalle (Lidefer, 2014).

En el presente proyecto se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos:

Lectura científica. - Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización del Marco Teórico.

Instrumento. - Se utilizarán organizadores gráficos, mapas conceptuales, organigramas funcionales y fichas bibliográficas para sintetizar la información.

La longitud de la investigación, se manifiesta en el estudio de diferentes variables a lo largo de un periodo determinado. (Argentina, 2008)

Donde la finalidad es analizar los atractivos turísticos más relevantes de los Cantones Sucre y San Vicente tengan la facilidad de promocionar sus productos dentro del mercado nacional e internacional.

En lo cual se dará a conocer los bosquejos y parámetros de la Guía turística como son:

Contenidos	Características
Portada	Parte externa de una Guía turística, sobresalen como título editorial etc.
Presentación	Se detallaran con un breve resumen de lo más relevante en la Guía.
Maso	Se hace un breve resumen abarcando los macro de un país o provincia en base a recursos o atractivos turísticos.
Meso	Se realiza un breve resumen dándole continuidad de maso.
Micro	Se enfoca en lo local en este caso los Cantones de Sucre y San Vicente.
Índice de contenidos	Es el contenido que tendrá la guía de turismo.
Introducción	Se hace un breve resumen acorde a lo investigado.
Tema I	Un recurso más relevante y más visitado.
Concepto que es.	Concepto de lo más significativo.
Crecimiento y avance	Como se va estructurando el avance a presentar
Ubicación de lugares	Localización de los recursos y atractivos.
Datos de interés	Las actividades que se realizan en los cantones.
Índice comparativo	Donde se hace una comparación entre lugares más visitados y con el lugar donde realiza la guía
Señaléticas o letreros ambientales	Poner en la guía las señaléticas turísticas con su significado para mayor facilidad de interpretación de los turistas

Consideraciones	Lo más visitado
Lugares más cercanos	Lugares alrededor y a que tiempo están del destino a visitar.
Productos	Como la cultura, gastronomía , producto o servicio
Datos o referencias	Se agrega datos empresariales.

	Parroquias	Sitios Naturales	Manifestaciones Culturales
Cantón Sucre	Bahía de Caráquez	3	8
	Leónidas Plaza	6	-
	San Isidro	1	-
	Charapoto	4	1
	TOTAL	14	9

Cuadro elaborado por: Javier Oyola

	PARROQUIA	CATEGORÍA	NOMBRE DEL RECURSO	JERARQUÍA	RECURSO ACTUAL / POTENCIAL	HABITADO
SAVICENTE	SAVICENTE	SITIOS NATURALES	PLAYA LOS PERALES	2	ACTUAL	SI
	SAVICENTE	SITIOS NATURALES	PLAYA PUNTA MPO	1	ACTUAL	SI
	SAVICENTE	SITIOS NATURALES	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN Y FRAGATAS	3	ACTUAL	SI
	SAVICENTE	MANIFESTACIONES CULTURALES	FESTA PATRONALES	2	POTENCIAL	P/A
	SAVICENTE	MANIFESTACIONES CULTURALES	IGLESIA SANTAROSA DE LUNA	3	ACTUAL	SI
	SAVICENTE	MANIFESTACIONES CULTURALES	FESTA SAN PEDRO Y SAN PABLO	3	POTENCIAL	P/A
	CAIDA	SITIOS NATURALES	PLAYA CAIDA	2	ACTUAL	SI
	CAIDA	SITIOS NATURALES	CABO PASADO	2	POTENCIAL	SI
	CAIDA	SITIOS NATURALES	LOS POSENTOS	2	ACTUAL	SI
	CAIDA	SITIOS NATURALES	PUERTO CABUVAL	2	POTENCIAL	SI
	CAIDA	SITIOS NATURALES	PARQUE TENATORO MICHACHO	2	ACTUAL	SI
	CAIDA	MANIFESTACIONES CULTURALES	CERVEZA ARTESANAL BESHINGO	2	ACTUAL	SI

CANTÓN	PARROQUIA	CATEGORÍA	NOMBRE DEL RECURSO	JERARQUÍA	RECURSO ACTUAL / POTENCIAL	HABILITADO
SUCRE	BAHIA DE CARAQUEZ	SITOS NATURALES	RESERVA BIOLÓGICA CERRO SECO	3	ACTUAL	SI
	BAHIA DE CARAQUEZ	SITOS NATURALES	PLAYA PASEO ROBERTO	2	ACTUAL	SI
	BAHIA DE CARAQUEZ	SITOS NATURALES	ESTUARIO DEL RÍO CHONE	2	POTENCIAL	SI
	BAHIA DE CARAQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	CASA AMERICANA	2	POTENCIAL	NO
	BAHIA DE CARAQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	CASA VELASQUEZ	2	POTENCIAL	NO
	BAHIA DE CARAQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	PUEBLO LOS CARAS	2	ACTUAL	SI
	BAHIA DE CARAQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	EL FARO	2	ACTUAL	SI
	BAHIA DE CARAQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	MIRADOR LA CRUZ	2	POTENCIAL	NO
	BAHIA DE CARAQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	CANTONIZACION DE SUCRE	3	POTENCIAL	P/A
	BAHIA DE CARAQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	FESTA SAN ROQUE	2	POTENCIAL	P/A
	BAHIA DE CARAQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	MUSEO BAHIA DE CARAQUEZ	2	ACTUAL	NO
	LEONIDAS PLAZA	SITOS NATURALES	PLAYA LA BELLACA	2	ACTUAL	SI
	LEONIDAS PLAZA	SITOS NATURALES	SAN VANDA	2	POTENCIAL	SI
	LEONIDAS PLAZA	SITOS NATURALES	PLAYA LA MESITA	2	ACTUAL	SI
	LEONIDAS PLAZA	SITOS NATURALES	PLAYA LA GRINGA	2	ACTUAL	SI
	LEONIDAS PLAZA	SITOS NATURALES	BOSQUE CORDILLERA DEL BALSAMO	3	ACTUAL	SI
	LEONIDAS PLAZA	SITOS NATURALES	PLAYA Y BOSQUE LA GORDA	3	ACTUAL	SI
	SAN VICENTE	SITOS NATURALES	CASCADA ORDE OCTUBRE	2	ACTUAL	SI
	CHARAPOTÓ	MANIFESTACIONES CULTURALES	CHIRLE	2	POTENCIAL	SI
	CHARAPOTÓ	SITOS NATURALES	MANGLAR LA BOCA	2	ACTUAL	SI
CHARAPOTÓ	SITOS NATURALES	PUNTA BIKINI	2	ACTUAL	SI	
CHARAPOTÓ	SITOS NATURALES	PLAYA SAN JACINTO	2	ACTUAL	SI	
CHARAPOTÓ	SITOS NATURALES	PLAYA SAN CLEMENTE	2	ACTUAL	SI	

Levantamiento de información realizada por la ULEAM Bahía de Caráquez. (ULEAM, 2019)

DISCUSIÓN

Las escasas guías turísticas para promocionar atractivos y recursos de los cantones Sucre y San Vicente, para así poder ofertar y potenciar los lugares de recreación como lo son turismo cultural, gastronómico, deportivo y sectores hoteleros. Identificar la literatura primaria y secundaria en relación de las guías en general, los tipos de guías para verificar para ver si existía el uso de la misma para la promoción de atractivos y recursos turísticos. Establecer cuál es la clasificación de los mismos en los cantones establecidos por categorías. Sintetizar la información que permita la promoción de los principales atractivos de las zonas antes mencionadas. La elaboración de la guía de turismo que permita dar a conocer información que ofrecen los atractivos turísticos.

CONCLUSIONES

- En los últimos años las rutas turísticas han intentado innovar en cuanto a lo que productos turísticos se refiere, lo que ha conllevado a una mayor exigencia por parte de la demanda en cuanto a la diversificación de la oferta en base a las guía de turismo.
- Es necesario dar un valor agregado a los productos para así lograr un mejor posicionamiento de los destinos turísticos argumentándolos en las guías referentes a los temas tratados.
- A partir del estudio, se puede afirmar que existe una estrecha relación entre las guías de turismo y el desarrollo local a partir de la interpretación y puesta en valor del estado, la necesidad de diversificación de la oferta turística por parte de los visitantes que se da a conocer en las mismas.

RECOMENDACIONES

- ✓ Los prestadores de servicios turísticos del sector privado deben llevar a cabo la creación de productos turísticos, para así brindar a sus habitantes beneficios en cuanto a la promoción y el desarrollo local.
- ✓ Adecuar los atractivos turísticos en cuanto a señalización, simbología y equipamiento para la prestación de los servicios en la guía que se aplicara.

Bibliografía

Tour Blog. (Diciembre de 2016). Obtenido de <http://blog.editafacil.es/guia-de-turismo-publicacion-digital/>

Argentina, T. (2008). Obtenido de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC086109.pdf>

Entorno turistico. (2012). Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/guia-turismo-cuales-funciones/>

Lidefer. (2014). Obtenido de <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>

Murray, J. (1893). *www.wikipedia.com*. Recuperado el 08/05 de mayo de 2019, de https://es.wikipedia.org/wiki/Gu%C3%ADa_tur%C3%ADstica

Ortega, C. E. (2013). *TESIS PREVIA A LA OBTENCION DE TITULO DE INGENIERIA ADMINISTRACION TURISTICA*. LOJA - ECUADOR: TESIS.

Turismo en teoria. (2012). Obtenido de <https://www.tourismtheories.org/?p=809&lang=es>

ULEAM. (2019). Obtenido de <http://www.uleam.edu.ec/>

ViajandoDX. (2017). Obtenido de <https://ec.viajandox.com/manabi/san-vicente-canoa-ciudad-playa-historia-clima-imagenes-fotos-C156>

TÉCNICAS PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN EL ÁREA TURÍSTICA EN EL CANTÓN SUCRE.

AUTORES

Jennyfer Dayana Delgado Rivas
e1351668452@live.uleam.edu.ec
 Angélica María Zambrano Zambrano
e1316398443@live.edu.ec
 Wendy Milena Falcones Zambrano
e1316393659@live.uleam.edu.ec
 Betsy Alexandra Vera Aveiga
e1313566810@uleam.edu.ec
 Mayumi Naomi Macías García
e1316865458@live.uleam.edu.ec
 Luis Miguel Zambrano Chila
e1312930090@uleam.edu.ec
 José Agustín Zambrano Mera
e1312112103@uleam.edu.ec

TUTORES

Dra. Lilia Moncerrate Villacis Zambrano
lilia.villacis@uleam.edu.ec
 Leyla Vanezza Jácome Villacrés. Mg.
leyla.jacome@uleam.edu.ec

RESUMEN

El manabita ha demostrado ser hospitalario, es su característica, la cual ha ayudado a que los viajeros se sientan atraídos a ingresar a esta provincia. El cantón Sucre ha sido por décadas un lugar donde los turistas han buscado momentos de relax, distracción y sobre todo buena gastronomía, lo cual ha generado el sustento económico de los habitantes del lugar.

El objetivo de la investigación fue verificar la existencia de técnicas de servicio al cliente, para sensibilizar a los participantes un sentido real y práctico de la importancia de atender con calidad al turista durante el desempeño de las actividades a través del servicio y concienciar a los participantes de la responsabilidad e importancia que revisten sus actividades en materia de servicio para el turismo. La misma que aporta a la economía del Cantón en el área turística

Para la recolección de información se utilizó la técnica de encuesta y la observación directa aplicando un cuestionario a una muestra de 49 lugares que han brindado atención al cliente, como por ejemplo los restaurantes. Los resultados demostraron que es de vital importancia atender con calidad al turista ofreciendo eficacia y buena atención en los servicios para mantener la fidelidad. La calidad como parte fundamental de la excelencia en la prestación de servicios en el sector turístico, así como también técnicas para la medición de esta satisfacción- expectativa de los clientes

Palabras claves: Técnicas, servicios, clientes, turistas

SUMMARY

The manabita has proved to be hospitable, it is its characteristic, which has helped travelers feel attracted to enter this province. The Sucre district has been for decades a

place where tourists have sought moments of relaxation, distraction and above all good food, which has generated the economic sustenance of the inhabitants of the place.

The objective of the research was to verify the existence of customer service techniques, to sensitize the participants a real and practical sense of the importance of serving the tourist with quality during the performance of the activities through the service and to raise awareness among the participants of the responsibility and importance of their activities in terms of service for tourism. The same that contributes to the economy of the Canton in the tourist area

For the collection of information, the survey technique and direct observation were applied by applying a questionnaire to a sample of 49 places that have provided customer service, such as restaurants. The results showed that it is of vital importance to attend with quality to the tourist offering efficiency and good attention in the services to maintain the fidelity. Quality as a fundamental part of excellence in the provision of services in the tourism sector, as well as techniques for measuring this satisfaction - expectation of customers

Keywords: Techniques, services, clients, tourists

INTRODUCCIÓN:

El motivo por el cual se realizó este artículo es para dar a conocer algunas técnicas para mejorar el servicio al cliente en el área turística, debido a que muchas entidades o lugares que prestan servicios no tienen a su personal capacitado para atender al cliente, se debe tener en cuenta que el servicio al cliente es importante para una organización, por lo que es a menudo el único contacto que un cliente tiene con una empresa y puede ayudar a esta a diferenciarla de sus competidores, es más probable que una empresa con excelentes servicios al cliente repita los negocios con el cliente.

Los empleados de atención de los servicios turísticos deben comprender su papel en el desarrollo de la satisfacción de los clientes, convencido de que la formación y motivación ética son radicales para alcanzar dicha satisfacción. El desarrollo de normas éticas con características corporativas producen una mejor calidad y mayor satisfacción del cliente, bajo una interacción entre directivos y empleados de cara al público (Denton, 1991). Cada vez crece la necesidad del cliente para ser atendido rápido y personalmente por una institución con imagen sólida y estable (Fernández, 2002).

Hoy en día, no en todos los lugares que se visitan la atención o el servicio que brindan es de buena calidad, ya sea por el estado en el que se encuentran los establecimientos o la falta de capacitación hacia el personal de trabajo, donde una mala impresión hacia el turismo hace que disminuya la acogida de los visitantes y para prevenir esta tragedia es necesario capacitar al personal, aconsejarlos que se debe complacer al turismo y no lleguen a ocurrir este tipo de cosas y utilizar estrategias o tips que nos ayuden a fomentar o incrementar el turismo en la zona.

También es importante que se creen oficinas de información turística, estas son entidades públicas o privadas que manejan la información referente a las actividades turísticas de una región o destino turístico. A ellas recurre en primera instancia un visitante o turista para obtener información. Estas se encargan de: dar la bienvenida, recibimiento y agradecimiento al turista al visitar el destino turístico; mejorar el conocimiento que se tiene sobre el destino, sus recursos u elementos patrimoniales; ofrecer al turista las distintas opciones que alberga el destino con el fin de escoger libremente la que más le satisfagan y convenga y transmitir confianza y seguridad al turista haciéndole saber que se está a su disposición para lo que estime oportuno.

De acuerdo con (Katz, 1989), (Lovelock, 1997), y entre otros; la cultura de atención de cualquier organización, especialmente las turísticas, puede dimensionarse en la actitud

profesional de los empleados y en los modales para la atención. La actitud profesional se refleja en la cortesía ética al cliente, la disposición al cliente y en las relaciones asertivas, mientras que los modales en la atención a través de la amabilidad con los clientes y la apariencia personal.

Es importante que los malos servicios ofrecidos a los clientes o visitantes sean demandados y reemplazados por aquellos que en realidad benefician al lugar y creen buenas expectativas hacia ellos y que se genere una fidelidad por parte de los turistas o clientes que visitan estos lugares, que presten servicios y así podrán ser recomendados, pero para aquello debemos proponernos dejar completamente al cliente satisfecho, donde dicha entidad o lugar que brinde servicios debe encaminarse principalmente a generar un alto nivel de satisfacción. Otra actitud profesional en la atención al cliente son las relaciones asertivas entre la entidad financiera y los clientes. De acuerdo a los gerentes, la existencia de dichas relaciones es necesaria para propiciar y asegurar las nuevas negociaciones y transacciones comerciales bajo una relación ganar-ganar, fomentando una analogía inteligente entre empresario y cliente. Esta posición de los gerentes es defendida por los empleados, quienes manifestaron que una relación asertiva diría de los principios y valores éticos profesados por una organización. Las relaciones, entre la organización y el cliente, son provechosas cuando existe un mutuo entendimiento y tienen como propósito el bienestar recíproco (Schuler, 2000)

También se debe conjugar las dos palabras fundamentales que al hacer bien esta combinación dará como resultado el éxito del negocio. Como indica (Estrada, 2019) en el portal net RRPPNET: “El servicio al cliente es el principal pilar de toda organización”. Por lo tanto es la disposición de estar al servicio de alguien, y ese alguien es quien incrementará los ingresos del establecimiento. “Es una persona física o jurídica que recibe un servicio o adquiere un bien a cambio de un dinero u otro tipo de retribución”. (Debitoor, 2019)

(Sousa, 2005), sostiene que abordar la problemática de la calidad del turismo implica analizar no sólo la satisfacción de los turistas con los distintos servicios (calidad total), sino también la contribución del turismo al desarrollo sostenible e integral de las sociedades locales. Eso no es tarea fácil ya que integrar a la sociedad, la empresa, habitantes, gobernanzas y visitantes no asegura que todos los involucrados proporcionen la calidad total, lo cual sería una pérdida no solo para la organización sino para el destino. Según (BAÑULS, 2009) “el papel clave de la educación y formación turística en las estrategias de competitividad del sector es una idea mayoritariamente aceptada por parte de los diferentes agentes relacionados con el sector de turismo (instituciones privadas, empresarios, trabajadores, sector público, universidades, centros de formación profesional, entre otros)”.

La educación y preparación constante para los gestores y servidores turísticos son muy relevantes en tiempos de competitividad, por esta razón la preocupación de capacitar para lograr la una cultura de servicio con eficacia.

Las actividades turísticas tienen que ver con los procesos productivos que realiza la Industria Turística. Se dividen en: alojamiento, comercio, restaurantes y bares, manufacturas (incluyendo producción artesanal), transporte, servicios de esparcimiento y otros (revelado y servicio de fotografía, alquiler de automóviles, servicios de administración y promoción turística, etc.) (MINTUR, 2015)

MATERIALES Y METODOS

La investigación referente a Técnicas para el servicio al cliente en el área turística en el cantón Sucre. Siguiendo a Valles (1999), el análisis cualitativo se identifica con unas determinadas funciones y fases dentro del proceso de investigación social, que según este

autor, intenta dar una aproximación global de las situaciones sociales y plantea diferentes estrategias metodológicas situadas en estudios cualitativos con cierta perspectiva turística explorándolos desde un ambiente natural y en relación con el contexto.

Se utilizó el método descriptivo, según (Hernández, 2010) “el estudio descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis” De ahí se infiere que se requiere conocer el contexto, las tradiciones, las creencias, las prácticas, por medio de una descripción exacta de las formas de interactuar de la población seleccionada. Así mismo (Parasuraman Zeithaml, 1985), cuando sostiene que determinan tres dimensiones de calidad que son muy significativas: Calidad física: aspectos físicos del servicio, calidad corporativa: imagen de la empresa., calidad interactiva: relación entre trabajadores y clientes o clientes con clientes. Se evidencia en la misma que la calidad = excelencia debe estar dentro de todos los aspectos de la organización y no solo dentro de ella, la empresa debe transmitir para que sus clientes proporcionen y tengan con confianza de que ellos son los mejores en lo que realizan.

La selección de nuestros informantes clave, quienes según (Compte, 1988) son personas “en posesión de conocimientos, status o destrezas comunicativas especiales y que esta(n) dispuesto(s) a cooperar con el investigador”, se realizó a través de personas especializadas en turismo conocedores del tema; de este primer acercamiento a la población, se hizo la selección de la muestra representativa, no tomada al azar, es decir del tipo no probabilístico por conveniencia, que algunos expertos desde el método Delphi donde la muestra fue de 49 personas.

Método cualitativo: Tiene como objetivo establecer una conversación formal para conocer los diferentes tipos de conocimiento que poseen las personas de acuerdo a las técnicas de turismo que conocen en la ciudad de Bahía de Caráquez, para eso se realizó una serie de preguntas para luego interpretar las respuestas obtenidas de acuerdo al objeto de estudio.

Método estadístico descriptivo: Tiene como objetivo la descripción del evento de estudio, se realizó que habitan en la ciudad de Bahía de Caráquez tomando un mayor porcentaje de personas jóvenes para identificar el interés y conocimientos que poseen en lo que corresponde al tema

El desarrollo de la presente investigación está estructurado en 4 fases:

Fase 1. Realizar una revisión bibliográfica que se fundamente en el estado del arte y la práctica investigativa.

Fase 2. Investigar el nivel de conocimiento de las técnicas de servicio que tienen los estudiantes de turismo, mercadotecnia y comunidad de bahía de Caráquez

Fase 3. Comprobar si el servicio a los turísticos es de calidad en Bahía de Caráquez

Fase 4. Analizar el nivel de aplicación de las técnicas de en la atención a los clientes

Fase 5. Proponer una formación técnicas que permitan mejorar el servicio turístico

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

Lectura científica: Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial reuniendo aportaciones de diversos autores y el análisis de técnicas que permitan evaluar niveles de conocimiento de las técnicas de servicio al cliente

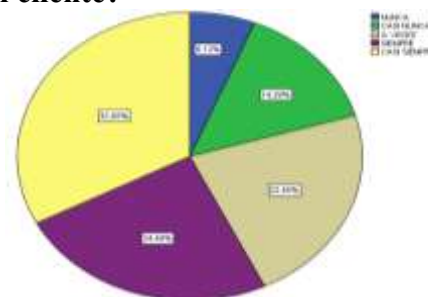
La encuesta: se aplicó a los entendidos en técnicas turísticas. Para esto se utilizó el software estadístico SPSS 21.00 para procesar la encuesta y realizar el análisis de los resultados obtenidos. Para conseguir información sobre este tema de la calidad de los servicios en el cantón Sucre, se realizó una encuesta a los dueños de los lugares que

ofrecen servicios turísticos y lo clientes, de los cuales se extrajo una muestra de 49 personas en especial a los turistas.

RESULTADOS

¿Se aplican buenas técnicas para dar un mejor servicio al cliente?

		F	%	%válido	%acumulado
Válidos	NUNCA	4	8,2	8,2	8,2
	CASI NUNCA	6	12,2	12,2	20,4
	CASI SIEMPRE	8	16,3	16,3	36,7
	A VECES	13	26,5	26,5	63,3
	SIEMPRE	18	36,7	36,7	100,0
	Total	49	100,	100,0	

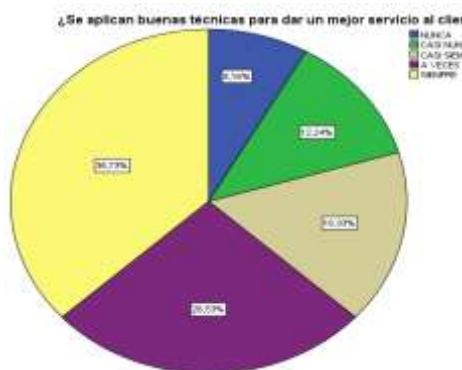


Fuente: Turistas
 Elaborado. Estudiantes del primer año de turismo
 Se aplican buenas técnicas para dar un mejor servicio al cliente, pero también podemos divisar que el

26,53% acepto que esto solo sucede a veces.

¿Las instalaciones del establecimiento son apropiadas para el servicio turístico que ofrece?

¿Las instalaciones del establecimiento son apropiadas para el servicio turístico que ofrece?		F	%	% V	% A
Válidos	NUNCA	3	6,1	6,1	6,1
	CASI NUNCA	7	14,3	14,3	20,4
	A VECES	11	22,4	22,4	42,9
	SIEMPRE	12	24,5	24,5	67,3
	CASI SIEMPRE	16	32,7	32,7	100,0
	Total	49	100,0	100,0	



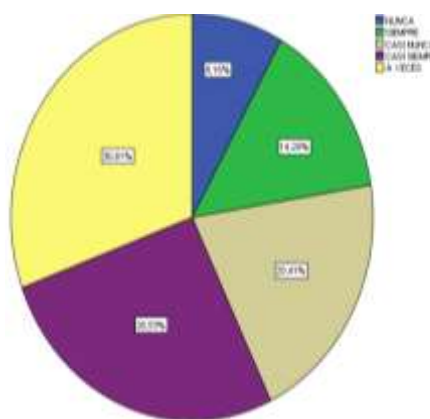
Fuente: Turistas

Elaborado. Estudiantes del primer año de turismo

Un 32,65% de los encuestados menciono que casi siempre las instalaciones del establecimiento son apropiadas para el servicio turístico que ofrece pero también hubo un porcentaje de 6,12% que dejo en claro que nunca sucede esto.

¿Se comunica al cliente el tiempo que durará el servicio turístico adquirido?

		F	%	%válido	%acumulado
Válidos	NUNCA	4	8,2	8,2	8,2
	SIEMPRE	7	14,3	14,3	22,4
	CASI NUNCA	10	20,4	20,4	42,9
	CASI SIEMPRE	13	26,5	26,5	69,4
	A VECES	15	30,6	30,6	100,0
	Total	49	100,0	100,0	



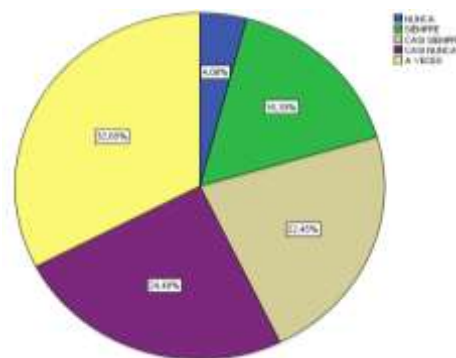
Fuente: Turistas

Elaborado. Estudiantes del primer año de turismo

Se constata, que una gran mayoría de los encuestados manifestaron que solo a veces se comunica al cliente el tiempo que durara el servicio turístico adquirido, a lo que deducimos que la calidad de los servicios no es muy buena y no se satisfacen todas las necesidades del cliente.

¿Los servicios turísticos que ofrece su empresa se inician en el tiempo indicado?

¿Los servicios turísticos que ofrece su empresa se inician en el tiempo indicado?					
		F	%	% V	% A
Válidos	NUNCA	2	4,1	4,1	4,1
	SIEMPRE	8	16,3	16,3	20,4
	CASI SIEMPRE	11	22,4	22,4	42,9
	CASI NUNCA	12	24,5	24,5	67,3
	A VECES	16	32,7	32,7	100,0
	Total	49	100,0	100,0	



Referente a los servicios que ofrece la empresa se inician en el tiempo indicado, un 32,65% señaló que esto solo sucede a veces y un 24,49% refirió que esto casi nunca

sucede. Y es por estas situaciones que el turista prefiere no visitar estos lugares y optar por otro que tenga una atención con mayor calidad.

DISCUSIÓN

Se evidencia que el Cantón no cuenta con una buena calidad en sus servicios y los clientes no se sienten satisfechos, esto se da por la falta de capacitación de los servidores o por el simple hecho de que piensan que a pesar de todo el cliente volverá. Es tiempo de que esto poco a poco vaya mejorando y que con el pasar del tiempo la llegada de los turistas vaya ascendiendo.

En una encuesta realizada a 49 personas entre ellas los dueños de los locales o lugares que ofrecen servicios turísticos (restaurantes) además los clientes, arrojo como resultado la inexistencia de técnicas para el servicio al cliente en el área turística en el cantón Sucre.

El servicio al cliente es de vital importancia en el sector turístico, no solo del Ecuador sino a nivel mundial; el mismo debe ser trabajado con los estándares internacionales pero visto como logro de la excelencia en el proceso de compra y venta de servicios. La calidad de un producto o servicio está determinada por características que defina el cliente para el cumplimiento de sus necesidades o expectativas establecidas.

La calidad del servicio se ha convertido en un elemento estratégico y un requisito indispensable, que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a todas aquellas entidades u organizaciones que tratan de alcanzarla. La excelencia es calidad y debe estar fundamentada en un enfoque cualitativo donde la demanda del cliente de como resultado la satisfacción en la adquisición de productos o servicios.

CONCLUSIONES

La actitud del personal en el área del servicio en el ramo turístico es de suma importancia ya que garantiza la calidad en el servicio y la satisfacción de nuestros visitantes, haciendo de este polo turístico un lugar único, un lugar de ensueño y listo siempre para recibir con los brazos abiertos a todo aquel que quiera conocer el cantón Sucre, una tierra llena de encanto natural y rodeado de hermosas playas, si a esto le agregamos la competencia en la gente que tiene trato directo con el turismo, seguro que garantizaremos la productividad el desarrollo y el progreso de este polo turístico.

RECOMENDACIONES:

Es importante hacer que la calidad de los servicios mejores y es por esto que se debe poner en práctica lo mencionado anteriormente. Todo lo que se hace es por mejorar el turismo, que como ya se ha dicho forma gran parte de la economía de este cantón. Sucre tiene mucho que ofrecer, pero la mala calidad de los servicios ha hecho que se su desarrollo en el área turística no avance. Se recomienda incrementar e incentivar las capacitaciones a los colaboradores del sector turístico y hotelero.

Las condiciones actuales del devenir turístico con destinos cada vez más competitivos y turistas cada vez más exigentes, lo cual conforma un nuevo escenario de acción, en donde los actores turísticos, debieran generar impulso en la excelencia en el servicio, para así desarrollar más la actividad turística y llegar a ser la primera fuentes de ingreso a nivel nacional

BIBLIOGRAFIA

BAÑULS, A. L. (2009). El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas. . En *Cuadernos de Turismo* (págs. 53-64).

- blogs.unitec.mx/vida-universitaria/carreras-2/turismo/calidad-servicioturístico*. (5 de 2 de 2018). Obtenido de *blogs.unitec.mx/vida-universitaria/carreras-2/turismo/calidad-servicioturístico*: <https://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/carreras-2/turismo/calidad-servicioturístico>
- CAMISON, C. (1996). Enlace de la investigación en turismo y en gestión de la calidad: balance de una década. *Papers de Turisme*.
- CHAVENATO. (2005). Comportamiento nacional. En *La dinamica del exito en las organizaciones*. Maxico DF Thomson.
- Compte, G. y. (1988). Escrito referente a la metodología de investigación.
- Debitoor. (2019). <https://debitoor.es/glosario/cliente>. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/cliente>.
- Definición. (2019). <https://definicion.de/cliente/>.
- Estrada, E. (2019). <http://www.rrppnet.com.ar/atencionalcliente.htm>. Obtenido de RRPPNET .
- eumed-excelencia-servicio-cliente*. (6 de 9 de 2017). Obtenido de *eumed-excelencia-servicio-cliente*: <http://www.eumed.net/rev/cribe/2017/09/excelencia-servicio-cliente.html>
- Fernández. (2002). Evaluar la fuerza de venta como factor impulsador de la participación en el mercado de las empresas del sector bancario en el Estado Zulia. Universidad Rafael Belloso Chacín Maracaibo-Venezuela. .
- filosofico, D. (2015). <http://www.filosofia.org/enc/ros/exi.htm>.
- Gestiópolis. (6 de 2 de 2018). *gestiopolis-la actitud frente al servicio al cliente en el sector turístico*. Obtenido de *gestiopolis-la actitud frente al servicio al cliente en el sector turístico*.
- Hernández, F. &. (2010). En M. d. investigación.
- importancia.org*. (15 de 1 de 2018). Obtenido de *importancia.org/capacitar-al-personal.php*: <https://www.importancia.org/capacitar-al-personal.php>
- j, R. J. (2008). <http://www.auladeeconomia.com/articulosot-18.htm>. En *Obtenido de aula de Economía* .
- Katz. (1989). *Como Gerenciar el Servicio al cliente*. Santa Fe de Bogotá. Colombia. Le

SERVICIOS E INSTALACIONES DE LAS PLAYAS DEL DESTINO TURÍSTICO SUCRE Y SAN VICENTE

AUTORES:

Tania Lisseth Vargas Basurto
e1314553932@live.uleam.edu.ec
Richard Eduardo González Mena

e1724650286@live.ulead.edu.ec
 Flavio Gonzalo Narváez Narváez
 0107053829@live.ulead.edu.ec
 Vanessa Lilibeth Solórzano Pinargote
 e0802743252@live.ulead.edu.ec
 José Fernando Orozco Campaz
 FB540499
 Andrea Alejandra Vera Zambrano
 e1350928790@live.ulead.edu.ec
TUTORA
 Lcda. Leyla Jácome Villacrés, Mg.
 leyla.jacome@uleam.edu,.ec

RESUMEN

Las playas de Sucre y San Vicente han sido a través de los años puntos referenciales para la práctica de actividades turísticas, siendo parte del dinamismo económico de estos cantones. La presente investigación se realizó con el objeto de observar el estado de las playas, los servicios e instalaciones existentes además de la atención que se otorga a los visitantes. La metodología que se utilizó fue la exploratoria y descriptiva, lo que concluyó en que no en todas las playas existen servicios e instalaciones, y que en las existentes no todas brindan la atención adecuada.

Palabras claves:

Servicios, destino, instalaciones.

SUMMARY

The beaches of Sucre and San Vicente have been through the years reference points for the practice of tourist activities, being part of the economic dynamism of these cantons. The present investigation was carried out in order to observe the state of the beaches, the existing services and facilities as well as the attention given to the visitors. The methodology that was used was the exploratory and descriptive one, which concluded that not all the beaches have services and facilities, and that in the existing ones not all provide the adequate attention.

Keywords:

Services, destination, facilities.

INTRODUCCIÓN

El cantón Sucre posee hermosos y diversos recursos naturales, exquisita gastronomía y atractivos turísticos, que son un atractivo a los visitantes y turistas, ciertas playas cuentan además con locales de servicios de hospedaje y de restaurantes, en la actualidad debido al fácil acceso de la tecnología, los clientes al estar actualizados en información se vuelven más exigentes solicitando cosas nuevas e innovadoras pero siempre deseando ser bien atendidos, por ende la justificación de esta investigación, para lograr la jerarquización de los productos y expandir servicios que los establecimientos ofrecen al público en general y multiplicar sus ingresos.

En el Ecuador la actividad turística es una realidad; la posición geográfica del país la ha convertido en un beneficio muy atractivo, sus paisajes y zonas naturales son condiciones suficientes para llamar al país como el “paraíso del turismo” que lo ubica como el más diverso por su fauna y flora exuberante, además de una variada multicultural y rica historia tradicional.

En el país se han identificado áreas estratégicas para la gestión del ecoturismo y en la zona costa de la provincia de Manabí se han identificado como una de las zonas turísticas

más abundante en ecosistema y biodiversidad, por lo que existe un turismo que recorre la ruta spondylus o conocido, como producto turístico.

La provincia Manabí consta de 22 cantones y de los cuales 10 están con zona o balneario de playas porque lo que el turismo que frecuenta principalmente según estadística del ministerio de turismo es un turismo europeo y latinoamericano principalmente. San Vicente es un cantón de la provincia de Manabí separada de Bahía de Caráquez por un puente que se ha convertido en atractivo turístico de la zona, tiene una población de 22.025 habitantes según datos del (INEC, 2010).

La provincia de Manabí es privilegiada por sus 350 kilómetros de playa, desde Ayampe (en el sur) hasta cojimies (en el norte), es considerada como un destino turístico por su diversidad natural que se refleja en sus acantilados, desembocaduras, estuarios, islotes, islas, lajas, y rocas que muestran bellos paisajes a lo largo de nuestra geografía costera, es el principal atractivo turístico de nuestra provincia región, según (Manabí)

El cantón San Vicente cuenta con 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 bananas y motos acuáticas, según (VICENTE).

En estos cantones, la mayoría de los pobladores se dedican a la pesca artesanal, al turismo, agricultura y ganadería. Hay muchos lugares atractivos de playas, tales como: San Vicente, Briceño, Canoa. Otra denominación de atractivo reciente como lo es el Puente los Caras el cual ha incentivado a muchos visitantes, generando no solo un impacto turístico sino también económico para la zona norte. La presencia de viajeros en el lugar es frecuente durante todo el año, Muchas personas escogen a Canoa y Briceño para vacacionar.

Sucre y San Vicente es un destino turístico nacional e internacional y será la gran oportunidad para explotar la diversidad de atractivos turísticos que posee, como el avistamiento de aves, deportes de aventura. El Sky acuático y surf entre otros deportes y actividades que depende de playas y ríos se encuentra las playas de Los Perales, Canoa, Briceño y el estuario del Río Chone que por sus atributos representa un simbolismo de los ancestros de las comunidades del Cantón.

INSTALACIONES HOTELERAS EN ECUADOR

(Bejarano, 2012) Las instalaciones, son establecimientos de alojamiento los dedicados de manera habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento, con o sin otros servicios complementarios.

La categoría de los establecimientos hoteleros y no hoteleros se determinará por medio del distintivo de la estrella y se clasificará en atención a las características y calidad de sus instalaciones y servicios que presten de la siguiente manera:

Alojamientos Hoteleros

- Hoteles

- a) - Hostales y Pensiones
- a) Hostales
- b) Hostales Residencias
- c) Pensiones

- Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas

- a) Hosterías
- b) Moteles
- c) Refugios
- d) Cabañas

Alojamientos No Hoteleros

- a) Ciudades Vacacionales
- b) Campamentos
- c) Apartamentos

Hoteles

- b) Hotel Residencia
- c) Hotel Apartamento

Hotel	Es todo establecimiento que de modo habitual mediante precio preste al público en general, servicios de alojamiento, comidas y bebidas y disponga de un mínimo de 30 habitaciones
Hotel Residencia	Es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general, servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería, pero no ofrecerá los servicios de comedor y tendrá un mínimo de 30 habitaciones
Hotel Apartamento	Es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de 30 apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc., para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería
Hostal	Es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general, servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de 29 ni menor de 12 habitaciones.
Hostal Residencia	Es todo establecimiento hotelero que mediante precio, preste al público en general, servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente servicio de desayuno, para cuyo efecto deberá disponer de servicio de cafetería, pero no ofrecerá los servicios de comedor y tendrá un máximo de 29 habitaciones y un mínimo de 12.
Pensión	Es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general, servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de 11 habitaciones ni menor de 6.
Hostería	Es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de 6 habitaciones.
Refugio	Es todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general cuya capacidad no sea menor de 6 piezas. Podrán prestar sus servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño, o dormitorios comunes diferenciados para hombres y mujeres que pueden contar con literas.
Motel	Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximos a las carreteras, en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de 6 departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las 24 horas del día.

Cabaña	Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.
Establecimientos No Hoteleros	
Ciudad Vacacional	Es todo establecimiento turístico ubicado fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial
Campamentos de Turismo	Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) y/o remolque habitable, mediante precio.
Apartamentos	Son todos los establecimientos turísticos que de modo habitual presten el servicio de alojamiento mediante precio. Entendiéndose que el alojamiento conlleva el uso y disfrute del apartamento, con su correspondiente mobiliario, equipo, instalaciones y servicios, sin que se presten los servicios de un hotel

Cuadro tomado del Sistema de clasificación hotelera

Estrella	Cualidades del Hotel
	Solo ofrece lo indispensable, alojamiento y en ocasiones servicio de alimentos.
	Ofrece infraestructura y servicios básicos, alojamiento, alimentación, estacionamiento y en algunas ocasiones alimentos.
	Ofrece instalaciones adecuadas, servicios completos y estandarizados sin grandes lujos.
	Ofrece instalaciones de lujo y servicio superior.
	Ofrece instalaciones y servicios excepcionales.

Fuente: SECTUR, 2011

SERVICIOS TURÍSTICOS EN ECUADOR

Los organismos de inspección pueden acreditarse para certificar servicios turísticos de aventura en tierra, aire y agua.

Organismos de inspección interesados en ampliar su alcance para certificar actividades de turismo de aventura, deberán establecer sus propios procedimientos bajo los lineamientos de la norma ISO/IEC 17020 y los parámetros establecidos en el Reglamento de Operación Turística de Aventura del Ministerio de Turismo (MINTUR), para ser evaluados por el SAE.

Si la modalidad turística de aventura se realiza en un área natural protegida del Estado Ecuatoriano y en la Provincia de Galápagos, se deberá tomar en cuenta también el cumplimiento del marco jurídico aplicable al régimen especial establecido para estas áreas.

En el Ecuador, el turismo representa una fuente de ingreso de divisas importante, por lo que disponer de productos y servicios turísticos de calidad, es primordial para el posicionamiento de la actividad como aporte a la economía del país, garantizando la seguridad y satisfacción del turista nacional e internacional.

Los organismos de inspección con competencia en este alcance, son los encargados de evaluar el cumplimiento de los requisitos por parte de las agencias de viajes operadoras o duales, con el objeto de garantizar la calidad, seguridad y competencia técnica en los servicios que se prestan, alcanzando el valor agregado que permitirá captar mayores ingresos para el país. El reto es fortalecer la actividad turística del Ecuador de una forma sostenible y sustentable.

El reglamento de operación turística de aventura cubre las diversas formas de organización de viajes, visitas y modalidades turísticas de acuerdo al elemento natural donde se desarrollan: Tierra (Cabalgata, canyoning, cicloturismo, escalada, exploración de cuevas, montañismo, senderismo); Agua (Buceo, kayak de mar/río, rafting, snorkel, surf, tubing); y Aire (Alas delta, canopy, parapente).

Entre los requisitos más importantes, está cumplir con las obligaciones mínimas para obtener el registro de turismo, mantener prácticas comerciales responsables y asegurar al usuario la veracidad y claridad en la información que transmite sobre las modalidades turísticas de aventura, y la adecuada atención al turista, para asegurar la prestación de los servicios conforme a la ley.

La reglamentación para el sector turismo, no garantiza que efectivamente se ofrezcan servicios con el valor agregado esperado, por esta razón se trabaja para concientizar a las agencias de viajes, operadoras o duales, a que implementen normas de seguridad y control en las actividades de aventuras que ofertan.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS ZONA 4 MANABÍ SUCRE

Es un cantón de la provincia de Manabí en Ecuador, tiene una población de 57.159 habitantes. Su cabecera cantonal es la ciudad de Bahía de Caráquez. Sucre tiene una extensión de 764 km². (MINTUR)

PARROQUIA	NOMBRE DEL RECURSO	CATEGORIA	JERARQUIA	HABILITADO
BAHIA DE CARAQUEZ	RESERVA BIOLÓGICA CERRO SECO	NATURAL	3	SI
BAHIA DE CARAQUEZ	CASA AMERICANA	CULTURAL	2	NO
BAHIA DE CARAQUEZ	CASA VELASQUEZ	CULTURAL	2	NO
BAHIA DE CARAQUEZ	PUENTE LOS CARAS	CULTURAL	2	SI
BAHIA DE CARAQUEZ	EL FARO	CULTURAL	2	SI
BAHIA DE CARAQUEZ	MIRADOR LA CRUZ	CULTURAL	2	NO
BAHIA DE CARAQUEZ	CANTONIZACION DE SUCRE	FOLKLORE	3	ANNUAL
BAHIA DE CARAQUEZ	PLAYA PASEO ROBERTO	NATURAL	2	SI
BAHIA DE CARAQUEZ	FIESTA SAN ROQUE	FOLKLORE	2	ANNUAL
BAHIA DE CARAQUEZ	MUSEO BAHIA DE CARAQUEZ	CULTURAL	2	NO
LEONIDAS PLAZA	PLAYA LA BELLACA	NATURAL	2	SI
LEONIDAS PLAZA	SAINANDA	NATURAL	2	SI

CHARAPOTÓ	CHIRIJE	NATURAL	2	NO
CHARAPOTÓ	MANGLAR LA BOCA	NATURAL	2	SI
CHARAPOTÓ	PUNTA BIKINI	NATURAL	2	SI
CHARAPOTÓ	PLAYA SAN JACINTO	NATURAL	2	SI
CHARAPOTÓ	PLAYA SAN CLEMENTE	NATURAL	2	SI

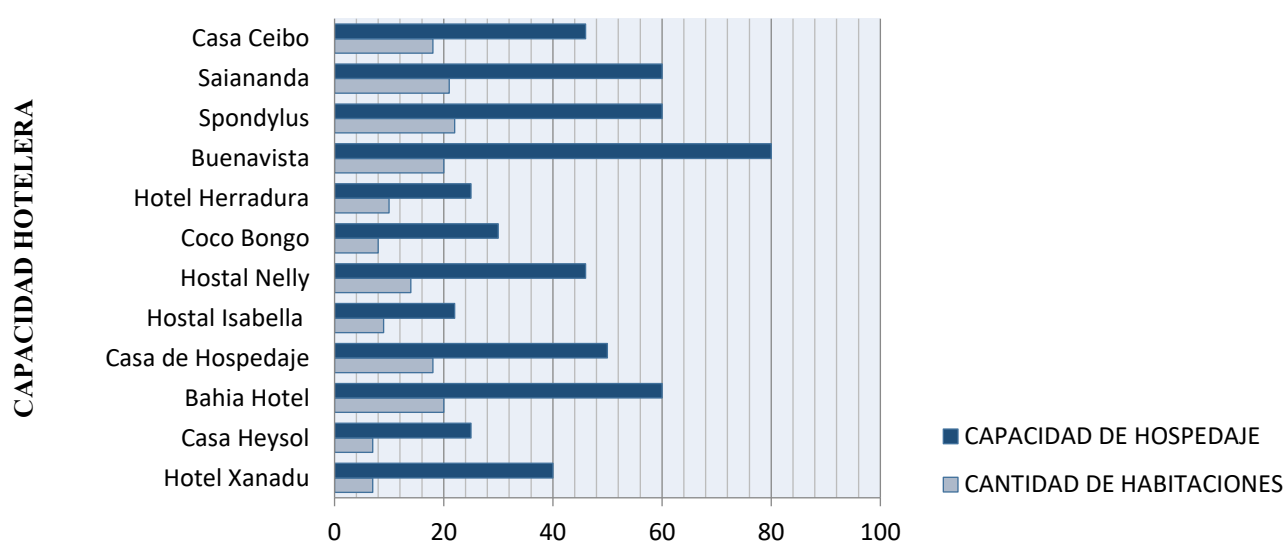
Sus límites son: Al Norte con el cantón San Vicente, al sur con los cantones Portoviejo y Rocafuerte, al este con los cantones Tosagua y Rocafuerte, al oeste con el Océano Pacífico.

La parroquia San Isidro se encuentra separada del resto del cantón por el cantón San Vicente.

JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SUCRE

Para la jerarquía se utilizó una puntuación de 1-4, en lo correspondiente a categorías se procedió a clasificar en aspecto natural, cultural y folklore, también se consideró evaluar si el recurso es actual y potencial. Se obtuvo que el cantón Sucre cuenta con 17 atractivos turísticos de los cuales 12 de estos atractivos están habilitados, 5 no están en funcionamiento, tomando en cuenta que 2 de ellos son anuales y en el caso de categorías existen 9 con recursos naturales, 6 culturales, y 2 de folklore. Resultados obtenidos con la metodología (MINTUR)

PLANTA HOTELERA EN CABECERA CANTONAL



	Hot el Xanadu	Cas a Heysol	Bah ia Hotel	Cas a de Hospedaje	Hos tal Isabella	Hos tal Nelly	Coc o Bongo	Hot el Herradura	Bue navista	Spo ndylus	Saia nanda	Cas a Ceibo
CAPACIDAD DE HOSPEDAJE	40	25	60	50	22	46	30	25	80	60	60	46
CANTIDAD DE HABITACIONES	7	7	20	18	9	14	8	10	20	22	21	18

CAPACIDAD HOTELERA

El hotel Buenavista es el que posee mayor capacidad con un total de 80 personas para brindar alojamiento, el Spondylus, Saiananda y Bahía Hotel cuentan con una capacidad

de 60 personas. Mientras que el hotel que posee mayor número de habitaciones es el

PARROQUIA	NOMBRE DEL RECURSO	CATEGORÍA	JERARQUÍA		HABILITADO
SAN VICENTE	PLAYA CANOA	NATURAL	2		SI
SAN VICENTE	CERVEZA ARTESANAL BEERKINGO	SERVICIO	2		SI
SAN VICENTE	CABO PASADO	NATURAL	2		SI
SAN VICENTE	FIESTA PATRONALES	FOLKLORE	2		ANNUAL
SAN VICENTE	IGLESIA SANTA ROSA DE LIMA	CULTURAL	3		SI
SAN VICENTE	LOS APOSENTOS	NATURAL	2		SI
SAN VICENTE	PLAYA LOS PERALES	NATURAL	2		SI
SAN VICENTE	PUERTO CABUYAL	NATURAL	2		SI
SAN VICENTE	SAN PEDRO Y SAN PABLO	CULTURAL	3	ANNUAL	
SAN VICENTE	PLAYA PUNTA NAPO	NATURAL	1	SI	
SAN VICENTE	PARQUE TEMATICO RIO MUCHACHO	CULTURAL	2	SI	

Spondylus con un total de 22. En lo que corresponde a temporadas los hoteles que más ocupación tienen son Casa Ceibo, y La Herradura con unos 100% de función, seguidos del Buenavista y Spondylus con un porcentaje del 85%, cabe recalcar que el Spondylus es el que posee mayor capacidad y un buen número de habitaciones cubriendo un alto porcentaje de participación en el mercado. (MINTUR)

SAN VICENTE

Es el cantón más joven de la Provincia de Manabí, creado como tal el 16 de noviembre de 1999, tras largas gestiones de los ciudadanos. Posee 2 parroquias: San Vicente, la cabecera cantonal como parroquia urbana y Canoa, como parroquia rural. Ubicado en el centro norte de la provincia de Manabí.

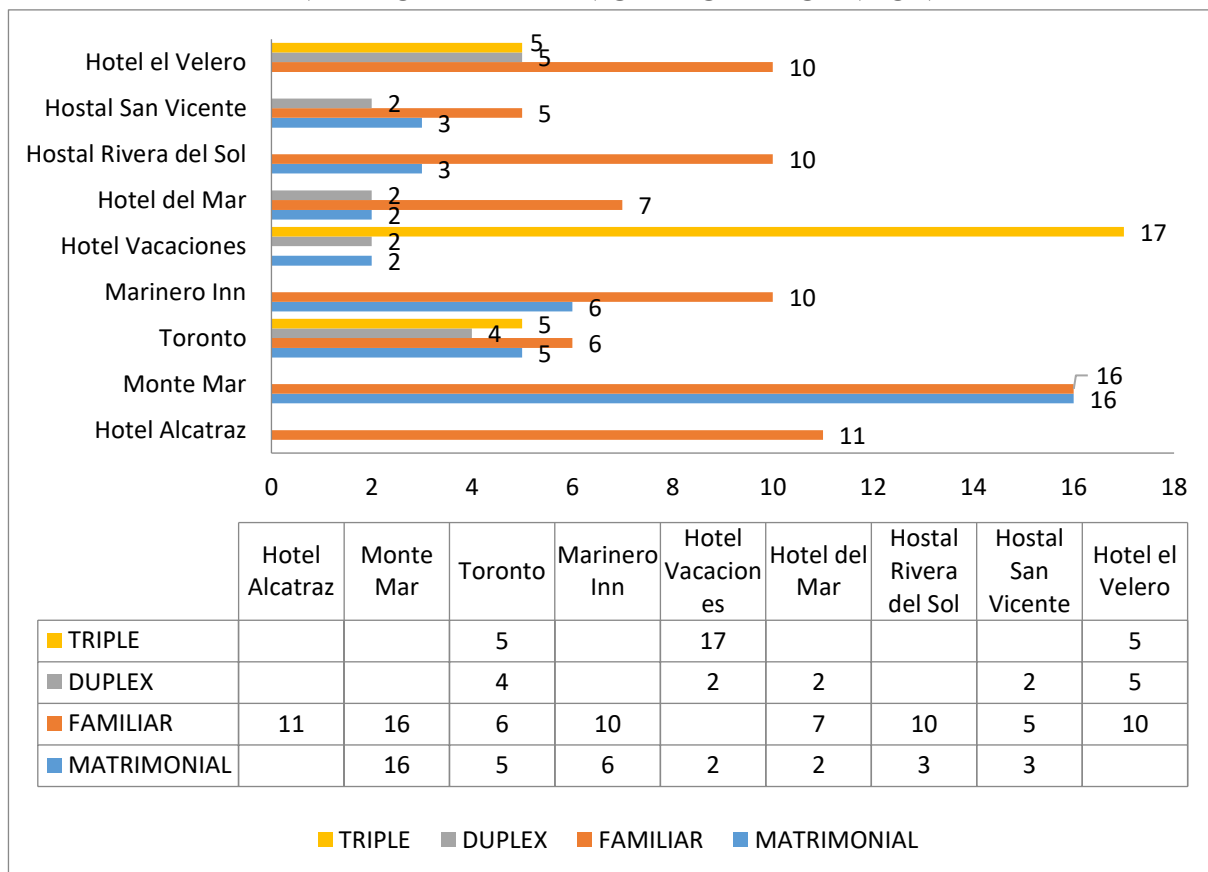
Limita: Al norte con el Océano Pacífico y el Cantón Jama, l sur con el estuario del Río Chone, l este con la Parroquia San Isidro del Cantón Sucre y el Cantón Chone, l oeste Océano Pacífico.

Su extensión de 715 km² (33 km² zona urbana y 682 km² zona rural)

JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SUCRE

Para la jerarquía se utilizó una puntuación de 1 a 3, en lo correspondiente a categorías se procedió a clasificar en aspecto natural, cultural, servicio y folklore, también se consideró evaluar si el recurso es actual y potencial. Se obtuvo que el cantón San Vicente cuenta con 11 atractivos turísticos de los cuales 9 de estos atractivos están habilitados y 2 de ellos son anuales y en el caso de categorías existen 6 con recursos naturales, 3 culturales, 1 de folklore y 1 de servicio. Resultados obtenidos con la metodología (MINTUR).

PLANTA HOTELERA EN CABECERA CANTONAL



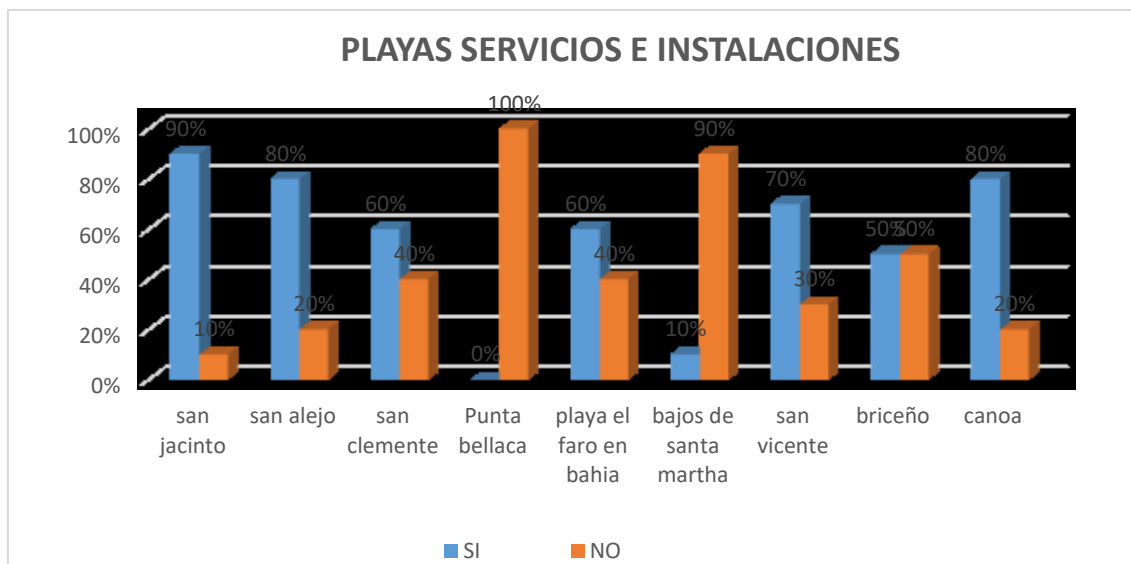
Según el tipo de habitaciones familiares su mayor número de habitaciones se encuentra en hotel Monte Mar con 16 habitaciones, en mismo hotel encontramos la mayor número de habitaciones matrimonial con 16 habitaciones, 5 habitaciones dúplex en hotel Velero y el mayor número de habitaciones triple se encuentra en hotel Vacaciones con 17.

RESULTADOS

Se llevó a cabo un muestreo en las playas de Sucre y San Vicente para determinar los servicios e instalaciones con las que cuentan.

Los datos fueron obtenidos recopilando información para su validez con una ficha de observación

playas	SERVICIOS E INSTALACIONES										TOTAL	SI	NO		
	alojamiento	restaurantes	bares	tiendas	baños público fijos	baños públicos portátiles	lanchas para paseos costeros	carpas y sillas de alquiler	vendedores informales y distintos	ALQUILER DE EQUIPOS PARA DEPORTES					
san jacinto	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	9	1	10	90%	10%
san alejo	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	8	2	10	80%	20%
san clemente	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	6	4	10	60%	40%
Punta bellaca	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	0	10	10	0%	100%
playa el faro en bahia	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	SI	SI	NO	6	4	10	60%	40%
bajos de santa martha	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	1	9	10	10%	90%
san vicente	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI	NO	7	3	10	70%	30%
briceño	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	5	5	10	50%	50%
canoa	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	8	2	10	80%	20%
total											SI	NO			
SI	8	7	7	6	4	0	4	6	6	2	50				
NO	1	2	2	3	5	9	5	3	3	7					
TOTAL	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9					
SI	89%	78%	78%	67%	44%	0%	44%	67%	67%	22%					
NO	11%	22%	22%	33%	56%	100%	56%	33%	33%	78%					



El muestreo indica la cantidad porcentual de los servicios e instalaciones existentes y no existentes en las playas de Sucre y San Vicente.

- La barra de color azul refleja la existencia.
- La barra de color naranja refleja la no existencia.

DISCUSIÓN

En la observación realizada se pudo verificar que las playas de Sucre y San Vicente son lugares amplios y hermosos, sitios que invitan al descanso, es una desventaja que ciertas playas del sector no existan diversidad de servicios.

Los datos obtenidos de la observación realizada refleja la ausencia de lugares de descanso en ciertas playas, como también la ausencia de locales para el disfrute y deleite de los visitantes o turistas que llegan a Sucre y San Vicente.

Los resultados indican que la cultura de servicios existe a medias, no en todas las playas hay locales con productos variados, es más no existen locales de ningún tipo de servicio.

CONCLUSIÓN

La existencia de locales en los alrededores de las playas de Sucre y San Vicente no garantiza siempre una cultura de buen servicio y amabilidad, en algunos sitios de interés la atención deja un malestar al turista por la falta de educación de los servidores.

Con respecto a las necesidades (Mejía, 1986) indica; “La estimación de las necesidades de educación continua es indispensable para asegurar la adecuación de los programas a las necesidades de cada país, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. Estas necesidades se estiman sobre la base de determinaciones de naturaleza diferente, en tres sujetos distintos, a través de métodos progresivamente complejos que proporcionan información superpuesta que es, por tanto, necesario interpretar y consolidar.”

En los pocos establecimientos que de pronto si brindan buena atención al cliente, los limitantes son los recursos económicos que impiden que el servidor turístico pueda brindar mayores opciones.

La mala atención hace espantar a los turistas, disminuir las ventas y lógicamente bajar los ingresos, todo esto es una secuencia en cadena que termina afectando la economía del sector.

RECOMENDACIONES

Debe existir mayor compromiso de parte de los gobiernos para impulsar la inversión en las playas y atraer más turistas. Se debe incentivar al sector turístico a cambiar la mentalidad, inculcándoles que es sumamente importante invertir en las capacitaciones dirigidas al personal de servicio de sus establecimientos. Incentivar a la comunidad a ser

creativos para llamar la atención de nuevos visitantes. Formar nuevos emprendedores para que generen ingresos y el crecimiento económico se multiplique. Proponer estrategias o planes de capacitación para incentivar una cultura de servicios de calidad.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bejarano, G. N. (Diciembre de 2012). Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/lotaipdiciembre2012/LOTAIP/BASE%20LEGAL/Reglamento%20de%20Actividades%20Turisticas.PDF>
- Benítez, L. R. (2009). *Metodología para medir el impacto DEPENDIENTE DEL SERVICIO GASTRÓNOMICO, DE HOTEL BREEZZES BELLA COSTA. MATANZAS* : UNIVERSIDAD DE MATANZAS CAMILO CIEN FUEGOS.
- Castro, C. S. (2011). *Capacitación continua*.
- FERNÁNDEZ, J. T. (15 de 03 de 2012). El impacto de la formación continua: claves y problemáticas. *El impacto de la formación continua: claves y problemáticas*, 1. BARCELONA, BARCELONA, ESPAÑA: UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BARCELONA. Obtenido de file:///C:/Users/EC-107/Downloads/4362Tejada.pdf.
- INEC. (2010).
- Manabí, G. P. (s.f.).
- Mejía, A. (1986). *Educación continua* .
- MINTUR. (s.f.).
- VICENTE, G. (s.f.). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Vicente*.

**PERFILES DE TURISTAS EN EL FERIADO DE CARNAVAL 2018 EN LOS
CANTONES SUCRE, SAN VICENTE, JAMA.**

AUTORES:

Luis Antonio Gallegos Andrade
e1725629628@live.ulead.edu.ec
Melissa Nicolle Burbano Delgado
e0943525287@live.ulead.edu.ec
Priscila Anahy Lucas Figueroa
e1313673202@live.ulead.edu.ec

TUTORES:

Fernanda Mariela Navas Moscoso, Mg.
Mariela.navas@uleam.edu.ec
Miguel Alberto Romero Zambrano, Mg.
miguel.romero@uleam.edu.ec
Vicente Eduardo Pazmiño Chica, Mg.
vicente.pazmiño@uleam.edu.ec

Resumen

Unas de las características principales de la zona de estudios es que de acuerdo al plan nacional de desarrollo se indica que la misma debe desarrollarse en dos aristas principales, la primera tiene una relación directa con el desarrollo turístico de las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas considerando que tienen los recursos necesarios para su comercialización, la segunda tiene que ver con el desarrollo productivo y transformación de la materia prima debido a que ambas provincias tienen el potencial agrícola, ganadero, acuícola, entre otros; con este antecedente y considerando el turismo se realiza la investigación en perfil costanero norte de Manabí; El objetivo del trabajo fue analizar el perfil del viajero durante el feriado, y estimar el gasto efectuado por persona. Además de medir la satisfacción en la calidad de los servicios locales como: alojamiento, transporte, alimentación y ocio, ofertados en los destinos mencionados a través de la aplicación de una encuesta con criterios tomados de la ficha de perfil de visitante del MINTUR; además con los resultados obtenidos emitir las respectivas conclusiones y recomendaciones para el mejoramiento de la zona en estudio.

Palabras claves: turismo. perfil de turista, destinos turísticos, hospedajes.

Introducción

Durante los últimos años el turismo internacional ha dado muestras de una particular capacidad de recuperación y dinamismo no obstante una serie de circunstancias que se han registrado a escala global, regional y local, como son desastres naturales, actos terroristas, inestabilidad política, disturbios civiles, alertas sanitarias, así como algunos episodios de volatilidad en los tipos de cambio e incertidumbre económica (SECTUR, 2018).

La ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO , (2018) estimó que en 2017 los diferentes destinos de todo el mundo acogieron a mil 322 millones de turistas internacionales, casi 83 millones más que en 2016. Esto corresponde a un incremento del 6.7%, significativamente superior al observado en años anteriores y representa el séptimo año consecutivo de resultados positivos.

El presente trabajo demuestra los resultados generales obtenidos en territorio a través del levantamiento de información Perfil de Visitantes en Feriado de Carnaval 2018, de acuerdo con el compromiso adquirido a través del Proyecto “Contribución al Desarrollo Sostenible de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales” perteneciente a la ULEAM – Ext. Bahía de Caráquez.

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en conjunto con los Gobiernos seccionales de Sucre, San Vicente y Jama y el Ministerio de Turismo, realizó el levantamiento de información “Perfiles de Turistas” zona norte, en el feriado de Carnaval del 10 al 13 de febrero 2018.

Cabe mencionar que todos los destinos viven realidades diferentes, por ende, las herramientas técnicas generadas pueden ser adaptables a los medios tomando los principios básicos de conocimiento turísticos, se destaca además que por razones de capacitación deficientes, recursos económicos bajos, ubicación sectorial y poca difusión de los sectores visitados el turista desconoce las bondades del sector, limitándose a escoger lo que encuentra más próximo cuando tiene oportunidad de visitar lugares turísticos en los feriados.

El turismo es un conjunto de actividades llevadas a cabo por las personas durante sus viajes y permanencia en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado (Bolton, 2017)

Como referencia se anota que visitante es toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, por una duración inferior a 12 meses consecutivos y por motivos que no suponen efectuar una actividad remunerada o residir allí. Los visitantes se clasifican como turistas o excursionistas (Frías, 2017).

El turismo receptivo es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus visitas a países distintos a su lugar de residencia. Para ser considerado como turismo, la estadía en el destino debe ser como mínimo de una noche, pero menor a un año y el motivo de viaje debe ser diferente al de trabajo remunerado en el país de destino (Becerra Grande, Falces Delgado, & Sierra Dial, 2018)

Según el MINTTUR,(2018) durante el año de análisis en el Ecuador una gran cantidad de personas se movilizaron, teniendo como objetivo principal la visita de balnearios que fueron afectados por el fenómeno sísmico del 2016, aproximadamente un 85% de los turistas encuestados corresponden a turistas locales provinciales y nacionales, sin lugar a dudas esta cantidad registrada convierte a los sitios visitados como lugares de preferencias por temporadas además de estadías superiores a 5 días.

El servicio turístico se refiere a todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a sus proveedores, como agencias de viaje y operadores turísticos. Su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento. Entre los principales servicios turísticos se incluye el alojamiento, la alimentación, la organización de viajes y las excursiones guiadas (Espinosa, 2016)

De acuerdo a la información encontrada se debe mencionar gran parte del turista busca los destinos costeros con el propósito de buscar buen clima, descansar, relajarse y divertirse, además de la gran variedad de gastronomía que se ofrece en cada sector (Espinosa, 2016)

Materiales y métodos

La información propuesta en este documento fue tomada de la ficha (MINTUR, 2018) desarrollada por los técnicos de la institución competente, la cual fue revisada y analizada por los docentes especialistas del área de Turismo de la Ext. Bahía de Caráquez, llegando a la conclusión que la aplicabilidad de la misma limitaría el proceso técnico por la complejidad de los datos a solicitar y no concluiría con el objetivo propuesto.

La ficha aplicada consta de dos secciones, la primera sección refiere a datos generales para personas mayores de 18 años, la segunda sección refiere a los intereses con relación a los servicios, formulada con preguntas cerradas, de opción múltiple y rango de calificación. Con estos datos se recabó las características más importantes de las personas que arribaron a los destinos casos de estudio.

La encuesta fue aplicada a viajeros nacionales y extranjeros. También se contó con la participación del Ministerio del Ambiente, quienes permitieron encuestar a las personas que arribaron al área protegida Isla Corazón y Fragatas, un grupo denominado como visitante, definido por el MAE mediante el Plan de Manejo de Visitantes en áreas protegidas.

Los estudiantes encuestadores fueron capacitados los días 5 y 6 de febrero 2018, los dos grupos se unificaron con el propósito de:

- 1) Incentivar el compañerismo.
- 2) Trabajo en equipo
- 3) Destrezas de comunicación y resolución de conflictos.
- 4) Toma de decisiones y organización grupal.
- 5) Colaboración institucional.
- 6) Aprendizaje de técnicas de campo y aplicación de conocimientos adquiridos.
- 7) Informadores turísticos.

Tabulación y resultados finales:

Después del proceso de ejecución, la información fue receptada por los docentes colaboradores del proyecto, Ing. Miguel Romero e Ing. Vicente Pazmiño, quienes elaboraron la plantilla para el conteo y tabulación de los datos, en conjunto con estudiantes de primero y noveno semestre de Hotelería.

El trabajo fue supervisado por el docente responsable, Ing. Miguel Romero, quien capacitó y verificó el llenado correcto de los datos para un resultado efectivo, concordando con el número de encuestas versus encuestados.

A continuación, los resultados finales tabulados.

Tabla 1. Cantidad de encuestados por cantones.

CANTÓN SUCRE	CANTÓN SAN VICENTE	CANTÓN JAMA	ÁREA PROTEGIDA ISLA CORAZÓN Y FRAGATAS
BAHÍA DE CARÁQUEZ Muestra: 77 encuestados	CANTÓN SAN VICENTE SAN VICENTE (ciudad) Muestra: 76 encuestados	JAMA (parroquia) Muestra: 50 encuestados	Muestra: 50 encuestados

Fuente: Gobiernos Autónomos Descentralizados, zona norte de Manabí.

Según fuentes estadísticas del MINTUR a través de la Dirección Nacional de Estadísticas (DNE), 1.299.666 turistas fue el registro del feriado de carnaval del año 2017, con una ocupación del 47,40% a nivel nacional y un gasto representativo de USD. 74.655.909.

La provincia de Manabí registró 168.174 turistas, lo que representa al 57,70% de la visitación a este territorio, logrando un gasto de USD. 6.547.454.

Participaron 28 estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería (primero y sexto), 2 docentes de Turismo y Marketing, Ing. Fernanda Navas

(responsable de planificación, proceso y ejecución) e Ing. Carolina Herrera (docente colaboradora y ejecución) junto con los responsables de las Unidades de Turismo de los cantones y la empresa privada (Cámara de Turismo de Bahía de Caráquez).

La planificación y ejecución se planteó para los días 10 y 11 de febrero 2018 con un total de 447 encuestas en función al número de estudiantes participantes. La distribución de la muestra según el número de días fue direccionada a los siguientes lugares:

Tabla 2. Distribución geográfica

CANTÓN	DESTINO	NO. ENCUESTAS
SUCRE	San Clemente	74
	Bahía de Caráquez	77
SAN VICENTE	San Vicente	76
	Briceño	34
	Canoa	86
JAMA	El Matal	17
	La División	16
ISLA CORAZÓN Y FRAGATAS	Tasaste	17
	Área Protegida	50
APLICACIÓN DE 100%	9 lugares	447

Tabla 3. Levantamiento de información y trabajo de campo

Días	2
Carga diaria por estudiante (encuestas)	6 horas
Total estudiantes	28
Total encuestas	447

Tabla 4. Digitación de datos

Días	2
Carga diaria por estudiante	Según destino asignado
Total estudiantes	9
Total encuestas	447

Discusión

Turismo de Sol y Playa:

Según la Organización Mundial de Turismo:

Sol y playa es el más demandado de todos, especialmente, en aquellas zonas del litoral que gozan de una climatología favorable, este segmento del turismo suele asociarse con el ocio, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento, conocidos como las tres S (inglesas): sand, sea, sun. Además, este segmento se ha caracterizado desde siempre por ser el producto estrella dentro del destino turístico.

Aunque este tipo de turismo puede estar asociado a otros segmentos del turismo, por regla general, se trata de un segmento que puede subsistir por sí mismo, que se pueden confirmar año tras año según informes de resumen de visitantes a nivel internacional.

Perfil:

Turistas de género masculino y minoría de género femenino, proveniente de la serranía ecuatoriana, quiere decir que existen movimientos de turismo nacional de las diferentes provincias del país y turismo interno de la provincia de Manabí.

Con relación al turismo extranjero, la visitación es mínima, los viajeros son provenientes de Sudamérica: Venezuela, Colombia, Argentina siendo estos los más representativos y Europa: España, Alemania y Francia.

Hay que considerar que los movimientos migratorios de nacionalidad venezolana ingresan al Ecuador en calidad de turistas, sin embargo, muchos han llegado para quedarse y se pudo constatar que este grupo social se encontraba en diferentes playas de la zona norte disfrutando de los recursos turísticos y servicios.

Los rangos de edad de los encuestados oscilan entre los 26 a 51 años, con un nivel de formación medio, en su gran mayoría profesionales de clase media, esto aplica para nacionales y extranjeros, por lo que su nivel de gasto es menor a USD.100 diarios.

Según la valoración en acompañamiento, los nacionales tienden a viajar entre pareja, familia y amigos, sus estancias son cortas, máximo 3 días, todo depende del tiempo libre, vacaciones o días festivos. Muchos de estos manifestaron que suelen trasladarse hacia la costa buscando relajación.

A diferencia de los extranjeros, la mayoría de estos viajan solos buscando nuevas experiencias, si el sitio les resulta agradable su estancia es mucho más extensa, 5 días o más.

Los turistas nacionales son recurrentes, un porcentaje mayor opta por el uso de establecimientos hoteleros con todas las comodidades y en un menor porcentaje las personas prefieren rentar apartamentos o casas según el número de personas que los acompañan, por lo general suelen ser familias.

Un 90% de los encuestados mencionaron que adquirieron sus alojamientos mediante las redes sociales y páginas web.

Son turistas que viajan por vía terrestre, con ganas de disfrutar del paisaje.

En cuanto a motivaciones principales se refiere:

Descanso y diversión, conocer el entorno y sus actividades, así como el deguste de la comida tradicional.

No son turistas que combinan otras actividades que no estén anexas a sol y playa, muchos de los viajeros manifestaron que las playas son el mayor atractivo turístico, ya que la oferta de recursos es limitada por falta de conocimiento y difusión de otros alrededores.

Las actividades practicadas fueron surf, juegos acuáticos (la banana), kayak, caminatas, ciclismo, paseo en panga, disfrute de la caída del sol, turismo nocturno.

Cabe recalcar que este es un perfil general del visitante de sol y playa con tendencia a la variabilidad. También hay que considerar que existen otros indicadores que pueden guiar hacia el análisis de otros tipos de perfiles, como, por ejemplo: Intereses, expectativas, hábitos de consumo, etc.

Conclusiones

En los últimos años se han producido cambios en los hábitos de los viajeros, especialmente en las preferencias vivenciales y experienciales que ofrecen los destinos y que se transforman como nuevos productos atractivos al consumidor. El turista actual es mucho más exigente, ya que las tecnologías de la información y comunicación proporcionan información diaria de las tendencias actuales, sin querer formar parte del turismo de masas, los que generalmente consumen lo mismo.

Los expertos coinciden según vivencias antropológicas y viajeras, que el turista actual tiene mayores inquietudes a nivel cultural y especialmente a nivel ambiental, por ende, la oferta debe ser amplia y ajustarse a las necesidades requeridas.

En el Ecuador a nivel de costas o litorales, en la provincia de Manabí, zona norte, se observó que el turismo de sol y playa es el turismo tradicional, propio de la región. En la observación de campo se pudo constatar que el desarrollo turístico aún no ha empezado.

En relación a la satisfacción de los servicios, se encuentran en un rango de aceptación medio, los más importantes: Alojamiento, Alimentación, Transporte, Actividades Turísticas, Diversión y/o Entretenimiento

Recomendaciones

Es importante que los servidores o prestadores de servicios turísticos en general busquen nuevas fórmulas para mejorar las expectativas del cliente.

Eso quiere decir potenciar otras clases de turismo como, por ejemplo: De Naturaleza, Gastronómico, Cultural y Deportivo. Definir rutas anexas dentro del corredor turístico desde los cantones Sucre hasta Pedernales, enlazar el turismo cultural para rescatar la identidad de los pueblos alrededores. Incentivar a la mejora continua de aquellos que están inmersos en actividades turísticas como técnicas, lenguaje, innovación, entre otros. Las tipologías antes mencionadas pueden aportar y complementar la oferta, esto evitará la decadencia del turismo de sol y playa y permitirá desarrollar sobre los nuevos viajeros el diseño de estrategias de segmentación efectiva adaptadas a nuestra realidad.

Bibliografía

- Becerra Grande, A., Falces Delgado, C., & Sierra Dial, B. y. (2018). Una escala para medir calidad percibida en servicios de alojamiento. *Estudios Turísticos*, 95-109.
- Bolton, N. R. (2017). Multistage Model of Consumers Assesment of Service Quality and Value”. Mexico.
- Cadotte, E., & Woodruff, R. B. (2017). “Expectations and norms in models of consumer satisfaction”. . *Journal of marketing research*. No. 24.
- Espinosa, N. y. (2016). Dirección de la Calidad. *ISPJAE*, 22.
- Frías, R. y. (2017). Evaluación de la calidad de los servicios turísticos. *CITMA*.
- MINTUR. (2018). *PERFILES DE TURISMO INTERNACIONAL 2017*.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO . (2018). *Perspectivas del Turismo Mundial. Análisis de Mercados*.
- SECTUR. (2018). *ANÁLISIS DE MERCADO S, PERSPECTIVAS*. SECTUR.

CAPÍTULO III

HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

Nuevas tendencias en la gestión del capital humano en la colectividad hotelera y su impacto en la gestión comercial

"Todo cambia, todo se transforma..."HERÁCLITO

**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIOS HOTELEROS EN EL CANTÓN
SUCRE**

AUTORES

Angélica Marina Chila Saltos
e1313046342@live.ulead.edu.ec

Ingrid Liceth Lucas Bermúdez
e1314097450@live.ulead.edu.ec

Génesis Valeria Manzaba Garcés
e1315938090@live.ulead.edu.ec

Yixi Marley Vélez Dueñas
e1313973529@live.ulead.edu.ec

Víctor Isaías Mera Vaca
e1313176917@live.ulead.edu.ec

TUTORES

Lilia Villacis Zambrano. PhD.

lilia.villacis@ulead.edu.ec

William Meneses Pantoja, Mg.

william.pantoja@ulead.edu.ec

RESUMEN

El sector hotelero del Cantón Sucre cuenta con deficiencias en su infraestructura, especialmente en edificaciones antiguas, los hoteles no fueron construidos con todas las normas técnicas. Adicionalmente, estos tienen deficiencias en las normas de calidad y en el mantenimiento preventivo de sus instalaciones, lo cual constituye las mayores dificultades para ofrecer el destino al mercado nacional e internacional. El propósito del estudio fue establecer un programa de mejora para incrementar la calidad de los servicios hoteleros e influir positivamente en el desarrollo económico y turístico de la ciudad. La metodología utilizada fue descriptiva, métodos cualitativo y cuantitativo con una muestra de 30 turistas, las mismas que se llevaron a tabular a través del SPSS21 sacando conclusiones que permitieron analizar las fallas de los hoteles.

Los resultados obtenidos permitieron verificar las deficiencias en la infraestructura hotelera, escasa capacitación al personal que labora en establecimientos hoteleros. Por lo que no poseen el conocimiento técnico en Hospitalidad, por ende no garantiza la calidad que se debe ofrecer a los turistas, intensificándose desde el terremoto del 2016 y las recientes lluvias. No obstante, la calidad en la atención al cliente, es muy buena como lo indican los resultados. Los beneficiarios de la implementación de este programa serían los propietarios de los hoteles, así se podrá mejorar la experiencia del huésped, consecuentemente se contribuirá al desarrollo económico del Cantón Sucre.

Palabras Claves: Calidad, servicio, responsabilidad, eficiencia

ABSTRACT

The hotel sector of Canton Sucre has deficiencies in its infrastructure, especially in old buildings, hotels were not built with all technical standards. Additionally, these have deficiencies in the quality standards and in the preventive maintenance of their facilities, which constitutes the greatest difficulties to offer the destination to the national and international market. The purpose of the study was to establish an improvement program to increase the quality of hotel services and positively influence the economic and tourist development of the city. The methodology used was descriptive, qualitative and quantitative methods with a sample of 30 tourists, the same ones that were tabulated through the SPSS21, and drawing conclusions that allowed us to analyze the faults of the hotels. The results obtained allowed to verify the deficiencies in the hotel infrastructure, scarce training to the personnel that work in hotel establishments. As they do not have the technical knowledge in Hospitality, therefore it does not guarantee the quality that should be offered to tourists, intensifying since the 2016 earthquake and the recent rains.

However, the quality of customer service is very good as indicated by the results. The beneficiaries of the implementation of this program would be the owners of the hotels, thus improving the guest experience, consequently contributing to the economic development of the Canton Sucre.

Keywords: Quality, service, responsibility, efficiency

INTRODUCCION

El turismo en Ecuador como industria es un sector en crecimiento, cada vez más presente en la economía del país, y para muchas localidades es fuente generadora de empleo y desarrollo económico, social y cultural. Pero, esta industria se ve afectada por la mala calidad en los servicios hoteleros y la inadecuada infraestructura de estos establecimientos. Estas son las principales razones de dar a conocer en esta investigación. En los últimos años, la actividad turística ha crecido significativamente en muchas ciudades del país. La motivación de las personas para viajar ha crecido, pues desean conocer más de la cultura de los pueblos y de sus raíces. Aunque esto no sucede en el cantón Sucre, la afluencia de turistas en esta localidad es casi nula. Aquí surge la interrogante ¿Por qué?, de esta inquietud aparece la necesidad de investigar, y analizar si la mala calidad de los servicios hoteleros y la infraestructura de los Hoteles de esta zona, son una de las causas por la cual la afluencia turística y el desarrollo económico de esta ciudad se ven seriamente afectados y limitados.

Es muy importante para el sector hotelero, la contribución que se dará para solucionar esta situación problemática, ya que, si se logra corregir o minimizar estos errores el cantón Sucre se convertiría en un destino turístico atractivo en la provincia de Manabí y en el país. Con dichas acciones, los habitantes de esta localidad serán beneficiados, ya que si el volumen de turistas incrementa, repercute en la economía para las personas dedicadas directa o indirectamente con actividades relacionadas con el turismo. Los objetivos claves de esta investigación son: investigar y dar a conocer como la mala calidad de los servicios hoteleros afecta al desarrollo económico y turístico de la ciudad.

Desde el sector privado no existen inversiones en planes de mejoramiento del sistema de calidad hotelera, además, para las autoridades el sector hotelero de esta ciudad, no es prioritario, se refleja en la nula acción. En este contexto la calidad en los servicios está ocupando un lugar primordial, asociado a los cambios que se vienen operando en la vida de la sociedad, transformándose en un factor competitivo para las pequeñas y medianas empresas y propiciando que se utilicen instrumentos o herramientas que permitan garantizar la calidad lo que solo se puede conseguir en forma estable, sistemática y continua a través de su adecuada gestión. (Soto, 2011). La calidad del servicio, es un concepto acogido por las organizaciones en los últimos años, dada la necesidad de ser competitivos frente a la ampliación de la oferta de los diferentes servicios en el mercado. Para el viajero, este concepto es global, es decir, que todas las experiencias generadas en una visita conllevan a la definición de un servicio que necesariamente se debe abordar el tema de calidad, la cual está ligada a los resultados percibidos por un viajero al momento de utilizar un hotel. Se considera al modelo SERVQUAL como su propuesta base, razón por la cual este modelo cobra gran relevancia en la medición de la calidad de los servicios que se realiza en las organizaciones, constituyendo un elemento clave en la propuesta de este trabajo. La presente investigación se realiza en el cantón Sucre de la provincia de Manabí en Ecuador y tiene como objetivo realizar un análisis de la calidad de los servicios hoteleros en dicho cantón. Los servicios hoteleros se refieren al conjunto de elementos que conforman al establecimiento con todas sus particularidades. Con particularidades se refiere a las características físicas, lo que le brinda identidad propia a un hotel, como lo son su estilo arquitectónico, su mobiliario, su decoración, el tamaño de sus habitaciones,

entre otras. Los hoteles ofrecen variados servicios de acuerdo a su ubicación, categoría, tarifas, etc., mientras más heterogéneo sean sus servicios, mayor será la capacidad de captar la mayor parte posible de los diferentes segmentos del mercado.

A esto se suman los servicios complementarios como agencia de viajes, servicios secretariales, servicio de lavandería, entre otros. Mientras más servicios ofrecen el establecimiento, mayor será la oferta que puede hacer, de esa manera puede acoger a las diversidades de huéspedes con requerimientos diversos. Para ofrecer un servicio de excelencia a los clientes, resulta fundamental la selección cuidadosa de sus recursos humanos con su posterior capacitación en el conocimiento y aplicación de la normativa técnica y protocolaria. La industria hotelera deberá contar con personas que estén motivadas o que tengan vocación en el servicio al huésped, pues estará a su cargo la atención responsable de los huéspedes. También, se debe prestar especial atención a la imagen corporativa.

(Deming, 1989) Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente. Posee una gran reputación por todo el mundo por establecer las técnicas de control del proceso para la calidad como el camino para competir con éxito en la nueva era económico.

En la actualidad existe mucha competitividad y se hace cada vez más importante conocer la satisfacción del cliente ya que hay relación directa con su fidelidad, y, por tanto, con los ingresos de la organización. La satisfacción del cliente y su fidelización son componentes esenciales para incrementar la competitividad de las organizaciones y sólo se logra con la identificación de sus necesidades y expectativas. Además de conocer qué factores de calidad son más relevantes para satisfacerlos. A través del análisis y la medición del grado de satisfacción de los clientes con los productos y/o servicios que se le ofrecen, la industria hotelera obtiene una retroalimentación básica para establecer planes de mejora relacionados con el cliente externo. Es decir, el cliente satisfecho es igual a recomendaciones a terceros.

Para (Ishikawa, 1986) De manera somera calidad significa calidad del producto. Más específico, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivo. La cantidad de llegadas de turistas al país es cada vez mayor, pero al no contar con servicios de calidad y personal calificado los visitantes prefieren otros destinos. Es importante realizar este análisis en el Cantón Sucre, porque de ser así tanto los habitantes como los dirigentes de la ciudad tendrán una idea más clara de las medidas correctivas que hay que aplicar en los establecimientos hoteleros. Esta acción puede estimular la inversión o que se mejore la calidad hotelera de esta ciudad, a nivel de hotelería y de espacios destinados a brindar servicios turísticos. El beneficio se verá reflejado para todos los prestadores de servicios turísticos, pues podrán contar con servicios de calidad idóneos para todo tipo de clientes, de esta forma se mejorará la calidad de servicio es una estrategia básica para enmarcar la estructura y funcionalidad organizativa dentro de parámetros que consideren las expectativas y necesidades de los clientes, la importancia del recurso humano para dar respuesta a estas exigencias debe ser determinante para garantizar la calidad de los servicios que ofertan tanto como excelencia, calidad total, mejora continua, satisfacción del cliente se han convertido en vocabulario habitual de quien forma parte de una organización. Los clientes actuales y futuros tienen necesidades que cambian, las cuales obligan a mantener una constante observación del entorno comercial para poder conocer quiénes son, dónde se encuentran, cómo deben ser atendidos y cuál es su opinión en cuanto al servicio y la atención que reciben.

MATERIAL Y METODOS.

La investigación referente a análisis de la calidad de servicios hoteleros en el cantón en el cantón Sucre se utilizó el método descriptivo, que busca detallar las propiedades significativas de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido al estudio, de ahí se requiere conocer el contexto, las tradiciones, las creencias, las prácticas, por medio de una descripción exacta de las formas de interactuar de la población seleccionada, se hizo la selección de la muestra representativa, no tomada al azar, es decir del tipo no probabilístico por conveniencia, que algunos expertos desde el método Delphi donde la muestra fue de 30 personas.

Método cualitativo: Tiene como objetivo establecer una conversación formal para conocer los diferentes tipos de conocimiento que poseen las personas de acuerdo a las técnicas de turismo que conocen en la ciudad de Bahía de Caráquez, para eso se realizó una serie de preguntas para luego interpretar las respuestas obtenidas de acuerdo al objeto de estudio. Se utilizó el método estadístico descriptivo que Tiene como objetivo la descripción del evento de estudio, se realizó que habitan en la ciudad de Bahía de Caráquez tomando un mayor porcentaje de personas jóvenes para identificar el interés y conocimientos que poseen en lo que corresponde al tema

El desarrollo de la presente investigación está estructurado en 4 fases:

Fase 1. Realizar una revisión bibliográfica que se fundamente en el estado del arte y la práctica investigativa.

Fase 2. Investigar el nivel de conocimiento del análisis de la calidad de servicios hoteleros de Bahía de Caráquez.

Fase 3. Comprobar la calidad de servicios hoteleros de Bahía de Caráquez.

Fase 4. Analizar el nivel de la calidad de servicios hoteleros de Bahía de Caráquez en la atención a los clientes.

Fase 5. Proponer una formación para mejorar la calidad del servicio hotelero

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

Lectura científica: Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial reuniendo aportaciones de diversos autores y el análisis de técnicas que permitan evaluar niveles de conocimiento la calidad de servicios hoteleros de Bahía de Caráquez.

En la encuesta: se aplicó a los entendidos en técnicas turísticas. Para esto se utilizó el software estadístico SPSS 21.00 para procesar la encuesta y realizar el análisis de los resultados obtenidos. Para conseguir información sobre este tema de la calidad de los servicios en el cantón Sucre, se realizó una encuesta a los dueños de los lugares que ofrecen servicios turísticos y lo clientes, de los cuales se extrajo una muestra de 30 personas en especial a los hoteleros.

RESULTADOS

Tabla No.1

Brinda información sobre horarios de servicios		
Mucho Peor	2	6,67
Peor	8	26,67
Igual	9	30
Mejor	6	20
Mucho Mejor	5	16,67
	30	100

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero

El 30% de la población indica que los hoteles brindan información sobre los horarios es igual, el 27% dicen que no brindan la información necesaria es peor, el 20% optan por la opción de mejor, el 16% de la población dice que si brinda la información necesaria y un 7% optan por la opción de mucho peor ya que no les parece que no tienen información necesaria.

Tabla No. 2

Brinda el servicio con prontitud a los clientes		
Mucho Peor	2	6,67
Peor	8	26,67
Igual	10	33,33
Mejor	8	26,67
Mucho Mejor	2	6,67
	30	100

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero

El 33% de la población encuestada opta por la opción igual, un 27% la opción mejor, el 27% de la población escogió la opción peor, el 7% toman la opción mucho mejor ya que dicen que el servicio es ligero, y un 6% mucho peor no les parece un servicio adecuado.

Tabla No. 3

Siempre están dispuestos a ayudar a los clientes		
Mucho Peor	1	3,33
Peor	7	23,33
Igual	10	33,33
Mejor	7	23,33
Mucho Mejor	5	16,67
	30	100

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero

El 33% de la población toman la opción de igual, un 23% escogen la opción de mejor, el 23% escogen la opción de peor, el 17% optan por la opción de mucho peor ya que dicen q no ayudan a los clientes y un 4% toman la opción de mucho mejor.

Tabla No. 4

Se preocupa de cuidar sus intereses		
Mucho Peor	1	3,33
Peor	9	30,00
Igual	9	30,00
Mejor	8	26,67
Mucho Mejor	3	10,00
	30	100

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero.

Un 30% de la población encuestada escogen la opción igual, el 30% optan por la opción peor, el 27% por la opción mejor, un 10% escogen la opción mucho mejor y un 3% mucho peor ya q no ven la preocupación.

Tabla No. 5

Evalue de manera general la calidad de servicios brinda		
Mucho Peor	0	0
Peor	2	6,67
Igual	15	50
Mejor	5	16,67
Mucho Mejor	8	26,67
	30	100

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero

El 50% de la población eligen la opción igual, un 27% selecciona que actualmente el servicio es mucho mejor, el 16% optan por la opción mejor y un 6% que no les gusta y toman para la opción peor.

CONCLUSIONES

- Existen aspectos que necesitan ser trabajados en la calidad de servicio dado que la atención tiene que satisfacer las necesidades del cliente y es indispensable que se trabaje más desde el aspecto profesional destacando habilidades y destrezas en la atención al cliente, flexibilidad y accesibilidad en el momento de acoger a los visitantes ya que conlleva una satisfacción y consecuentemente fidelidad por parte del cliente.
- a través del instrumento de medición, se obtuvieron resultados donde el nivel de calidad se mantiene en igual en la mayoría de las respuestas, pero es preferible seguir cultivando la formación del personal que acoge al visitante. Por lo que se concluye que el servicio no está en el nivel más alto y por consiguiente existen falencias en la calidad del servicio.
- La calidad de servicios hoteleros en el cantón en el cantón Sucre fue evaluada a través de herramientas como encuestas donde se utilizó el método descriptivo, que busca detallar las propiedades significativas de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido al estudio,

RECOMENDACIONES

- Para poder mejorar la calidad del servicio y llegar al nivel óptimo es recomendable Capacitar profesionalmente al personal encargado de atender las necesidades de los huéspedes del hotel, porque ello deben tener los conocimientos profesionales adecuados para poder prestar un servicio de calidad.
- trabajar en equipo, porque esto permite trabajar a acorde dando una imagen de cuerpo institucional por lo que las grandes organizaciones entregan un servicio de calidad, a partir de una misión y visión empresarial para dar un servicio que satisfaga al consumidor. Esto demanda una motivación para el personal y el cliente que lo percibe y lo ve todo.
- Inspirar confianza, es uno de los grande elementos que debe estar implícito en todo ser humano, más aun cuando este presta un servicio a un cliente que le conlleva a garantizar un producto o servicio.
- Crear un sistema de resolución de problemas donde se le debe permita al cliente contar su experiencia al contratar un servicio; responder rápidamente a sus quejas y mejorar lo antes posible también es importante crear un protocolo de resolución de incidentes, para dar solución en el momento en que éste se produce.

BIBLIOGRAFÍA

- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*.
Obtenido de Ediciones Díaz de Santos:
https://gestionempresarialuts.files.wordpress.com/2014/08/calidad_productivida_d_y_competitividad_la_salida_de_la_crisis_17_to_131.pdf
- Gobierno Provincial de Manabí. (2016). *Manabí Gobierno Provincial*. Obtenido de
<http://www.manabi.gob.ec/cantones/sucre>
- Ishikawa, k. (1986). *control de calidad* . Obtenido de
clasehn.net/docpdf_fp/Mod_Control_de_Calidad.pdf
- Revista EAN. (s.f.). *Scielo*. Obtenido de
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011
- Soto, M. D. (18 de julio de 2011). *Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero*. Obtenido de Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero:
<https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>
- TripAdvisor. (s.f.). *TripAdvisor Colombia*. Obtenido de
https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g663658-d7394501-Reviews-Buenavista_Place_Hotel-Bahia_de_Caraquez_Manabi_Province.html#REVIEWS
- TripAdvisor. (s.f.). *TripAdvisor Colombia*. Obtenido de
https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g663658-d1450039-Reviews-Saiananda-Bahia_de_Caraquez_Manabi_Province.html#REVIEWS

**LAS POTENCIALIDADES DE LOS RESTAURANTES DEL LITORAL
ECUATORIANO PARA DESARROLLAR EL TURISMO GASTRONÓMICO.
CASO MANTA**

AUTORES:
Jeniffer Elizabeth Mendoza Zambrano

e1350145726@live.ulead.edu.ec
 Carolina Stephania Gómez Gómez
 e1313978445@live.ulead.edu.ec

TUTOR:

Ing. Chef. Vladimir Álvarez Ojeda. Mg
 vladimir.alvarez@uleam.edu.ec

RESUMEN

La industria del turismo se considera en la actualidad como uno de los sectores más dinámicos en su crecimiento y desarrollo, tanto a niveles locales como internacionalmente, (OMT, 2009). El turismo gastronómico es sin duda un motivador de desplazamientos de personas que por sus características son considerados turistas. La gastronomía, reconocida por la OMT como una modalidad de turismo, no deja de tener un impacto positivo Ecuador, que lleva quince años preparando sus cocinas y sus cocineros para ser un nuevo destino gastronómico en Latinoamérica. La ciudad de Manta, uno de los cantones más representativos de la provincia Manabí es considerada por sus productos del mar y su evolución en los atractivos gastronómicos más relevantes del litoral ecuatoriano. Este cantón por sus potencialidades puede ser considerado un destino gastronómico, aunque no existe investigación sustentada que justifique este planteamiento. El presente artículo tiene como principal objeto analizar y poner a consideración el reconocimiento a la ciudad de Manta como un producto gastronómico competitivo, donde la gastronomía es la motivación principal de desplazamientos de visitantes de diferentes latitudes.

Palabras clave: turismo gastronómico, potencial gastronómico, restaurante, competitivo

SUMMARY

Tourist industry is considered one of the most dynamic sectors considering its development and growth in local and international (OMT, 2002). Gastronomic tourism is a motivator in movement of people we can consider like tourists. Gastronomy recognized by OMT as a way of tourism, has a positive impact in the city of Manta, one of the most representative cantons of Manabí province. This province can be considered a destination with a big gastronomic potential though there is no investigation to sustain that issue. The main goal of the present article is to analyze and put into consideration the City of Manta as a competitive gastronomic product, where gastronomy is the main motivation for travelling of different countries' visitors.

Key words: gastronomic tourism, gastronomic potential, restaurant.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el turismo se inclina cada vez más a la especialización y despierta nuevas expectativas y deseos de los turistas. Por lo tanto, no es extraño que hayan aparecido una serie de nuevos productos que van más allá del turismo masificado de sol y playa, e intentan satisfacer diversos nichos de mercado. El turismo gastronómico como modalidad de turismo (OMT 2002) es uno de los nuevos productos turísticos que ha ganado mayor dimensión en los últimos tiempos, así como ha llamado la atención por parte de la comunicación social.

Es planteado por (Torres B. 2003) que algunos turistas "se alimentan" y otros "viajan para comer". Estos, interesados por la comida, realizan su búsqueda desde una perspectiva que puede ser tanto cultural como fisiológica.

En consecuencia, ha surgido el denominado "turismo gastronómico", entendido como el grupo de personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas

en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial, en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.

La alimentación siempre formó parte de los viajes por una simple necesidad de orden biológico. Fuera de su lugar de residencia las personas esperan un servicio similar al que tienen habitualmente sin preocuparse por profundizar en la cultura local.

En la actualidad el Ecuador está considerado como uno de los países que posee una acelerada evolución económica sostenible en Sudamérica (SENPLADES. Secretaría Nacional de Planificación, 2013), siendo el turismo uno de los sectores priorizados a nivel nacional por aportar un importante incremento al desarrollo del país, según establece la Política Nacional del Estado, “el reto histórico es cambiar la historia y convertir el país en una verdadera potencia turística”, esta voluntad política se refleja en el (PNBV, 2013 y PLANDETUR 2020, 2017) Decreto No. 1424 del Plan Nacional para el Buen Vivir, el cual considera al turismo como una de las fuerzas motrices dentro de los cinco ejes fundamentales de desarrollo económico y social del país.

Una de las actividades que más atrae a los turistas es la gastronomía, la comida es una de las cosas que logra conseguir despertar el interés de los visitantes, ya que captura la esencia y la forma en que se produce y se consume (Palacios, 2014) La cocina típica representa un rasgo de autenticidad, de ahí que los turistas se sientan interesados y atraídos. Por estas razones se declara la Gastronomía como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad (PIH) por la UNESCO (2010).

El litoral ecuatoriano presenta una gastronomía de elevada calidad y aceptación, siendo esta región tomada como piloto para potenciar el desarrollo gastronómico y hacer de este un producto competitivo, meta que se promociona a través del proyecto desarrollado por el (MINTUR, 2014) con el eslogan comercial “ECUADOR A LA CARTA” y la Gran Feria Internacional Gastronómica Turística del Ecuador. Está formado por cinco de las 22 provincias del país (Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro), considerado como la de mayor notoriedad turística, presenta hermosas playas que ofrecen descanso, diversión y brindan una amplia variedad de servicios y otras actividades relacionadas con el turismo (MINTUR, 2014)

El Turismo Gastronómico en la región costa tiene, una gran notoriedad ya que representa el 35% de los viajeros con fines turísticos y el 50% de estos se trasladan por motivaciones gastronómicas. (PLANDETUR, 2020)

Las instalaciones gastronómicas tienen un peso significativo en el desarrollo turístico del litoral ecuatoriano, ya que garantizan las necesidades de alimentos y bebidas de los turistas que arriban a disfrutar de las bondades de la costa azul ecuatoriana.

La mejor forma de hacer publicidad es brindando excelentes experiencias a los turistas, quienes a través de la comunicación boca a boca (word of mouth) transmiten las percepciones positivas entre amigos y familiares y harán que los sitios visitados se vuelvan atractivos para conocerlos, ya que por medio de la comida se logra enamorar y convencer que los visitantes se conviertan en turistas gastronómicos potenciales.

Así mismo, el ofrecimiento de experiencias no solo culinarias sino también recreativas y culturales, hará de un país más atractivo para turistas tanto nacionales como extranjeros.

El presente trabajo tiene como objetivo evaluar las potencialidades gastronómicas del litoral ecuatoriano como subsistema endógeno del turismo, y hacer de esta actividad un producto turístico competitivo, fomentando estrategias para llevar la gastronomía ecuatoriana a niveles más elevados como patrimonio inmaterial de la humanidad, y un

destino gastronómico sustentable, constituyendo este un elemento esencial integrante del sector de la hospitalidad y un eslabón importante en el desarrollo sostenible del país.

MATERIALES Y MÉTODOS

En la presente investigación se identificaron y procesaron una serie de información que conducen a la búsqueda de conocimientos científicos mediante la aplicación de métodos y técnicas y para lograr esto, nos basamos en los siguientes:

Métodos teóricos

- Análisis y síntesis de la información, con el propósito de identificar los principios que respaldan la temática estudiada, caracterizar y diagnosticar la gestión de la restauración en el litoral ecuatoriano.
- Inductivo – deductivo, para arribar a consideraciones acertadas sobre la situación de los restaurantes objeto de estudio; diseñar el sistema y constatar su efectividad práctica.

Métodos empíricos

- Observación directa y participativa. Para conocer la operatividad del servicio en los restaurantes estudiados y los procesos de incidencia directa en el producto restauración. Se realizará a través de listas de chequeo elaboradas por el autor y validada por Alfa de Cronbach.
- Encuesta aplicada a los propietarios de los restaurantes. Para indagar sobre las características de las instalaciones y su personal, el conocimiento que poseen sobre la operatividad de un restaurante, y la gestión de estos, valorando su efectividad y validez a través de la aplicación de las pruebas estadísticas creadas al efecto.

Métodos estadísticos

- Cálculo de la media aritmética y moda como medida de tendencia central y desviación estándar para evaluar la dispersión de la información derivada de la caracterización de los restaurantes.

DESARROLLO

Para realizar el presente estudio se ejecutó un análisis teórico y metodológico que permitió identificar, los motivos decisorios que propician el desplazamiento de turistas potenciales y constituyeron la base para la elaboración del procedimiento siguiente.

Etapas 1. Evaluación de las preferencias de los turistas

Se aplicaron cuestionarios a una muestra representativa de turistas que arribaron a Manta en la temporada 2017-2018, con el objetivo de identificar los motivos de su viaje.

La fórmula utilizada para el cálculo del tamaño de muestra se expone a continuación:

$$n = \frac{N * K^2 * P * Q}{e^2 (N - 1) + K^2 * P * Q}$$

Donde:

-n- tamaño de muestra

-N- Población

-K- percentil de la normal para un nivel de confianza del 95 % (1,96)

-P- Probabilidad del éxito

-Q- Probabilidad del fallo

-e- error fijado por el investigador

Luego de obtenido el tamaño de muestra se aplicó un muestreo estratificado proporcional en consideración a las nacionalidades que visitaron la ciudad de Manta en dicha temporada.

Para el diseño del cuestionario se realizaron entrevistas al personal de contacto directo con los turistas y revisión documental relacionada a criterios de clientes, luego se

identificaron un conjunto de posibles motivos, orientando al turista encuestado marcar con una X todos los factores que lo alentaron para su visita.

Etapas 2. Análisis descriptivo y de componentes principales relacionado a los restaurantes del litoral

Para la selección de la muestra de restaurantes a estudiar se aplicó un muestreo probabilístico, considerando como población las instalaciones que clasifican entre primera y segunda categoría. Se empleó la fórmula que se expone a continuación, realizando el cálculo mediante el simple size calculator:

$$n = \frac{Z^2(p)(1-p)}{e^2}$$

Donde:

Z: Estadístico de la distribución normal asociado al nivel de confianza.

p: Probabilidad de ocurrencia

He: Error muestra

Se consideró un nivel de confianza del 90% ($\alpha = 0,10$) y un error muestral del 10 %.

Se realizó un análisis descriptivo en los restaurantes, relacionado a las medidas de tendencia central y dispersión en torno a las variables siguientes:

- El período de alta demanda, de acuerdo a la estacionalidad antes especificada
- La categoría del restaurante
- La capacidad, entendida por el número de plazas
- La provincia en la cual se ubica la instalación
- El número de clientes atendidos en el mismo período
- El nivel profesional y educacional alcanzado por colaboradores y propietarios de los restaurantes

Se estudió la relación de las mismas mediante un análisis correlacional de componentes principales, fueron determinados los coeficientes de correlación de Pearson entre cada par de variables, con el uso del SPSS.

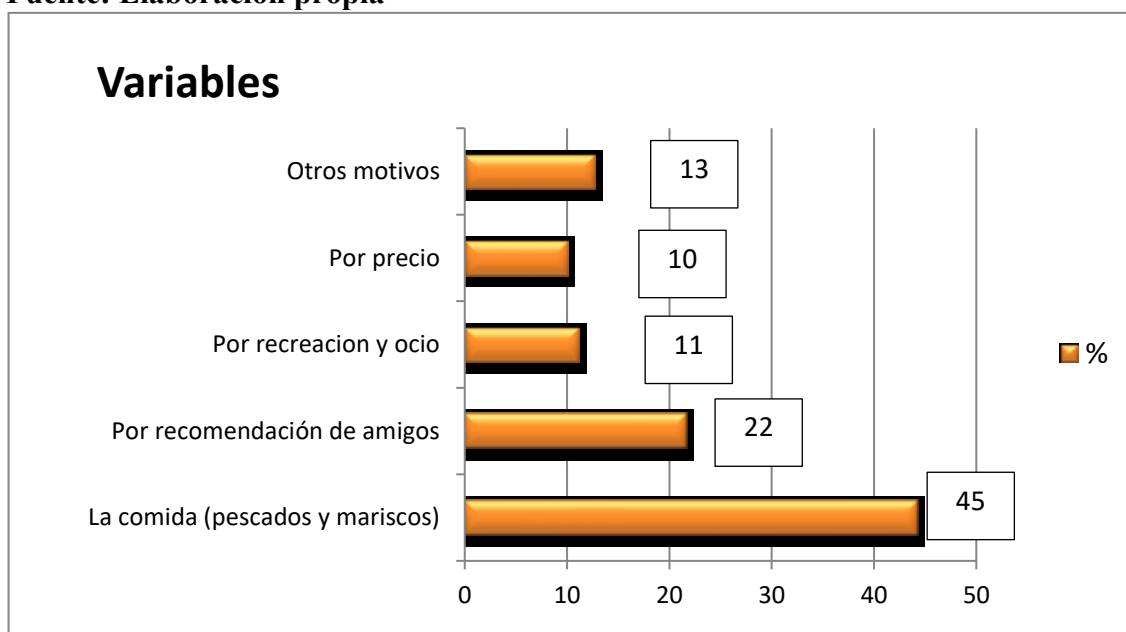
Luego se procedió a la aplicación de cuestionarios a los propietarios de los restaurantes con el objetivo de verificar sus expectativas con relación a los resultados de la lista de chequeo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Etapas 1. Evaluación de las preferencias de los turistas

En la temporada 2017 – 2018 la región fue visitada por 2150 turistas provenientes de los cruceros, lo que exigió una muestra de 338, fue considerado un error muestra del 5 %, consecuente a un estudio conclusivo por segmentos. La figura 1 muestra un análisis de las frecuencias de selección de motivos por los turistas encuestados.

Figura 1. Principales motivos de viajes gastronómicos al litoral ecuatoriano
Fuente: Elaboración propia



Como se puede apreciar la comida típica elaborada con productos del mar es la de mayor influencia y motivos de viajes de turistas (45 %), además de ser la gastronomía, la actividad pesquera y otras relacionadas con la producción de alimentos, lo que le atribuye a la región un enfoque sostenible del turismo gastronómico.

Lo anterior es coincidente con el criterio de (Regalado, 2014) al plantear que las ofertas típicas de la localidad y exquisitos menús costeños, sustentados en productos del mar, entre estos, las variedades de ceviches, plato autóctono manabita, propuesto por la UNESCO como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, es un incentivo para la afluencia de turistas a la región.

Etap 2. Análisis descriptivo y de componentes principales relacionado a los restaurantes del litoral

De los 54 restaurantes ubicados en la región, especializados en pescados y mariscos, fueron seleccionados 43, para un 80 %. Se recopiló información proveniente de las estadísticas de los mismos. Para ello se consideró el trimestre de julio, agosto y septiembre que corresponde altos niveles de demanda, por la estacionalidad histórica de esta etapa lo que significa una alta estabilidad en la oferta. Se consideraron los costos de las mercancías en función de los géneros utilizados por dichas instituciones en los períodos correspondientes a los años 2017 y 2018.

Como resultados más significativos del estudio de las variables estudiadas, se puede plantear que un análisis de frecuencia del costo de las mercancías de un mes de alta demanda, oscila entre 36 000 y 52 000 dólares. El valor modal se corresponde con el intervalo de entre 42 000 y 44 000 dólares, con una frecuencia absoluta de 30,2 %

La categoría predominante de los restaurantes es la segunda, en tanto, la capacidad más frecuente se encuentra entre 70 y 80 plazas. Por lo general, en los restaurantes se cuenta entre uno y dos equipos, con más frecuencia poseen horno. El nivel educacional predominante alcanzado por los propietarios es el medio. De los documentos inherentes a un sistema de gestión de mercancías, en la mayoría de los casos se utiliza uno, y en menor medida dos, donde uno de ellos casi siempre es el registro sanitario referente al control de plagas, exigido por los GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados) para obtener su permiso de operación. El análisis de componentes principales con las variables

antes estudiadas, fue efectivo, avalado por un determinante cercano y distinto de cero, así como un valor de KMO de 0,824 y significación de 0,000. Dicho análisis dio lugar a la extracción de dos componentes principales que acumulan el 92,42 % de la variación total. La primera componente acumula un 76,45 % de la variación total, dicho factor agrupa las variables capacidad, nivel educacional, número de equipos, número de documentos, costo de mercancías y número de clientes, en tanto la segunda componente extraída acumula un 15,97 %, dentro de ella se encuentra fuertemente relacionada la variable provincia.

La mayoría de los coeficientes de correlación de Pearson entre cada par de variables son elevados y los niveles de significación pequeños. Esto se corrobora con el valor del determinante que es muy pequeño bien cercano a cero, indicando que el análisis factorial es una técnica eficiente en este caso. Dentro de las correlaciones más elevadas que se producen entre las variables se encuentran: costo de mercancías – capacidad, costo de mercancías – número de clientes, costo de mercancías – número de equipos y nivel educacional – número de documentos.

La encuesta realizada a los propietarios presenta validez de constructo con un valor de R^2 de 0,742 y confiabilidad avalado por un Alfa de Cronbach de 0,866 (superior a 0,7)

Asimismo, en la tabla 2.2 se aprecian las variables de la encuesta con los valores de la media y la moda.

Tabla 2.2 Medidas de tendencia central para variables deficientes

No.	Preguntas	Media	Moda	Siempre
1	Se controla adecuadamente la calidad de las entradas de las mercancías	2,27	2	
2	Los proveedores poseen registro sanitario	2,4	3	
3	La calidad de las mercancías es buena	2,8	3	
4	El recibo de mercancías se realiza de forma rápida	3,02	3	
5	Los suministros son estables	3,39	3	
6	Los inventarios permiten responder a la demanda (no hay rotura de Stock)	2,97	3	
7	Se controlan las temperaturas de los productos almacenados	2,97	3	
8	Se controla la rotación de los productos almacenados	3,09	3	
9	Se utilizan fichas técnicas para la elaboración de los platos	2,3	2	
10	Se aplican normas para la gestión de la inocuidad	3,6	3	
11	Las evaluaciones sanitarias externas realizadas son satisfactorias	2,4	3	
12	Se registran las mermas	2,8	3	

13	La calidad de las presentaciones es adecuada (gramaje y uniformidad)	2,95	3	
14	Se gestionan los costos de las mercancías	2,81	3	

Fuente: Elaboración propia

La escala utilizada considera 5 categorías, el valor 3 corresponde a la categoría “a veces” y 2 “casi nunca”. Es por ello, las anteriores variables presentan limitaciones en los restaurantes estudiados, siendo estas más marcadas en lo relativo a la utilización de fichas técnicas y control de la calidad de las entradas, con valores de la moda de 2. En el primer caso el 62,69 % de los restaurantes no las utilizan nunca o casi nunca; en tanto en el 65,11 % de los casos no se controla adecuadamente la calidad de las entradas.

Para complementar los anteriores resultados, de acuerdo a la aplicación de una lista de chequeo, se obtuvo que en materia de seguridad alimentaria se identificaron deficiencias en el uso de indumentaria adecuada por parte de los trabajadores y el cumplimiento de prácticas higiénicas correctas, con 46,51 y 58,13 % de incumplimientos, respectivamente; aunque los resultados de la encuesta evidenciaron que se aplican normas de inocuidad en algunos restaurantes “a veces” y en otros “casi siempre”.

No siempre se conservan los productos respetando las normas de ubicación de acuerdo a su género y protegidos con láminas metálicas, lo que favorece la contaminación cruzada y por consiguiente la proliferación de Etas. (Enfermedades por transmisión alimentaria)

Por otro lado, no se realiza un control adecuado de temperaturas, constatado en el 93,02 % de los casos, lo que favorece el crecimiento microbiológico y contaminación de los alimentos. Las libretas sanitarias de los operarios se encuentran desactualizadas en el 83,02 % de los casos.

De la infraestructura, se pueden plantear como deficiencias la inadecuada ventilación en el 86,04 % y la carencia de entrada separada para el ingreso de materias primas en el 88,37 %. Por otro lado, se manifiesta una carencia media de 45,66 % de los equipos horno, freidora y plancha, en los restaurantes.

En consecuencia, a los elementos antes abordados, se puede plantear que las anteriores limitaciones deben ser atendidas por los administradores y GAD para poder aprovechar más efectivamente las potencialidades de la región para el desarrollo del turismo gastronómico.

Las potencialidades gastronómicas del litoral ecuatoriano comprueban que la modalidad de Turismo Gastronómico puede convertirse en un destino turístico de gran aporte económico, social, cultural, sostenible. (Montecinos, 2016).

CONCLUSIONES

Existe una vinculación estrecha entre el turismo, la cultura y la gastronomía, esta última de gran interés en los últimos tiempos, lo que ha conllevado al surgimiento de una modalidad emergente denominada Turismo Gastronómico.

El Ecuador, en la región del litoral, cuenta con una gran actividad gastronómica precursora de movimientos turísticos con intereses gastronómicos, evidenciado en que el 45 % de los turistas encuestados manifiestan como motivo esencial de viaje la comida (productos del mar).

Los administradores de los restaurantes del litoral ecuatoriano deben incidir en la gestión de las mercancías, desde el control de entradas, el uso de fichas técnicas y normas de seguridad alimentaria, para potenciar el aprovechamiento de las potencialidades de la región para el desarrollo de turismo gastronómico.

BIBLIOGRAFÍA

Cisneros Mustelier, L (2010). Propuesta metodológica para la elaboración de mercancías en el proceso de elaboración del servicio buffet en hoteles 4 y 5 estrellas de ciudad. Tesis de doctorado en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Económicas. Universidad de La Habana, Cuba.

Martin, M. (2009). Principi, Organizacion y Practica del Turismo. La Habana: Felix Varela.

MINTUR. (2014). Plan Integral de Marketing Turístico (PIMTE).

Montecinos, A. (2016). Turismo Gastronomico Sostenible. Planificacion de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos. Mexico: CEGAHO Centro Empresarial Gastronomico Hotelero s.a.

PNBV, 2013 y PLANDETUR 2020. (2017). Decreto No. 1424 del Plan Nacional para el Buen Vivir . MINTUR, Quito, Pichincha.

Regalado, L. (2014). Congreso "Rescate de Culturas Ancestrales del Ecuador". Calceta. Manabi.: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, (ESPAM) Manuel Félix López.

Saltos Solórzano, J (2018). Contribución a la mejora de la eficiencia en la gestión de la inocuidad de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Técnicas. Universidad de Matanzas, Cuba.

SENPLADES. Secretaría Nacional de Planificación. (2013). XII Simposio de Sostenibilidad y Desarrollo Turístico del Litoral Ecuatoriano., 30. Santa Elena, Ecuador.

LOS DEPORTES NÁUTICOS Y SUS EFECTOS EN EL TURISMO EN LA CIUDAD DE BAHÍA DE CARÁQUEZ.

AUTORES

Cesar Javier Chica Espinoza
e1314802636@live.ulead.edu.ec

TUTORES

Lic. Carlos Chica Medranda. Msc.
carlos.chica@uleam.edu.ec
Cristina Zambrano Pincay, Ing.
a1312142670@uleam.edu.ec

RESUMEN

El presente trabajo fue realizado con el objetivo de analizar los deportes náuticos y sus efectos en el turismo de la zona del estuario del Río Chone o Bahía de Caráquez, el mismo que ha sido considerado por muchos expertos como un área geográfica poco utilizada para actividades turísticas y recreativas que mejoren las condiciones de los visitantes que realizan sus actividades en la zona de la rivera de la Bahía. Los deportes de aventura son muy frecuentes en los últimos años en la ciudad de Bahía, algunos empresarios privados han ubicado lugares de arrendamiento de motos acuáticas; botes, Kayak, botes inflables entre otros, sin tomar las medidas de seguridad que no pongan en riesgo la vida de los turistas que pagan por realizar estas actividades dentro del estuario del río Chone, los deportes acuáticos se practican por todo el mundo, aunque algunos pueden ser más complicados, en general todos son muy divertidos. Estos deportes se pueden practicar en lagos y embalses pero sobretodo en el mar, la metodología que se utilizó en el trabajo investigativo fue de una muestra al azar con encuestas y búsqueda bibliográfica de información para sintetizar el contexto en que se encuentra el turismo náutico.

Palabras claves. Náuticos, turismo, Ciudad, Deportes.

ABSTRACT.

The present work was carried out with the objective of analyzing water sports and their effects on tourism in the area of the Rio Chone estuary or Bahía de Caráquez, which has been considered by many experts as a geographical area little used for tourist activities and recreational that improve the conditions of the visitors that carry out their activities in the area of the Bay of the Bay. Adventure sports are very frequent in recent years in the city of Bahia, some private entrepreneurs have located watercraft rental places; boats, kayak, inflatable boats among others, without taking safety measures that do not endanger the lives of tourists who pay for these activities within the Chone River estuary, water sports are practiced all over the world, although some They can be more complicated, in general they are all very funny. These sports can be practiced in lakes and reservoirs but above all in the sea, the methodology used in the research work was a random sample with surveys and bibliographic search of information to synthesize the context in which nautical tourism is found.

Keywords. Nautical, tourism, City, Sports.

INTRODUCCIÓN

Los deportes acuáticos son los que tienen relación con el agua y los deportistas que realizan una actividad física en ella, se pueden practicar en piscinas, lagos, ríos o en el

mar. Se pueden realizar en el agua como la Natación, waterpolo, nado sincronizado, saltos. Sobre el agua se puede realizar remo, esquí acuático, vela, surf. Bajo el agua, buceo y fotografía submarina, estudios de especies acuáticas. (HB, 2015)

Como se sabe el turismo de deportivo es uno de los segmentos que más han crecido en los últimos años a pesar de las turbulencias económicas, además una fuente de ingreso por viajero superior de otras categorías turísticas, existe un crecimiento que representa a la vez la oportunidad y un peligro, según reconocen las empresas especializadas en localizar al público objetivo.

Hasta hace pocos años, el turismo de aventura estaba considerado como un pequeño nicho del sector turístico. Pero hoy en día se ha convertido en un negocio cada vez más internacional, con una facturación global estimada de 263.000 millones de dólares anuales, según los cálculos de la Adventure Travel Trade Association (ATTA), entidad que representa más de 300 empresas turísticas especializadas de 69 países. (Javier, 2018) El turismo de aventura sigue creciendo de forma vertiginosa por lo que es fundamental cuidar la integridad de los turistas y hacia este camino está enfocado el estudio e investigación del sector turístico de Bahía de Caráquez.

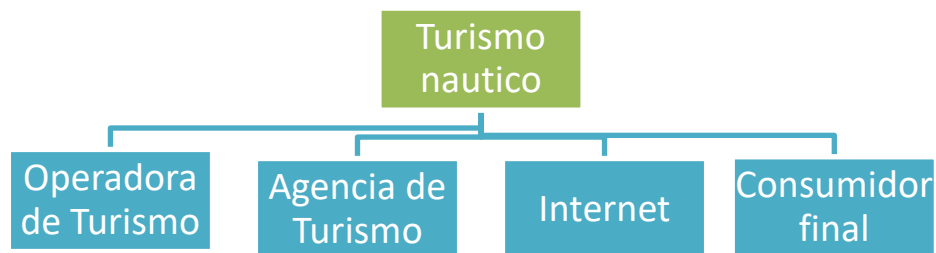
La organización mundial del turismo menciona que a través de los últimos años el turismo náutico recreativo ha mostrado una capacidad de recuperación y vitalidad entre los diferentes sectores de la economía mundial, a pesar de la crisis económico-financiera, pandemias, guerras y atentados terroristas, entre otros sucesos negativos en los que el mundo se ha visto inmerso (OMT, 2010)

Se puede afirmar que existe un abanico ingente de definiciones referentes al turismo náutico. Según G.M.M. Consultores turísticos, S.A. el turismo náutico es “un turismo en sí mismo, son vacaciones activas en contacto con el agua que permiten realizar todo tipo de actividades náuticas en tiempo de ocio, compartiendo la actividad náutica con el disfrute de la naturaleza y la oferta turística y recreativa de las diferentes regiones (Peláez, 2002).

MÉTODO Y MÉTODOS.

Para el presente trabajo de investigación se utilizaron los métodos analíticos descriptivos en lo cual se presentan contextos investigativos dentro del ecoturismo es un sector del turismo, basado en turismo naturalista, y que incluye los principios de los deportes para incluirlos en el turismo

Deportes náuticos y sus canales de distribución, el turismo náutico puede estar como un producto novedoso a la cabeza de cualquier otra actividad turística, es decir que los canales de distribución por donde llegaran los cientos y miles de turistas, tienen que ser de una u otra manera las operadoras de turismo, las agencias de viajes, ligadas de forma directa a la promoción por páginas web, esta promoción virtual debe dar a conocer al aspirante a realizar un tour náutico el entorno geográfico del sitio donde realizaran las actividades, es una forma de llegar hasta el consumidor final que está realizando una compra segura, incluso por internet, de esta manera se puede asegurar que este proyecto tiene las condiciones necesarias para su desarrollo.



Fuente: Portal internacional de turismo. 2019

Según Francisco Orgaz (Aguera, 2016), experto en materia de turismo, existen nuevas formas de incrementar el turismo a partir de áreas geográficas excelente para la actividad deportiva en zonas recreativas como los estuarios, lagunas, frente al mar, entre otras.

Deportes náuticos en Manabí dentro de la clasificación de los deportes acuáticos, se encuentran categorizados el buceo y el surf, (**buceo autónomo** y **buceo no autónomo**, especialidades basadas en prácticas deportivas en un ambiente marino, aunque el buceo se lo puede realizar además en lagos, lagunas, la práctica más popular es en el océano, en el caso del surf se realiza exclusivamente en mar.

La formulación de la investigación exclusivamente de los deportes acuáticos en el océano, se fundamenta en la importancia del agua y en las actividades relacionadas que se pueden desarrollar en un entorno actualmente inexplorado. Como nos dice la Gran Enciclopedia de los Deportes “La tierra es el planeta del agua; casi un 75% de la misma está formada por agua salada”, es por este motivo que la exploración del mundo marino cada vez es más atractiva. (G.E GRAN ENCICLOPEDIA, 2019)

El turismo y el cambio de la matriz productiva el Turismo y el Cambio de la Matriz Productiva La forma como se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas. A ese conjunto, que incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos, se denomina matriz productiva. (TURISMO, 2019)

La economía nacional se ha visto determinada por la diferencia existente entre los precios de productos primarios, que son aquellos que Ecuador exporta, y aquellos con mayor valor agregado que en cambio son aquellos bienes y servicios que el país importa; sumado a la variación de los precios internacionales de las materias primas.

El Ecuador es un país rico en atractivos naturales y culturales, característica que se puede aprovechar para la difusión del país a través de actividades turísticas, tanto para su conocimiento como para la conservación de las mismas. Para el manejo de estas actividades se necesita una reglamentación y herramientas que ayuden al desarrollo sostenible de los sectores intervenidos.

El inventario de los atractivos constituye uno de los primeros pasos para la dinamización del turismo. De tal manera para la elaboración del presente inventario se ha considerado el modelo de inventario “Planeación del turismo alternativo” del autor (Casal, 2018), expuesto en la obra titulada “Turismo Alternativo: Servicios turísticos diferenciados. Turismo de Aventura”. A este modelo se han hecho los cambios necesarios para acoplar

a la situación actual del Ecuador, tomando en cuenta las provincias de Esmeraldas, Manabí y Santa Elena de la “Ruta Spondylus.

RESULTADOS

Para desarrollar el trabajo investigativo, se tomó al azar una muestra de 30 encuestas que se realizaron a turistas que llegaron al cantón Sucre con 6 preguntas cerradas.

- 30 turistas que llegan al cantón Sucre

Cuándo usted visita una región que clase de recorrido le llama la atención

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Historia	1	3%
Naturaleza	12	40%
Deporte Náutico	5	17%
Arqueología	0	0%
Aventura	12	40%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Dentro de la pregunta el 3% tiene preferencia por la historia, 40% la naturaleza, 17% deportes náuticos, 0%Arqueologia y 40% Aventura consideran visitar este tipo de lugares.

Interpretación

La falta de promoción de algunas actividades de recreación son una falencia muy grande debido eso los turistas no tienen conocimiento de la mayoría de los sitios de recreación que tiene la zona.

Le llama la atención el turismo náutico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	3	10%
Importante	13	43%
Poco importante	12	40%
Muy importante	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Dentro de la pregunta aplicada un 10% considera nada importante sobre el turismo náutico, 43% considera que si les llama la atención, 40%considera que es muy importante y un 7% muy importante realizar turismo náutico dentro de la zona.

Interpretación

La mayoría de las personas consideran que es muy importante realizar turismo náutico dentro de la ciudad de destino donde se aplica.

3.- ¿Considera usted que el cantón Sucre tiene ventajas geográficas del estuario para desarrollar el turismo náutico?

Fuente:

Análisis

Respondiendo la pregunta considera no tiene ventaja geográfica para el turismo náutico, tiene casi nada de

17% considera que es mucha la ventaja, 17% con bastante ventaja sobre el estuario para desarrollar el turismo en la zona.

Interpretación

La falta de ventajas competitivas en la zona es muy importantes para poder dar a conocer un lugar en conjunto con la promoción turística.

Cree usted que el estuario del río Chone no está siendo aprovechado para desarrollar actividades turísticas dentro de la zona acuática.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nada	2	7%
Casi nada	18	60%
Mucho	5	17%
Bastante	5	17%
Total	30	100%

Elaboración propia

pregunta 7% ninguna ventaja desarrollo del 60% considera que ventaja geográfica,

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	67%
No	10	33%
En proceso	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Respondiendo la pregunta un 67% respondió que sí es aprovechado para el turismo acuático, y un 33% respondió que no esa siendo aprovechado con fines turísticos.

Interpretación

El rio Chone está siendo aprovechado con fines turísticos para el crecimiento del mismo realizando actividades dentro de la zona acuática.

Cree usted que el turismo en el océano o zonas de bahía y estuarios pueden ser un producto turístico para el cantón Sucre

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy relevante	25	83%
Poco relevante	0	0%
Medianamente relevante	5	17%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Dentro de la pregunta aplicada un 83% respondió que es muy relevante sobre la aplicación del turismo acuático, un 17% respondió que es mediamente relevante sobre este tipo de turismo.

Interpretación

Un producto como el turismo en los océanos o zonas acuáticos dentro de la ciudad sería un gran atractivo para el desarrollo de la ciudad como tal.

Considera usted que los servidores turísticos de moto acuáticos, veleros, kayak, prestan la seguridad necesaria para los turistas que los alquilan

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	67%
No	7	23%
En proceso	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Respondiendo la pregunta un 67% considera que los servidores turísticos prestan servicios, un 23% respondió que no prestan la seguridad necesaria al momento de realizar este tipo de actividad y un 10% respondió que están en proceso.

Interpretación

La mayoría de los prestadores de servicios turísticos están en proceso de brindar seguridad en todos los equipos para la seguridad del mismo turista.

DISCUSIÓN

Cabe mencionar que se requiere de mucho esfuerzo entre el GAD de Sucre y los prestadores de servicios turísticos locales, pues para esto se debe unir esfuerzos en mejorar el turismo, es así que la inserción de actividades recreativas dentro del Estuario del río Chone, el mismo que debe ser acompañado por capacitación a todos los servidores y así tendrá mejores resultados en el corto tiempo, de todas las ciudades de Manabí, se considera que Bahía de Caráquez es la más afectada por el pasado 16 A, por lo que urge un levantamiento de actividades en todos los aspectos, tanto de servicio, calidad, precio, oferta entre otras actividades propias del sector.

CONCLUSIONES.

- El turismo náutico no tiene la suficiente seguridad en la zona de alquiler, ya que los propietarios no cuentan con una debida capacitación, lo que influye de alguna manera en la seguridad y calidad de servicios hacia los turistas que llegan hacia la Bahía de Caráquez.
- Los resultados demuestran que una pequeña parte del estuario es utilizado para fines recreativo, dejando campo amplio para otras actividades náuticas como en los balnearios más importante del pacífico Sur.
- Se requiere en el corto plazo un plan de contingencia durante todo el año y en especial los feriados, para potenciar la actividad náutica en todos sus sentidos como ha sido analizado en el artículo y así fortalecer el turismo de la zona.

Bibliografía

Aguera. (2016). *el turismo como motor potencial para el desarrollo economico de zonas fronterisas en vias de desarrollo. Un estudio de caso portal internacional de turismo.*

Casal, F. M. (2018).

G.E GRAN ENCICLOPEDIA. (2019). Obtenido de https://www.ambientum.com/enciclopedia_medioambiental/aguas/dinamica_importancia_del_agua.asp

HB, D. (2015). Obtenido de <http://deportesacuaticos.info/>

Javier, C. (2018). Obtenido de Turismo de aventura y crecimiento a la vista y tendencias.

OMT. (2010).

Peláez, A. (2002). Obtenido de Turismo Nautico, EVluacion Financierade la actividad.

TURISMO, M. D. (2019).

VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LAS PLAYAS DEL CANTÓN PEDERNALES.

AUTOR

Moreira Moncayo Sandy Valeria
e0804539310@live.ulead.edu.ec

TUTORES

Lic. Carlos Chica Medranda. Mg. Eds.
carlos.chica@uleam.edu.ec
Eduardo Caicedo Coello, Dr.C.
eduardo.caicedo@uleam.edu.ec

RESUMEN

El presente trabajo de investigación fue realizado con la finalidad de hacer una valoración de la calidad de las playas del cantón Pedernales, playas que se encuentran ubicadas geográficamente al norte de la provincia de Manabí, en una zona privilegiada en las costas del Ecuador, el mismo que será valorado mediante el Sistema de Gestión de la calidad (SGA). Pedernales es considerado para muchos como un paraíso en la mitad del mundo, su cálido clima, su gente, sus recursos naturales, sus recursos culturales, y sus extensas playas, hacen que este territorio tenga la oportunidad de desarrollarse como un destino para turistas nacionales y extranjeros. El trabajo es de carácter bibliográfico e investigativo. El objetivo principal será determinar la valoración de la calidad de las playas del cantón Pedernales. La metodología a utilizar en este ensayo será el método inductivo. Lo define como un proceso utilizado para poder sacar conclusiones generales partiendo de hechos particulares, siendo este el método científico más usado. Este documento tendrá bases de artículos científicos y otras investigaciones en las que se haya generado una valoración de la calidad de las playas en otros destinos.

Palabras claves: valorar, calidad, playas, SGA

ABSTRACT

The present research work was carried out in order to make an assessment of the quality of the beaches of the Pedernales canton, beaches that are geographically located north of the province of Manabí, in a privileged area on the coasts of Ecuador, the same which will be valued through the Quality Management System (SGA). Pedernales is considered by many as a paradise in the middle of the world, its warm climate, its people, its natural resources, its cultural resources, and its extensive beaches, make this territory have the opportunity to develop as a destination for national and international tourists. foreign. The work is of a bibliographic and investigative nature. The main objective will be to determine the assessment of the quality of the beaches of the Pedernales canton. The methodology to be used in this test will be the inductive method. It is defined as a process used to draw general conclusions based on particular facts, this being the most used scientific method. This document will have bases of scientific articles and other investigations in which an assessment of the quality of the beaches in other destinations has been generated.

Keywords: assess, quality, beaches, SGA

INTRODUCCIÓN

El turismo según (La Secretaría de Turismo , 2008) Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Turismo de sol y playa es el más demandado de todos, especialmente, en aquellas zonas del litoral que gozan de una climatología favorable, este segmento del turismo suele asociarse con el ocio, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento, conocidos como las tres S (inglesas): sand, sea, sun. Además, este segmento se ha caracterizado desde siempre por ser el producto estrella dentro del destino turístico. (Playa, 2013)

Hablar de calidad es algo complejo es por esta razón que se toma en cuenta en este artículo lo que dice este autor M. Juran (1993) La función calidad es el conjunto completo de actividades mediante las cuales se alcanza la aptitud al uso, con independencia de donde se lleven a cabo estas actividades. Gestionar es coordinar todos los recursos disponibles a fin de conseguir unos objetivos. El objetivo de la calidad comprende tres procesos: planificación, organización y control, que Juran prefiere desarrollar a través de las tres fases de su trilogía: planificación, control y mejora de la calidad (Anónimo, s.f.)

Según la definición de varios autores antes mencionados el turismo abarca todas las actividades que realizan las personas cuando viajan a lugares diferentes de su residencia actual por un tiempo menor a un año, con fines de esparcimientos y no relacionados con la actividad remunerada en el destino. El turismo de sol y playa es el mas apetecido por todos, especialmente la costa que tiene un clima agradable y suele asociarse con el ocio y este segmento es desde siempre el producto estrella de un destino. De acuerdo a lo que el autor Juran (1993) propone la calidad son todas las actividades que se alcanzan mediante la aceptación de un espacio que se le dé el uso requerido, el autor menciona que es mejor desarrollar la calidad mediante tres etapas que son la planificación, control y la mejor de la calidad. "

Revisión de la literatura

El cantón Pedernales cuenta actualmente con dos productos turísticos muy fuertes que son: el turismo ecológico por la presencia de la Reserva Mache Chindul y el sol y playa gracias a los 54 kilómetros de playa con los que cuenta. Sin embargo, también es importante destacar que en Pedernales la comisión geodésica tomó la primera medición de la "mitad del mundo" lo que convertiría a la franja costera del cantón como "las playas de la mitad del mundo", además se cuenta con un bagaje patrimonial importante ya que el cantón se encuentra asentado en territorio que perteneció a la cultura Jama-Coaque. (Milton, 2017)

Según el autor antes mencionado, "Pedernales tiene en la actualidad productos turísticos fuertes que son el turismo ecológico y el turismo de sol y playa, es importante destacar la comisión geodésica tomo en Pedernales la primera medición de la mitad del mundo que la convertiría como en las playas de la mitad del mundo". La zona costera norte de la Provincia de Manabí como son las Playas de Pedernales y Cojimíes que forman parte de la Ruta del Spondylus, son visitadas por una corriente de turistas principalmente de la región Sierra, debido a la apertura de la nueva vía Quito – Santo Domingo – Pedernales, lo cual coloca al cantón Pedernales como lugar estratégico para el desarrollo del turismo, las facilidades ahorran tiempo y dinero para los amantes del turismo de sol y playa. (MARÍA, 2013)

De acuerdo a lo que el autor propone Pedernales y Cojimíes que actualmente forman parte de la ruta del Spondylus y estas son visitadas por un gran flujo de visitantes de la región Sierra, gracias a la apertura de vías que facilitan la movilización de Quito- Santo Domingo- Pedernales, lo cual cataloga a Pedernales como un lugar de gran importancia para el desarrollo del turismo de la provincia de Manabí. El cantón Pedernales se ha caracterizado por ofrecer al turista sol y playa, dirigido a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos. Este tipo de turismo viene impulsado por la cantidad de recursos naturales y culturales que posee el cantón con mayor presencia de visita los feriados y fines de semana, las visitas vienen principalmente de provincias de la sierra por la cercanía al cantón. (Milton, 2017)

Pedernales se diferencia de otros lugares por ofrecer a los turistas que lo visitan Sol y Playa, enfocado en el segmento de la demanda y bien definidos, siendo estos los turistas de la Sierra, el turismo en esta zona esta impulsado por la cantidad de recursos naturales y culturales que tiene el cantón y que brinda también a propios y a extraños.

Pedernales está lleno de diversos atractivos turísticos, tanto que es uno de los cantones manabitas con mayor potencial de explotación, no solo en la costa sino también en las montañas, a este cantón se puede llegar por tierra por mar y por aire. Algunos autores sostienen que en ese lugar se encuentran las mejores y más hermosas playas de las costas ecuatorianas. (Villavicencio & Sotomayor, 1998)

Pedernales. – Ubicación

Pedernales está ubicado en la zona noroccidental de la región costa ecuatoriana en el noroeste de la provincia de Manabí, atravesado por la línea equinoccial en la República del Ecuador en Sudamérica. Su territorio por tanto se encuentra dividido por los hemisferios Norte y Sur, configurando un subsuelo productivo, húmedo y tórrido. El relieve de este cantón está determinado primordialmente por la Reserva Ecológica Mache - Chindul. El punto de mayor altitud con 864 m.s.n.m. es el Cerro Pata de Pájaro y el relieve más bajo se encuentra en la zona sur-oeste, en la que se encuentra ubicada la cabecera cantonal. (Milton, 2017)

Playas que forman parte del cantón Pedernales

Playa Pedernales.

Hay algunos atractivos y actividades que se realizan en el mar de aguas tranquilas del cantón, bajo la estricta mirada de salvavidas calificados. Así, están los 17 km de palmeras que adornan el camino de Pedernales a Cojimíes, justo en la frontera con Esmeraldas. Hay playas limpias y seguras. Es posible disfrutar del buceo, la pesca deportiva y los deportes acuáticos, como la banana, la bestia, la boya y el parasailing (actividad recreativa en la cual una persona es remolcada por un bote y elevada por los aires). (Hora, 2018)

Playa Cojimíes

La playa de Cojimíes es el lugar perfecto para disfrutar en familia o con la compañía de sus amigos. Cojimíes tiene una extensa playa para disfrutar de diferentes deportes y poner su tienda de campaña para regocijarse del sol y de una espectacular vista del mar. Cojimíes tiene una buena infraestructura hotelera de la cual no deberá preocuparse, los precios de habitación en los hoteles son cómodos y accesibles para todos los turistas nacionales y extranjeros. (Ecuador Turístico, 2013)

Playa La Chorrera

En el lugar se encuentran vestigios de culturas que habitaron en Manabí, como la Chorrera que se asentó en Pedernales. Así, esta playa, ubicada a 3 horas de Manta, está presta para recibir semanalmente a miles de turistas que quieren conocer la única playa con latitud cero en el país. Su nombre viene de la piedra “pedernal” que existió en el río Cojimíes. (Diario EL TELÉGRAFO, 2015)

Playa Cañaveral y Playa La Cabuya

Playas con su paraíso de Palmeras que se asemeja a un paraíso perdido. Playa de relajamiento que sobresale del perfil costero y por sus olas altas sirve para practicar el surf. Está situada a 23.5 km. de Pedernales (25 minutos). Es una playa netamente de pescadores en la que la pesca artesanal se constituye en la principal actividad. Está ubicada entre Punta Palmar y Punta Cabuya. Como actividades realizables es un balneario con potencial turístico en donde también se pueden hacer deportes de playa. (AME, Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2010)

De la tabla antes mencionada se ha tomado como referencia a las playas de Pedernales, Cojimíes y la Chorrera. Diferentes autores como (Ecuador Turístico, 2013), (Diario EL TELÉGRAFO, 2015), (Hora, 2018) "mencionan que estas tres playas son ideales para el disfrute de los turistas, en las que pueden realizar actividades de recreación y deportes acuáticos y vivir una experiencia de tranquilidad y relajación disfrutando de sus cálidas playas y su acogedora gente, también algunos turistas viajan por conocer de Pedernales la única playa que esta ubicada en la mitad del mundo".

Resultados Investigativos.

Tabla de ponderación producto de la observación, donde el rango es de 1-5, donde 1 significa escasez o limitaciones para playa y 5 indica que el sector posee ciertas características que le da ventaja sobre las otras playas.

Cuadro indicador de localización de listado de playas del Cantón Pedernales.

Nombre de las playas	La Cabuya	La Chorrera	Pedernales	Cañaveral	Cojimíes
Indicadores físicos					
Ancho de la playa	3	5	5	5	5
Extensión de la playa	3	4	5	5	5
Temperatura de agua	4	4	4	4	4
Temperatura de aire	4	4	4	4	4
Altura de la ola	3	3	5	4	3
Obstáculos en la playa	3	3	5	4	4
color de la Arena	4	4	4	4	5
Transparencia de agua	4	4	4	4	4
totales	28	31	36	34	34
Indicadores biológicos					
Cantidad de pescadores	2	2	3	4	3
Olor peces	4	3	5	5	3
Animales peligrosos	4	5	5	4	5
Cobertura vegetación	2	2	4	4	5
totales	12	12	17	17	16
Indicadores ambientales					
Residuos en la playa	3	3	5	5	5
Residuos en el mar	3	3	4	5	4
Manchas combustibles	3	2	5	5	2
Descargas de red pluvial	5	5	2	5	3
Animales domésticos	4	4	2	4	2
totales	18	17	18	24	16
Infraestructura y servicios					

Vías de circulación	5	5	5	5	5
distancia de estacionamientos	2	2	5	2	5
Sanitarios públicos	2	2	5	2	5
Duchas	2	2	5	2	5
Contenedores de residuos	1	1	1	1	1
Bares	1	1	5	1	5
Servicios de guardavidas	1	1	5	1	2
Luminaria costanera	2	4	5	2	5
totales	16	18	36	16	33

Listado de los indicadores (Madanes, Faggi, & Espejel, 2011). Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

Se realizó la valoración de cinco playas que forman parte del Cantón Pedernales de la provincia de Manabí en la que se ha podido determinar que el resultado de la calidad que brindan las playas del cantón esta entre uno y cinco, siendo 1 la calificación que valora la playa que no cumple con ciertos parámetros para recibir de manera adecuada al turista y 5 siendo la calificación que indica la playa esta óptima para el recibimiento de turistas. En los indicadores físicos se valora la playa de Pedernales, se encuentra por encima de la Cabuya y La Chorrera y se observa también que las Playas Cañaverl y Cojimíes tienen una valoración que puede mejorar con ciertos factores determinantes y estar junto con Pedernales como un destino que brinde las condiciones necesarias para el turista. En los indicadores biológicos se observa que Pedernales y Cañaverl tienen menor impacto a cuanto a la cantidad de pescadores, olor de peces, animales peligrosos y cobertura de vegetación siendo estas playas las más óptimas para una mejor estadía.

En la valoración de los indicadores ambientales se analiza que la playa de Cañaverl es el lugar que menos impacto ambiental tiene, seguida de Pedernales, La Cabuya, La Chorrera y siendo Cojimíes la playa con mayores problemas. En cuanto a la infraestructura y servicios de las playas del Cantón Pedernales se puede determinar por medio de la tabla de comparación que la Playa de Pedernales es idónea para el turismo de Sol y Playa porque cumple con varios parámetros para brindar un servicio completo y de calidad a sus visitantes, seguida de Cojimíes que es una playa que esta en proceso continuo de mejoramiento de sus espacios turísticos. Ambas playas tienen vías de acceso en buen estado, tienen estacionamientos cerca del lugar de la playa, cuentan con sanitarios, duchas, contenedores de residuos, bares, servicios de guardavidas y luminaria costanera que permite que el turista se sienta más a gusto en ese lugar.

CONCLUSIONES:

- La valoración permite identificar cuáles son los componentes o parámetros que debe cumplir una playa para ser un destino de calidad y brindar a sus moradores un ambiente más sano y tranquilo para vivir, ayudando a la economía del lugar y al buen manejo del recurso de la playa como potencial turístico de Pedernales.
- La comparación de una playa con otra permite que se descubran nuevos recursos potenciales que tal vez una playa ya tenía pero que no había sido descubierta, haciendo partícipes al Gad Municipal en trabajar en beneficio de sus playas y lograr así el espíritu competitivo por trabajar y conseguir que sus playas sean destinos que brinden calidad a sus visitantes.
- El departamento de turismo del cantón Pedernales, debería de trabajar en pro de sus recursos turísticos principalmente sus Playas, porque estas son el motivo por el cual

en ciertos meses del año hay un buen flujo de visitantes especialmente de la sierra que aportan a Pedernales directamente en la economía y por ende los turistas deben de llevarse una buena imagen Pedernales.

- Uno de los puntos importantes y de mayor relevancia es la promoción turística que se haga de sus playas, porque si bien es cierto hay playas como La Cabuya, El Cañaveral, La Chorrera que no son conocidas por la mayoría de los turistas y que son destinos que aportan también al turismo de Pedernales, por lo que es necesario que el GAD se apodere de sus destinos y potencia por medio de la promoción estas playas que son ideales para el descanso y el esparcimiento.

BIBLIOGRAFÍA

- La Secretaría de Turismo . (16 de 04 de 2008). *SECTUR*. Obtenido de Glosario:
<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- AME, Asociacion de Municipalidades Ecuatorianas. (20 de 05 de 2010). *Ame.gob.ec*.
 Obtenido de <http://ame.gob.ec/ec/2010/05/20/canton-pedernales/>
- Anónimo. (s.f.). Obtenido de ¿Qué es la calidad?:
<http://www.facmed.unam.mx/emc/computo/infomedic/presentac/modulos/ftp/documentos/calidad.pdf>
- Diario EL TELÉGRAFO. (19 de 07 de 2015). Obtenido de
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/pedernales-genesis-del-nombre-del-ecuador-galeria>
- Ecuador Turistico. (16 de 01 de 2013). *Ecuador Turistico*. Obtenido de
<https://www.ecuador-turistico.com/2013/01/playa-de-cojimies-manabi-turismo-aventura.html>
- Hora, L. (08 de 08 de 2018). *La Hora*. Obtenido de
<https://www.lahora.com.ec/noticia/1102176907/pedernales-se-levanta-vigoroso-y-abre-sus-puertas-al-turismo>
- Madanes, N., Faggi, A., & Espejel, I. (2011). Obtenido de Sistemas de valoración de calidad de playas turísticas:
https://www.ileanaespejel.com/uploads/1/1/3/3/11330338/madanes_et_al._book._cap15.pdf
- MARÍA, E. B. (2013). *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2045/1/T-UCE-0004-9.pdf>
- Milton, B. B. (2017). *Amevirtual.gob.ec*. Obtenido de PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON PEDERNALES:
<http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/PD-TURISMO->

DESARROLLO DE LA EXPRESION LEXICAL DESDE LA ORALIDAD EN EL AREA TURISTICA

AUTORES

Ariana Briggithe Palacios Vera
e0941474231@live.ulead.edu.ec

Lilia María Villacis Jama
e1315054807@live.ulead.edu.ec

Evelin Estefanía Panta Panta
e1314718170@live.ulead.edu.ec

Rocio Dennise Cedeño Mera
e1315575785@live.ulead.edu.ec

Roberto Felipe Zambrano Viteri
e1312728783@live.ulead.edu.ec

Rommel José Navia Rosales
e1350716070@live.ulead.edu.ec

TUTORAS

Dra. Lilia Villacis Zambrano
Lilia.villacis@ulea.edu.ec

Mirna María Delgado Baird
a0908689938@uleam.edu.ec

RESUMEN

En el siguiente artículo que se trata de la expresión lexical en la oralidad, se constató que hay una gran preocupación del poco manejo del léxico, se utilizó el método cuantitativo y cualitativo. Este trabajo fue muy importante porque se pudo diagnosticar. Uno de los objetivos de la enseñanza del vocabulario es que estas unidades léxicas pasen a la competencia comunicativa del individuo. Por ello es importante su aprendizaje continuo y constante durante todo el proceso de asimilación de estudiantes el conocimiento de un ítem léxico es un proceso complejo y gradual en el que se aprende no solo la forma y el significado, sino también una intrincada red de relaciones formales y semánticas entre ese ítem y otras palabras o morfemas que constituyen subsistemas de diferentes niveles. El conocimiento de una palabra es una representación mental de gran complejidad, que integra diferentes aspectos y componentes cognitivos, algunos más automáticos e inconscientes y otros más conscientes, reflexivos y experienciales.

El objetivo del siguiente trabajo es presentar los resultados obtenidos sobre las características de la comunicación léxica con enunciados oracionales en jóvenes de la ULEAM Ext bahía de Caráquez, Se enmarca en un plan de preguntas por encuestas que tiene como propósito examinar las segmentaciones lexicales no convencionales en la vida cotidiana de los estudiantes consideradas, con y sin problemas de específicos de aprendizaje, en diferentes tramos del trayecto educativo. Con ese propósito se evaluaron los estudiantes; se administraron pruebas de comunicación léxica espontánea y por falta de tiempo o por no querer hacerlo valores significativos. De los resultados encontrados, se sistematizan diferentes tipos de segmentaciones orales: infra lexicales, lexicales y supra lexicales con porcentajes bajos. Se observa que no existe una coincidencia completa

en la progresión de las segmentaciones orales y escritas, a pesar de manifestarse una clara influencia del lenguaje en las primeras segmentaciones de la oralidad.

INTRODUCCIÓN

Existen varias formas para una correcta expresión lexical y así saber las palabras correctas para dirigirse hacia las personas usando los vocablos correctos, por tal motivo se decidió realizar una investigación para conocer el manejo o nivel de expresión correcta en donde hace una utilización de la oralidad al momento en que se dirige a un público o redacta algún tipo de texto sin importar de que índole sea. Si bien en las últimas décadas se han multiplicado las investigaciones acerca del aprendizaje del lenguaje escrito, los hallazgos en el tema han tratado escasamente ese tipo de producciones escritas infantiles, sin alcanzar a explicarlas de manera satisfactoria. De este modo, el interés del presente trabajo reside en el estudio su naturaleza y ocurrencia en la población seleccionada. El incremento del vocabulario es el responsable de las discriminaciones que se producen entre palabras de estructura fonológica similar (vecinos fonológicos). Es decir que cuando ingresan nuevas palabras al léxico mental, deben ser analizadas de acuerdo a su estructura fonológica en relación con la estructura fonológica de las representaciones existentes, para facilitar el almacenamiento eficiente y el reconocimiento inmediato (on line). Asimismo el modelo postula la incidencia de la familiaridad de las palabras, atribuible a dos factores: la frecuencia experiencial y la edad de adquisición. Esa experiencia obviamente incrementa con la edad y con los niveles de escolaridad. Sin embargo, los modelos propuestos para explicar la percepción del habla no pueden dar cuenta de los fenómenos de hipo e híper segmentación lexical en la escritura.

Conocer bien una lengua supone conocer al máximo sus distintas manifestaciones lingüísticas, entre ellas los refranes, principales representantes de la lengua popular durante muchos siglos. Toda lengua no se puede comprender sin la cultura a la que va aparejada. Los refranes, en tanto que portadores de la sabiduría, las costumbres, la historia de un pueblo, resultan indispensables para comprender muchos aspectos de la cultura de ese pueblo. (Julia Sevilla Muñoz y M.^a Teresa Barbadillo de la Fuente, 2004).

EXPRESIÓN LEXICAL DE LA ORALIDAD

Según Marta Baraló (2005) “La expresión léxica es un proceso complejo y gradual en el que se aprende no solo la forma y el significado, sino también una intrincada red de relaciones formales y semánticas entre otras palabras o morfemas que constituyen subsistemas de diferentes niveles”

Para el autor el conocimiento de una palabra es una representación mental de gran complejidad, que integra diferentes aspectos y componentes cognitivos, algunos más automáticos e inconscientes y otros más conscientes, reflexivos y experienciales.

Según López Morales (1997) “Oralidad primaria a la oralidad que carece de todo conocimiento de la escritura o de la impresión, y es primaria por el contraste con la oralidad secundaria de la actual cultura de la alta tecnología, en la cual se mantiene una nueva oralidad mediante el teléfono, la radio, la televisión y otros aparatos electrónicos que para su existencia y funcionamiento dependen de la escritura y la impresión”

Para el autor el modo de comunicación verbal a través de sonidos producidos por medio del aparato fonador humano, por lo que ahora en la actualidad la oralidad se mantiene mediante radios teléfono u otras cosas más de aparatos electrónicos para sí tengan su conocimiento de la escritura.

Según (CASANY 2009) “El uso del léxico en la escritura académica debe de cumplir con ciertas características como lo son: La variedad, es decir evitar la repetición de palabras por medio de sinonimia, el iones, hiperbólico y otros recursos; la propiedad, la cual implica realizar la selección léxica adecuada para transmitir lo que se quiere comunicar;

y la presión, que consiste en emplear términos específicos, de manera que se recomienda prescindir de aquellos cuyo significado es muy general como cosa, algo y otros semejantes para así propiciar que el escrito sea de fácil comprensión y su contenido unívoco”

Para el autor la expresión léxica en la escritura de Cassany, explica que se debe de cumplir ciertas características, como la de evitar repetir palabras, buscar las precisas para así mejorar el escrito y que este tenga un sentido específico.

Según (CECILIA BEBIBLE, 2009) “Dentro del ámbito de la comunicación humana, no hay dudas de que la expresión oral es y ha sido siempre de gran importancia para los individuos. La pervivencia de esta forma de comunicación por sobre otras demuestra que es entonces una de las capacidades del hombre más impresionantes y útiles para la convivencia en sociedad”

Para el autor la humanidad la expresión es de gran importancia, porque influye a la sociedad a una mejor convivencia o comunicación.

Según (Carrete 2006) “Escribe las palabras del texto correspondiente al campo de la informática y averigua si son mono sémicas o polisémicas”

Para el autor tiene dos graves con distintos significados para cada una, las palabras polisémicas tienen un solo significado, por lo tanto se requiere ser contextual en una oración de acuerdo al contexto que se requiere.

Según (Francisco. Garzón céspedes) “Proceso de comunicación verbal y corporal o no verbal entre dos o más interlocutores presentes físicamente todos en un espacio, la modalidad debe ser diferenciada del simple hablar en voz alta cuando hablar deviene expresión, pero no comunicación”

Para el autor la oralidad tiene varias clasificaciones para expresarnos ya sea por el método verbal y corporal, también nos ayuda a expresarnos de manera correcta, para el buen léxico y definiciones de palabras, por qué; una cosa es una lectura simple, a una lectora empleando voz alta a la hora de hablar.

Según (Walter ONG 1996) “Hace una buena definición de ello y habla de oralidad primaria a la oralidad de una cultura que carece de todo conocimiento de la escritura o de la impresión. Es primaria por el contraste con la oralidad secundaria de la actual cultura de alta tecnología, en la cual se mantiene una nueva oralidad mediante el teléfono, la radio, la televisión y otros aparatos electrónicos que para su existencia y funcionamiento dependen de la escritura y la impresión”

Según (DRAE 1992) La importancia del estudio del fenómeno de la variación lingüística contrasta con la ausencia de estudios variacionistas desarrollados por la sociolingüística en niveles de análisis lingüístico superiores al fonético-fonológico, especialmente en el nivel léxico. A través de un análisis del tratamiento lexicográfico del término variación en los principales diccionarios de Lingüística y de algunas de las ideas vertidas por la semántica sobre la delimitación del contenido de las unidades lingüísticas significativas intentamos demostrar cómo la indefinición teórica del concepto de variante léxica es, probablemente, junto a los problemas metodológicos derivados del estudio del léxico y no presentes en el ámbito fonemático, la causa que podría justificar la falta de investigaciones hasta la fecha. Los estudios realizados en los últimos años en la Universidad de Cádiz reflejan, no obstante, la posibilidad y utilidad del estudio de la variación de expresión en el nivel léxico

Para el autor resulta interesante recordar, no obstante, la existencia de una palabra de la lengua común, variación, recogida en cualquier diccionario de lengua y cuyo análisis revela ideas interesantes para acercarnos al concepto lingüístico. En lo que respecta a algunos de los principales diccionarios del español, el diccionario académico

Según (Francisco Garzón Céspedes1998) la oralidad es el proceso de comunicación verbal, vocal y corporal o no verbal entre dos o más interlocutores presentes físicamente todos en un mismo espacio. La oralidad debe ser diferenciada del simple hablar en voz alta cuando hablar deviene expresión, pero no comunicación.

Para el autor la oralidad primaria tiene una paradoja esencial por un lado, permite que la memoria se active y permite la consulta a lo que llamaremos corpus, que es el conjunto de conocimientos, hábitos.

Según (trubetzkoy1939) “Cuando dos sonidos aparecen exactamente en la misma posición fónica y no pueden ser reemplazados el uno por el otro sin modificar con ella la significación de las palabras o convertir a estas en irreconocibles, dichos sonidos son realizaciones fonéticas de dos fonemas distintos “

Para el autor el uso adecuado de las palabras utilizadas con un significado correcto para que puedan ser comprendidas por un receptor el mensaje. Estas palabras deben de usarse sin ningún otro tipo de contexto, quiero decir mantener un orden.

Según (Miguel Casas Gómez 2016) Expresión entorno a las principales posiciones teóricas que en el ámbito funcionalista de la semántica léxica han abordado el estado de la valoración del sistema de la lengua, proponen bien entregar los hechos de variación

Para el autor la información los procesos de la continua comunicación en consecuencias de caracteres activo de la lengua determinando señales orales para la información del oyente, de esta manera se podrá utilizar la modalidad actual con el propósito de relacionarse entre un medio de teoría simple pero significativa.

Según (María P, 2008) “La oralidad es el modo de comunicación verbal a través de sonidos producidos por la voz humana y percibidos por medio del oído. En la oralidad, la relación emisor-texto-receptor es directa y están presentes estrategias de carácter suprasegmental. El texto oral se percibe a partir de sonidos que operan como instancias concretas de un sistema de unidades abstractas, los fonemas”

Para el autor es el primer modo de comunicación complejo utilizado en las sociedades humanas antes de la escritura, ya que por lo general en tiempos aquellos no se utilizaba la escritura, por ello se utilizaba la oratoria como medio de comunicación.

Según (Gomez Molina 1997) “dentro de esta competencia comunicativa vamos al campo de la enseñanza del léxico, cuyo fin necesario para convertirse en hablante competente “

Para el autor la enseñanzas del léxico como finalidad que una persona tiene buen léxico, para que se pueda comunicar o expresar hacia un grupo de personas o una sola persona ya que es un elemento necesario para el día a día y así tener una buena destreza léxica.

MATERIALES Y METODOS

En el trabajo realizado se utilizaron el método cuantitativo, la población fue los estudiantes de la Universidad, su muestra de 60 estudiantes, técnica utilizada fue la encuesta se utilizó el software el SPS21 que se analizaron a través de diagnóstico, con una encuesta de 7 preguntas.

El enlace de la investigación fue descriptivo y explicativo.

RESULTADOS

TABLA 1

¿Dedicas tiempo a la comunicación interpersonal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje A
Válidos	Siempre 11	18,3	18,3	18,3

Casi siempre	20	33,3	33,3	51,7
a veces	19	31,7	31,7	83,3
Nunca	10	16,7	16,7	100,0
Total	60	100,0		100,0

Fuente: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Bahía De Caráquez

Realizado por los estudiantes de primero de “Turismo”.

Se demuestra que las personas encuestadas, casi siempre dedica tiempo a la comunicación interpersonal, seguido de que a veces lo hacen, otro tanto por ciento siempre dedica tiempo y el restante dice que nunca dedica tiempo a la comunicación.

Interpretación: Del 100% de los encuestados el 18,3% de ellos dedican tiempo a la comunicación interpersonal, el 33,3% casi siempre emplea su tiempo a la comunicación interpersonal, el 31,7% a veces dedica algo de su tiempo para la comunicación y un 16,7% nunca ha dedicado su tiempo para la comunicación interpersonal.

TABLA 2

¿A usted le gusta crear situaciones que exigen respuestas elaboradas con argumentos para redactar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje A
Válidos siempre	7	11,7	11,7	11,7
Casi siempre	22	36,7	36,7	48,3
A veces	30	50,0	50,0	98,3
Nunca	1	1,7	1,7	100,0
Total	60		100,0	100,0

Fuente: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Bahía De Caráquez

Realizado por los estudiantes de primero de “Turismo”.

Se demuestra que los resultados obtenidos que las personas encuestadas se deduce con el 50% que a veces les gusta crear situaciones que existen respuestas elaboradas con argumentos para redactar, que casi siempre con el 36,7% crea ese tipo de situaciones, con las respuestas argumentadas para redactar que siempre con el 11,7% y que nunca crearía situaciones son respuestas argumentadas para una redacción con el 1,7%

En el análisis se constató que la mayoría de encuestados a veces crea situaciones con respuestas elaboradas argumentativamente para redactar, le sigue que un por ciento de la población casi siempre crea este tipo de situaciones, el otro resultado nos muestra que hay personas que siempre lo emplean y el restante que nunca lo emplearía.

TABLA 3

¿Considera importante detenerse en los detalles o particularidades del texto que lee?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje A
Válidos SIEMPRE	14	23,3	23,3	23,3
CASI SIEMPRE	32	53,3	53,3	76,7

A VECES	13	21,7	21,7	98,3
NUNCA	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0		100,0

Fuente: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Bahía De Caráquez
Realizado por los estudiantes de primero de “Turismo”.

Se demuestra que a las personas encuestadas casi siempre consideran detenerse en los detalles de texto que lee con el 53,3%, se dice que siempre es importante detenerse en los detalles o particularidades con el 23,3%.

Por lo tanto lo harían a veces con el 21,7% y el 1,7% que nunca lo harían.

Se evidencia que el mayor porcentaje, casi siempre debería detenerse en los detalles o particularidades del texto, y siempre consideran los detalles del texto que leen, a veces las personas

TABLA 4

¿Te gusta escuchar y leer géneros textuales de diferentes tipos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje A
Válidos SIEMPRE	13	21,7	21,7	21,7
CASI SIEMPRE	14	23,3	23,3	45,0
A VECES	25	41,7	41,7	86,7
NUNCA	8	13,3	13,3	100,0
Total	60		100,0	100,0

Fuente: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Bahía De Caráquez
Realizado por los estudiantes de primero de “Turismo”.

Se evidencia que la mayoría de la población a veces le gusta leer y escuchar los diferentes géneros literarios, seguido por los que casi siempre les gusta escuchar y leer, después encontramos un poco cantidad, que dice hacerlo siempre y el restante dice nunca hacerlo. Interpretación se demuestra que los estudiantes encuestados dan algunos resultados que a veces con el 41,7% respondieron que les gusta leer y escuchar géneros textuales casi siempre, con el 23,3% ,siempre lo hacen el 21,7% y el 13.3% que nunca le gustaría leer y escuchar los diferentes géneros textuales.

TABLA 5

¿Consideras importante narrar, hacer síntesis de lo leído?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje A
Válidos SIEMPRE	27	45,0	45,0	45,0
CASI SIEMPRE	13	21,7	21,7	66,7
A VECES	16	26,7	26,7	93,3
NUNCA	4	6,7	6,7	100,0
Total	60		100,0	100,0

Fuente: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Bahía De Caráquez
Realizado por los estudiantes de primero de “Turismo”.

La mayoría de los estudiantes siempre han considerado que es importante narrar y hacer síntesis de lo leído, seguido por los que a veces les gusta escuchar y leer, después encontramos un poco cantidad, dice que casi siempre consideran hacer síntesis de lo leído y el restante dicen que nunca lo hacen.

Interpretación: Se demuestra que los estudiantes encuestados han dado resultados que siempre consideran que es importante narrar con el 45,0%.

Por lo tanto a veces hacen síntesis o leen con el 27.7% nunca, consideran narrar con el 6,7%, casi siempre le gustaría leer y escuchar los diferentes géneros textuales con el 21,7%

TABLA 6

¿Consideras importante manejar un léxico fluido en las conversaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje A
Válidos	SIEMPRE	24	40,0	40,0	40,0
	CASI SIEMPRE	19	31,7	31,7	71,7
	A VECES	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0		100,0

Fuente: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Bahía De Caráquez
Realizado por los estudiantes de primero de "Turismo".

La mayoría de los estudiantes siempre han considerado manejar un léxico fluido en las conservaciones, seguido por lo que casi siempre les gusta escuchar y leer, después encontramos un poco cantidad, a veces consideran hacer síntesis de lo leído.

Se demuestra que los estudiantes encuestados han dado resultados que siempre consideran que es importante narrar con el 40,0%.

Por lo tanto casi siempre hacen síntesis o leen con el 31,7%.consideran a veces narrar con el 28,3% casi siempre le gustaría leer y escuchar los diferentes géneros textuales.

TABLA 7

¿La expresión lexical es importante la comunicación oral en los grupos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje A
Válidos	SIEMPRE	6	10,0	10,0	10,0
	CASI SIEMPRE	26	43,3	43,3	53,3
	A VECES	24	40,0	40,0	93,3
	NUNCA	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60		100,0	100,0

Fuente: Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Bahía De Caráquez
Realizado por los estudiantes de primero de "Turismo".

Se demuestra que el 43.3% de los estudiantes encuestados arrojan resultados que casi siempre consideran que es importante la fluencia lexical, el 40.0% considera que a veces es importante la comunicación oral en los grupos, en tanto un 10,0% siempre mantienen un léxico fluido en los grupos y el 6,7% nunca practican la comunicación oral en los grupos.

El análisis realizado arroja resultados que la mayoría de los estudiantes casi siempre utilizan una fluencia lexical en grupo , otros a veces suelen hacerlo ,mientras que otros grupos siempre utilizan la comunicación oral ,a diferencia de otros que nunca lo practican

DISCUSIÓN

Se demostró que las personas encuestadas, dedica tiempo a la comunicación interpersonal, seguido de que a veces lo hacen, otro tanto por ciento siempre dedica tiempo y el restante dice que nunca dedica tiempo a la comunicación, un 100% de los

encuestados el 18.3% de ellos dedican tiempo a la comunicación interpersonal, el 33,3% casi siempre emplea su tiempo a la comunicación interpersonal, el 31,7% a veces dedica algo de su tiempo para la comunicación y un 16,7% ,nunca ha dedicado su tiempo para la comunicación interpersonal.

La mayoría de encuestados a veces crea situaciones con respuestas elaboradas argumentativamente para redactar, le sigue que un por ciento de la población casi siempre crea este tipo de situaciones, el otro resultado nos muestra que hay personas que siempre lo emplean y el restante que nunca lo emplearía, esto demuestra que los resultados obtenidos que las personas encuestadas se deduce con el 50% que a veces les gusta crear situaciones que existen respuestas elaboradas con argumentos para redactar, que casi siempre con el 36,7% crea ese tipo de situaciones, con las respuestas argumentadas para redactar que siempre con el 11,7% y que nunca crearía situaciones son respuestas argumentadas para una redacción con el 1.7%

El mayor porcentaje, casi siempre debería detenerse en los detalles o particularidades del texto, y siempre consideran los detalles del texto que leen, a veces las personas considerando detenerse en los detalles de texto que lee con el 53,3%, se dice que siempre es importante detenerse en los detalles o particularidades con el 23,3%.

Por lo tanto lo harían a veces con el 21,7% y el 1,7% que nunca lo harían.

La población a veces le gusta leer y escuchar los diferentes géneros literarios, seguido por los que casi siempre les gusta escuchar y leer, después encontramos un poco cantidad, que dice hacerlo siempre y el restante dice nunca hacerlo.

los estudiantes encuestados dan algunos resultados que a veces con el 41,7% respondieron que les gusta leer y escuchar géneros textuales casi siempre, con el 23,3% ,siempre lo hacen el 21,7% y el 13.3% que nunca le gustaría leer y escuchar los diferentes géneros textuales a lo que nos dice que el análisis que la mayoría de los estudiantes siempre han considerado que es importante narrar y hacer síntesis de lo leído, seguido por los que a veces les gusta escuchar y leer, después encontramos un poco cantidad, dice que casi siempre consideran hacer síntesis de lo leído y el restante dicen que nunca lo hacen por distintos motivos.

Ha dado resultados que siempre consideran que es importante narrar con el 45,0%.

Por lo tanto a veces hacen síntesis o leen con el 27.7% nunca, consideran narrar con el 6,7%, casi siempre le gustaría leer y escuchar los diferentes géneros textuales con el 21,7%

Manejar un léxico fluido en las conservaciones, seguido por lo que casi siempre les gusta escuchar y leer, después encontramos un poco cantidad, a veces consideran hacer síntesis de lo leído dando como resultados que siempre consideran que es importante narrar con el 40,0%. Por lo tanto casi siempre hacen síntesis o leen con el 31,7%.

Consideran a veces narrar con el 28,3% casi siempre le gustaría leer y escuchar los diferentes géneros textuales, los estudiantes casi siempre utilizan una fluencia lexical en grupo, otros a veces suelen lo, mientras que otros grupos siempre utilizan la comunicación oral, a diferencia de otros que nunca lo practican.

Para esto demuestra que el 43.3% de los estudiantes encuestados arrojan resultados que casi siempre consideran que es importante la fluencia lexical, el 40.0% considera que a veces es importante la comunicación oral en los grupos, en tanto un 10,0% siempre mantienen un léxico fluido en los grupos y el 6,7% nunca practican la comunicación oral en los grupos.

CONCLUSIONES

Podemos concluir que la mayoría de la gente dedica tiempo para la comunicación interpersonal .También expresan la importancia del conocimiento de los hechos y la

realidad que está ocurriendo con la comunicación y como este conocimiento puede cambiar la conducta de las personas. La mayoría de los encuestados pensaban que aunque tenemos influencia en las situaciones de una comunicación, no tenemos control completo en compartir distintas ideas. En una gran mayoría, la ciudadanía piensa que los motivos de falta de comunicación son el principal factor que causa estas situaciones y muy pocas piensan que es culpa de la población despistada del léxico.

Nuestra conclusión tras analizar las encuestas es que un 50% redacta una comunicación léxica sin la concienciación ciudadana nada puede ser posible, y por ello nuestro proyecto es de suma importancia.

En el caso de que los alumnos/as hayan contestado sinceramente y no se hayan dejado guiar por lo que es políticamente correcto, los resultados evidencian que la inmensa mayoría reconoce el trabajo de distintas formas que deberían ser compartidas.

De acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas se determinó que la población a veces le gusta leer y escuchar los diferentes géneros literarios, seguido por los que casi siempre les gusta escuchar y leer, después encontramos un poco cantidad, que dice hacerlo siempre y el restante dice nunca hacerlo ya que se considera con poco tiempo o tienen mucho trabajo.

El tratamiento de las expresiones idiomáticas es otro punto fundamental en la enseñanza del léxico, no solo porque enriquecen el vocabulario del alumno sino porque a su vez estarán incorporando nuevos contenidos socio-culturales de la comunidad de origen de la lengua meta que día a día es de mucha importancia para el entorno, subestimando la sabiduría de los que comparten con ella.

Es evidente la importancia de su aprendizaje y conocimiento dada la presencia constante de la metáfora comunicativa léxica como un recurso lingüístico en el lenguaje humano. La competencia metafórica como parte integrante de la competencia comunicativa ayuda al aprendiente a captar e interpretar los sentidos figurados de dichas unidades captando preguntas diarias de nuestra vida.

RECOMENDACIONES

Para mejorar su asimilación proponer, aunque no de forma explícita, contextualizarlos tanto en ejercicios escritos como orales, ya que este tipo de trabajo resulta un poco artificial, pero igualmente consideran que ha sido, en todo caso, un modo para adquirir destrezas y poder utilizarlas más adelante en un contexto real y así aprender como desenvolvemos con la lectura.

Pero basta recordar nuestra propia experiencia al tratar de hacernos entender en cualquier encuesta que podamos transmitir un mensaje sin articulación gramatical, pero difícilmente será posible hacerlo si se carece del vocabulario básico para ello.

Gracias a recientes estudios sobre la enseñanza del léxico, ahora se acepta que un tratamiento adecuado del léxico dentro y fuera del aula de la cual nos estamos formando como profesionales en turismo siendo una herramienta fundamental para desarrollar la competencia comunicativa de nuestros crecer.

Buscar oportunidades para desarrollar estrategias que favorezcan el aprendizaje autónomo como comunicación, pues el trabajo que realizamos en el aula no es insuficiente y como estudiantes tenemos que aprenderlo según nuestras necesidades e intereses. Entrenar duro en el uso del diccionario y dar nuestras ideas para que puedan reorganizar el léxico que anotamos en un cuaderno, mapas mentales, entre otros, según criterios como situaciones comunicativas, temas, etc.

Recuerda que el léxico como comunicación no es un fin en sí mismo, sino que el objetivo de su enseñanza es favorecer el desarrollo de la competencia comunicativa de nosotros

como alumnos y encaminarnos al aprender bien y seguir encuestando para estar actualizados de los compartimientos léxicos.

Del análisis de la información obtenida en el transcurso de las encuestas, se desprende una serie de recomendaciones que podrán ser confirmadas, modificadas o ampliadas como consecuencia de la información adicional producida en la universidad Laica Eloy Alfaro Ext. Bahía de Caráquez con el fin de comprender el conocimiento léxico de acuerdo a nuestro entorno, estas recomendaciones se han agrupado arbitrariamente para abarcar aspectos del aprovechamiento y conservación de la comunicación léxica de los factores sociales de la zonificación estudiantil, aspectos generales e institucionales y, finalmente, las que se refieren a la ejecución de nuestro trabajo.

Se recomienda a las personas adquirir un buen manejo de palabras, tanto cuando escrito u oral, debido que es importante mantener formalidad en ciertas cosas del medio, por eso consideramos que se debe leer mas ya que esta es una de las mejores alternativas para aprender nuevas palabras, maneras de emplear cierto lenguaje y a la vez ampliar nuestros conocimientos.

BIBLIOGRAFIA.

RIVERA GRANADO, Israel; MOLINA LOZANO Daniel. El juego como estrategia didáctica para el desarrollo de la competencia comunicativa oral. Universidad de la Amazonia. Seres San Vicente del Caguán. 2011.

ROJAS NUÑEZ, María Emilia; ROJAS NUÑEZ Yenny. El teatrino como herramienta didáctica para el desarrollo de la expresión oral en los niños y niñas del grado Transición. Universidad de la Amazonia. Facultad de Ciencias de la Educación. 2011.

EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DE LOS BALNEARIOS DE CHARAPOTÓ COMO ATRACTIVO TURÍSTICO

AUTORES

Zenía Doménica Delgado Mero
e1315918720@live.ulead.edu.ec

TUTORES

Lic. Carlos Chica Medranda, Mg.
Carlos.chica@uleam.edu.ec
Angélica Pincay Zambrano, Lcda.
bahiadolphin@gmail.com

La sostenibilidad ambiental es la estabilidad que debería haber entre el ser humano con la naturaleza de manera armónica, las fuentes de recursos naturales son fundamentales para que un recurso natural se convierta en un producto turístico de primer orden, con el cumplimiento de las leyes que rigen actualmente en el Ecuador para entregar a los ciudadanos un ambiente sano y limpio. La sostenibilidad ambiental de las playas de la parroquia de Charapotó es una situación que no ha sido medida en los aspectos técnicos

y de infraestructura que demanda los destinos turísticos de primer orden en el mundo, los mismos que generen divisas al lugar en donde se desarrolla proyectos turísticos en las playas, el presente trabajo tiene como finalidad realizar una evaluación del sistema ecológico, calidad, infraestructura de las playas de San Jacinto y San Clemente, la investigación valora desde diferentes aspectos de la sostenibilidad ambiental con la calidad que se presenta al turismo nacional e internacional. La modalidad de investigación fue de carácter bibliográfico y de observación. Las fuentes de información fueron libros disponibles en la biblioteca de la Uleam y otras bases de datos sobre la sustentabilidad ambiental de playas. Se utilizaron como instrumentos los antecedentes de otros proyectos de ecoturismo como un producto turístico novedoso en la provincia de Manabí. Se aplicó la investigación exploratoria y la descriptiva, las mismas que permitieron detectar las respuestas a los interrogantes relacionada con la sostenibilidad de las playas. Los resultados demuestran que los balnearios de la parroquia de Charapotó son un destino principalmente de descanso y ocio durante los fines de semana y feriado.

Palabras Claves: Sostenibilidad, ambiental, naturales, responsabilidad

ABSTRACT

Environmental sustainability is the stability that should exist between the human being and nature in a harmonious way, the sources of natural resources are fundamental for a natural resource to become a tourist product of the first order, with compliance with the laws that govern currently in Ecuador to give citizens a healthy and clean environment. The environmental sustainability of the beaches of the parish of Charapotó is a situation that has not been measured in the technical and infrastructure aspects demanded by the tourist destinations of the first order in the world, the same ones that generate foreign currency to the place where projects are developed. Tourism on the beaches, the present work aims to perform an evaluation of the ecological system, quality, infrastructure of the beaches of San Jacinto and San Clemente, the research presented is valued from different aspects of environmental sustainability with the quality that is presented to national and international tourism. The methodological work is bibliographic and observation, which will allow assessing the current status of the beaches in this sector that are being used for tourism purposes.

Keywords: Sustainability, environmental, natural, responsibility

INTRODUCCIÓN

En un estudio publicado en el 2002, la Organización Mundial del Turismo (OMT) identificó más de 60 programas de certificación de turismo sostenible y ecoturismo alrededor del mundo. Unos cuantos programas operan a nivel mundial, algunos son regionales y la mayoría son nacionales o locales. Hay varios estudios que comparan los programas de certificación, con el fin de determinar cómo difieren entre sí y en qué pueden mejorarse.

El trabajo de investigación tiene como objetivo presentar aspectos generales y características principales acerca del turismo sostenible, esto, como un factor integrante de la responsabilidad social empresarial, tan promovida mundialmente en la actualidad, Es un término que se usa cada vez con mayor frecuencia en el ámbito empresarial, no solamente porque en muchos países dicha normativa es de carácter obligatoria, sino también porque muchas empresas han visto la repercusión que tiene en su organización a nivel de empleados, clientes, proveedores, grupos de interés, socios estratégicos y la comunidad en general (Lalangui, 2017)

Las definiciones sobre el turismo sostenible son muchas, pero no queda claro cuál es el criterio general sobre su interpretación, posiciones o alcance para hacerlo efectivo. Entonces, es necesaria una aproximación conceptual del turismo sostenible que permita salvar la vaguedad del término y su incorrecta apropiación para un desarrollo operativo. Si bien teóricamente no hay una conceptualización clara, tampoco hay prácticamente una referencia analítica integral que permita mediar y medir la relación entre medio ambiente natural y turismo, así como los aspectos socioeconómicos del desarrollo. Este ensayo tiene una aproximación de definiciones del turismo sostenible, a partir de sus diversas interpretaciones, posiciones y alcances, y analizar los aspectos relevantes para garantizar su operatividad, vinculados con la integración del turismo masivo y sostenible, las implicancias del desarrollo sostenible, la politización y la participación social.

La sustentabilidad

La sustentabilidad es asegurar la calidad de vida actual sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras. Está en manos de la humanidad hacer que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias. El concepto de desarrollo sostenible implica límites, no límites absolutos, sino limitaciones que imponen a los recursos del medio ambiente el estado actual de la tecnología y de la organización social y la capacidad de la biósfera de absorber los efectos de las actividades humanas, pero tanto la tecnología como la organización social pueden ser ordenadas y mejoradas de manera que abran el camino a una nueva era de crecimiento económico. (Gudynas, 2011)

El ecoturismo

El ecoturismo es un sector del turismo, basado en turismo naturalista, y que incluye los principios de la sostenibilidad. La Sociedad Internacional de Ecoturismo (The International Ecotourism Society – TIES) define el ecoturismo como “turismo responsable en áreas naturales, que conserva el ambiente y mejora el bienestar de la gente de la localidad”. Sin importar la definición que se utilice, el ecoturismo debe tener un impacto positivo, tanto en áreas naturales como en la comunidad local. (Center for Ecotourism and Sustainable Development, 2018)

Turismo sostenible

Los principios de la sostenibilidad pueden aplicarse a cualquier tipo de turismo – de masa o especializado; de ciudad, playa o selva; grande o pequeño. También pueden aplicarse a todos los sectores de la industria del turismo: alojamiento, expediciones, agencias, operadores terrestres y transporte. De acuerdo con la Agenda 21 para la Industria del Turismo y Viajes, “Los productos del turismo sostenible son productos que funcionan en armonía con el ambiente la comunidad y las culturas locales, de modo que estos se convierten en beneficiarios permanentes”. Muchos programas de certificación de turismo sostenible consideran que el turismo sostenible es cualquier clase de “turismo que busca minimizar el impacto sociocultural a la vez que provee beneficios económicos a las comunidades locales y los países que lo albergan” (Acuerdo de Mohonk, 2000).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declaró en 1988 que el turismo sostenible es “concebido como aquel que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”.

El turismo de playa

El turismo de sol y playa es el que se caracteriza por encontrarse en zonas costeras que tienen playas con condiciones climáticas favorables, y que gozan de muchos días soleados

y temperaturas suaves que oscilan entre 25 y 30 grados. El viajero que visita este tipo de destino, generalmente reside en sitios donde el clima es frío, lluvioso o nublado durante casi todo el año. También lo practican aquellas personas que viven en lugares lejanos a las playas. En estas aéreas existe una gran cantidad de hoteles, restaurantes, bares y otros establecimientos para realizar actividades de ocio. Durante el día los turistas suelen salir a tomar el sol y bañarse en la playa, y en la noche disfrutan de las diversas ofertas de entretenimiento que ofrecen los hoteles. (Revista educativa Tiposde.com, 2016)

La certificación

La certificación es una forma de garantizar que una actividad o producto cumple con ciertos estándares. Dentro de la industria turística, diferentes organizaciones han desarrollado programas de certificación que miden distintos aspectos del turismo: (a) la calidad, de toda la industria turística, (b) la sostenibilidad, también de todos los sectores y (c) el ecoturismo, del turismo sostenible que se desarrolla en ecosistemas naturales, protegidos o frágiles, que pueden incluir comunidades indígenas y que se ajusta a la definición anterior.

El impulso por la certificación ambiental comenzó con la “Cumbre de la Tierra” de las Naciones Unidas, en Río de Janeiro en 1992. Entre los muchos resultados de este evento está la “Agenda 21”, que hace un llamado a la responsabilidad social y ambiental de todos los sectores de la sociedad en el mundo, incluyendo a los gobiernos, organizaciones no gubernamentales y empresas. Poco después de esto, se empezaron a crear galardones, premios y sistemas de certificación en agricultura y empresas, incluyendo bananos, flores, pescados, madera y café. En 1996 se publicó el estándar genérico ISO 14001 para sistemas de gestión ambiental y se hizo popular como un sistema de certificación ambiental universal, a pesar de sus serias limitaciones. (Center for Ecotourism and Sustainable Development, 2018).

La certificación ambiental de servicios turísticos empezó en Europa con la Campaña de Bandera Azul para las playas de Dinamarca, en 1987 (ahora a nivel global). El año siguiente Austria estableció la etiqueta “Silberdistel” para hospedajes y restaurantes en Kleinwalsertal. Según un estudio ECOTRANS realizado para la Organización Mundial del Turismo (OMT), en la década entre la “Cumbre de la Tierra” celebrada en 1992 y el Año Internacional del Ecoturismo celebrado en el 2002, se desarrollaron más de 60 programas de certificación de turismo ambiental. La mayoría estaban radicados en Europa, pocos tomaban en cuenta factores socioculturales y todos eran voluntarios. Solo tres de los programas del estudio certificaban el ecoturismo. La gran mayoría de los programas evaluaban solamente el alojamiento, aunque algunos certificaban todos los sectores y aspectos del turismo.

Playas certificadas a nivel mundial.

Las playas certificadas de recreación se caracterizan por la implementación de prácticas ambientales que buscan la satisfacción de los usuarios usando un espacio considerado como un producto. El proceso de certificación evalúa, monitorea y hace constar que la playa cumple con una serie de estándares y medidas de sostenibilidad que se relacionan con tres vertientes estratégicas: la económica exige que las ideas de inversión que se propongan generen índices altos de rentabilidad; la social sugiere la necesidad de incorporar a la población local en los proyectos mediante las actitudes, conductas y preferencias de los usuarios; y la ambiental se refiere al compromiso que deberá asumirse con la playa como ecosistema único y esencial (Cervantes, 2010). Además, las certificaciones son elementos de competitividad y mercadeo, además de demostrar una voluntad y pertinencia política y social. (Ortiz, 2015)

Según la página web oficial de Bandera Azul, el 61% de los turistas de sol y playa comprueban la calidad del agua antes de elegir una playa. En total hay 4154 playas con Bandera Azul distribuidas en 49 países de todo el mundo. Encabezando la lista de esos países se encuentran España, Francia y Turquía. España cuenta con el mayor número de playas con Bandera Azul, 577 playas de la Península Ibérica han recibido este premio durante el último año. La Playa de Maspalomas es la más representativa de Gran Canarias. Se trata de una reserva natural que cuenta con 403 hectáreas de dunas de arena. Trenc es la playa más famosa de Mallorca conocida por sus blancas arenas y sus aguas turquesas. Turquía se sitúa en el segundo lugar en cuanto al número de playas con Bandera Azul contando con 436 playas galardonadas con este premio. La Playa de Oludeniz es de lejos la mejor de ellas. Croacia está también en la lista, 102 de sus playas han recibido la Bandera Azul hace tres años. Zlati Rat es una de las playas más conocidas y el mejor lugar del Adriático para practicar el windsurf y el kitesurf. (MarinaReservation, 2016)

Metodología.

La metodología usada para el trabajo investigativo fue bibliográfico y de observación. Las fuentes de información fueron libros disponibles en la biblioteca de la Uleam y otras bases de datos como el observatorio de la Extensión. Se utilizaron como instrumentos varias tablas de ponderación en las playas investigadas para realizar el análisis respectivo comparativo.

Resultados investigativos.

Los Balnearios de San Jacinto y San Clemente son parte de los atractivos de la centenaria parroquia. Estas playas mantienen sus encantos durante el día y la noche. En toda esta costa, los visitantes pueden descansar entre hamacas y ramadas, desde la boca de San Jacinto hasta Punta Bikini en San Clemente.

San Jacinto.- localización

La playa de San Jacinto se encuentra en el cantón Sucre, en la comunidad San Jacinto, de ahí su nombre. Es ideal para practicar todo tipo de deportes acuáticos, uno de los más populares el surf, se han hecho incluso campeonatos nacionales, dando un impulso al turismo que beneficia a toda la zona. Tiene una longitud de aproximadamente 5 Km. de playa. La temperatura del agua es agradable durante todo el año. (EcosTravel, 2010)

San Clemente.- localización

San Clemente está ubicado al norte de la provincia de Manabí, a pocos minutos de la Playa de San Jacinto y a 30 minutos de Portoviejo. Es una hermosa playa que está beneficiada con una mezcla diversa de atracciones y actividades. La belleza natural del trópico costanero y la abundancia de vida marina, son los elementos que dan realce a este encantador pueblo de pescadores. La playa tiene una extensión de 3 kilómetros de largo aproximadamente. Sus aguas transparentes y tranquilas son ideales para la práctica de varios deportes acuáticos como pesca artesanal, surf y buceo. (EcosTravel, 2010)

Diagnóstico del estado actual de las playas

A través de una tabla de ponderación se analizó en cinco indicadores cada uno de los factores que afectan las playas analizadas en este artículo, para así poder tener un resultado verdadero del estado actual las mismas.

Tabla de ponderación aplicada a los balnearios de San Jacinto, San Alejo y San Clemente

En las siguientes tablas de ponderación, muestran los indicadores que evalúan los visitantes en cada balneario en una muestra que se tomó al azar. Basada en una escala de Likert de 5 puntos, siendo 1- muy bajo y 5- muy bueno.

Balneario de San Jacinto

Indicador	Ponderación de expertos	Calificación por observación	Promedio
Señalización	3	3	3
Conservación	2	1	1.5
Estado Actual	3	3	3
Tipo de Agua	4	4	4
Oleaje	4	3	3.5
Ambiente	3	2	2.5

Fuente: Elaboración propia.

Balneario de San Alejo			
Indicador	Ponderación de expertos	Calificación por observación	Promedio
Señalización	2	2	2
Conservación	4	2	5
Estado Actual	3	3	3
Tipo de Agua	4	4	4
Oleaje	3	3	3
Ambiente	3	3	3

Balneario de San Clemente			
Indicador	Ponderación de expertos	Calificación por observación	Promedio
Señalización	3	4	3.5
Conservación	3	3	3
Estado Actual	5	5	5
Tipo de Agua	4	5	4.5
Oleaje	4	4	4
Ambiente	3	5	4

Fuente: Elaboración propia.

DISCUSIÓN

Al realizar estudios sobre valoración, motivaciones y satisfacción del turista, el estudio aporta información importante para mejorar la oferta y contribuir al desarrollo turístico de un destino; los hallazgos muestran que los balnearios de la parroquia de Charapotó son un destino principalmente de descanso y ocio durante los fines de semana y feriado, las principales motivaciones de los turistas al visitar este destino son la gastronomía, la playa y su gente lo que evidencia la potencialidad del mismo, es por esto que los balnearios necesitan una intervención inmediata sobre gestión ambiental y control sobre el espacio de los mismos.

CONCLUSIONES

- Los balnearios de San Jacinto y San Clemente requieren de un proceso de mejora, para que en el corto plazo se pueda certificar como una playa de turismo internacional, pues para esto deben intervenir las instituciones del estado a quien corresponda
- El objetivo de conceder banderas azules **no es atraer más turistas**, sino que se haga uso más responsable y **destinos más sostenibles en la provincia de Manabí**.
- Sensibilizar e involucrar a la ciudadanía en general en iniciativas para mitigar el problema local de contaminación ambiental, en cuanto a la generación y gestión responsable de residuos a través de iniciativas eco-amigables.
- La limpieza de playas se constituye como un motor de impulso para la transición hacia un sistema de producción y consumo sostenible y libre de materiales tóxicos, basado en la reducción y el retorno en origen.

BIBLIOGRAFÍA

Center for Ecotourism and Sustainable Development. (2018). *Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo*. Retrieved from https://www.responsibletravel.org/docs/Manual_No_1.pdf

Center for Ecotourism and Sustainable Development. (2018). *vUna Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo*.

EcosTravel. (2010, Febrero 19). *www.ecostravel.com*. Retrieved from <https://www.ecostravel.com/ecuador/hoteles/manabi/playa-san-jacinto.php>
 EL PAÍS y LA FAO. (2018, Junio 5). *EL PAÍS*. Retrieved from

https://elpais.com/elpais/2018/06/04/planeta_futuro/1528127764_845763.html
 Gudynas, E. (2011). *Desarrollo sostenible usos diversidad tensiones Gudynas*. Retrieved from

<http://gudynas.com/publicaciones/GudynasUsosIdeasSustentabilidadGranada11.pdf>

Lalangui, M. J. (2017). TURISMO SOSTENIBLE UN APORTE A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: SUS INICIOS, CARACTERÍSTICAS Y DESARROLLO. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 153.

MarinaReservation. (2016, ABRIL 4). *marinareservation.com*. Retrieved from <https://www.marinareservation.com/articulos/espanol/las-playas-con-bandera-azul-mas-famosas-del-mundo>

Ortiz, A. O. (2015). *Estudios acuícolas y marinos en el Pacífico mexicano*. Mexico : Omar Cervantes.

Revista educativa Tiposde.com. (2016, Agosto). *Tiposde.com*. Retrieved from https://www.tiposde.com/turismo_de_sol_y_playa.html

FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA.

AUTOR:

Ginger Jamileth Holguin Mero
 e1316632379@live.ulead.edu.ec

TUTORA

Lilia Villacis Zambrano. PhD.
 lilia.vallacis@uleam.edu.ec
 Pisco García Jennifer Doris
jpisco_10584@hotmail.com

RESUMEN

En la actualidad es relevante realizar este tipo de investigaciones en las que se pretenda brindar servicios de calidad, partiendo de una Gestión del Talento humano eficiente, orientados hacia el éxito a nivel organizacional. Con la finalidad de lograr lo planteado es por esto que se ha realizado la adecuada investigación utilizando herramientas como la aplicación de encuestas tanto a los del departamento de talento humano como a los clientes además una entrevista al Gerente de esta empresa; la información obtenida fue clave a la hora de diseñar la propuesta, la cual está contemplada dentro de la línea de investigación de la Gestión turística y hotelera La propuesta se basó en un modelo de Gestión del Talento Humano que contempla cuatro etapas: el análisis situacional

(FODA), la planeación (Misión, visión, políticas y estrategias del modelo), la organización (Estructura de la organización, valores organizacionales y comité de Gestión del Talento Humano), y su respectiva aplicación (Diseño de cargos, reclutamiento y selección, evaluación del desempeño y plan de capacitación) Es de gran factibilidad poner en marcha este modelo para mejorar la calidad de los servicios en el hotel; porque el posicionamiento y reconocimiento de una empresa depende directamente de la satisfacción de sus clientes; y esto sin duda se logra con un equipo de talento humano eficiente para poder llegar a las metas propuestas.

Palabras claves: Formación, talento humano, satisfacción, hospitalidad, hotelería.

SUMMARY

At present it is relevant to carry out this type of research in which it is intended to provide quality services, based on an efficient Human Talent Management, oriented towards success at the organizational level. In order to achieve what was proposed, surveys were applied to both human talent and customers, and an interview with the Manager of this company; the information obtained was key at the time of designing the proposal, which is contemplated within the tourism and hotel management research line. The proposal was based on a Human Talent Management model that contemplates four stages: the situational analysis (SWOT), the planning (Mission, vision, policies and strategies of the model), the organization (Structure of the organization, organizational values and Human Talent Management committee), and their respective application (Design of positions, recruitment and selection, evaluation of the performance and training plan) It is highly feasible to implement this model to improve the quality of the services in the hotel; because the positioning and recognition of a company depends directly on the satisfaction of its customers; and this is undoubtedly achieved with a team of efficient human talent to reach the proposed goals.

Key words: Training, human talent, satisfaction, hospitality, hospitality.

INTRODUCCIÓN

Se ha posicionado el mercado hotelero como una empresa de primera categoría, por esta razón es conveniente dirigir y gestionar al Talento Humano de una forma totalmente innovadora y eficiente, enfocados en el cumplimiento de los más altos estándares de calidad.

Dentro del problema radica en el defectuoso proceso de gestión del talento humano que se maneja en esta organización, los índices, así como sus causas y efectos se presentan a continuación. (Trujillo, 2018)

Los clientes internos se muestran insatisfechos debido a la deficiente comunicación con la gerencia de la organización, esto indudablemente afecta al desempeño laboral dentro la empresa.

El personal no especializado a futuro podría desencadenar el declive de la imagen corporativa; esto sin duda se solucionará con un plan de capacitación del talento humano contemplado en la propuesta planteada. (Vallejo, 2014)

El trabajo rutinario del personal es originado por la desmotivación, esto genera un clima organizacional tenso y lleno de incertidumbre; esta situación se puede mejorar con la creación de un plan de actividades enfocadas a la motivación y crecimiento personal. (Hidalgo, 2009)

Otro indicio importante es la improvisación en el trabajo a la que recurren miembros del personal, su causa principal es la inadecuada Dirección y Planificación del Talento Humano que ejerce la administración del hotel, produciéndose una mala calidad de servicio; con la propuesta se pretende dar salida a todos los problemas que se pueden presentar en alguna situación con una correcta planificación. (UNIANDÉS, 2014)

Diseñar un modelo de gestión de talento humano para mejorar la calidad de los servicios dentro de los servicios de hospitalidad y hotelería, sin duda representa un aporte muy significativo, en el que el reconocimiento del hotel, el excelente clima organizacional y la satisfacción de los clientes representan los resultados a alcanzar.

(HUMANO, 2019).

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se basa en la modalidad paradigmática cualitativo - cuantitativa, ya que permitirá resolver el problema identificado en este estudio, mediante el aporte fundamental de información que guie la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales. Además se representarán los datos de forma estadística, posterior a la aplicación de los instrumentos de investigación.

Para ello se utilizarán los métodos del nivel teórico del conocimiento, se hará uso del método histórico lógico; del método analítico – sintético; y del método inductivo – deductivo. (Rodríguez, 2016)

Se aplicó una encuesta cuyos resultados solo se sacaron las preguntas más relevantes. Con el fin de ayudar a la organización a alcanzar sus objetivos y realizar su misión, para proporcionar competitividad a la organización. Integrando empleados bien entrenados y motivados también permitiendo el aumento de la autorrealización y la satisfacción de los empleados en el trabajo desarrollando y manteniendo la calidad de vida en el trabajo a través de la administración y el cambio. Establecer políticas éticas y desarrollar comportamientos socialmente responsables.

Una definición clásica de Harold acerca de la planificación de personal nos dice que es “la determinación consciente de cursos de acción destinados a lograr objetivos. (Dias, 2007)

Se establecerán objetivos claros tales como la logística que es, conseguir el número correcto de personas, con la cualificación necesaria, en el momento y lugares precisos, para que realicen su trabajo de la manera más eficiente posible. Además los Estratégicos que anuncian de antemano los cambios internos que deberán efectuarse en la empresa para adaptarse a un entorno competitivo en constante cambio. Y todo ello con vistas a conseguir la optimización de los fines últimos de la empresa. Podemos considerar dos tipos básicos de planificación del talento humano son de carácter estimativo y provisional donde se realiza antes de poner en marcha a una empresa, de igual modo que se establece una planificación de producción de ventas, de financiación, etc. Y la que se lleva a cabo en una empresa ya en funcionamiento, lo que implica, partiendo de la realidad presente, establecer unas metas a las que se quiere llegar en un tiempo determinado, suponiendo que en este tiempo se producirán unos cambios en las condiciones internas y externas de la empresa, cambios que la planificación tiene que tomar en cuenta. (Extolan, 2014)

RESULTADOS

Mediante estos resultados obtenidos a través de encuestas se pueden detectar los problemas que tienen los empleados por la falta de capacitación del departamento de talento humano.

Tabla No. 1

Sus subordinados están satisfechos con sus trabajos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válidos	igual a lo esperado	2	40,0	40,0	40,0
	más de lo esperado	1	20,0	20,0	60,0
	mucho más de lo esperado	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero

De cinco departamento encuestado una persona que representa el 20% manifestó que más de los esperado se sienten satisfechos, dos personas que representan el 40% dicen igual a lo esperado, y dos personas declararon mucho más de lo esperado. Existe una controversia en cuanto a la satisfacción de los trabajadores el departamento de talento humano no está seguro si se sienten conforme sus subordinados.

Tabla No. 2

La experiencia y calificación de los subordinados están de acuerdo con la labor que realizan

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	igual a lo esperado	2	40,0	40,0
	más de lo esperado	1	20,0	60,0
	mucho más de lo esperado	2	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero

De cinco departamento encuestado una persona que representa el 20% manifestó que más de los esperado se sienten satisfechos, dos personas que representan el 40% dicen igual a lo esperado, y dos personas declararon mucho más de lo esperado. Se encuentra en discusión si los trabajadores ejercen su profesión según sus lugares de trabajo.

Tabla No. 3

Las condiciones del área de trabajo de sus subordinados son adecuadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos igual a lo esperado	2	40,0	40,0	40,0

más de lo esperado	3	60,0	60,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero

Según dos personas que representa el 20% manifestó que más de los esperado se sienten satisfechos, dos personas que representan el 40% dicen igual a lo esperado, y dos personas declararon mucho más de lo esperado. Se evidencia que si existe un adecuado entorno de labor para los trabajadores de los diferentes organizaciones encuestadas.

Tabla N. 4

El salario de sus subordinados está acorde con el trabajo que realiza.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
mucho menos de lo esperado	1	20,0	20,0	20,0
Válidos más de lo esperado	4	80,0	80,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

FUENTE: Personal de los departamentos de talento humano y Gerentes de hoteles.

ELABORACIÓN: Ginger Jamileth Holguín Mero

Cuatro departamentos que representa el 80% manifiestan que el salario de sus subordinados es acorde a su trabajo que realizan, solo una persona que representa el 20% dice que es mucho menos de lo esperado. Esto indica que si existe una buena remuneración a la fuerza de venta de estas organización.

DISCUSIÓN

Esta investigación se realizó con el fin de que exista una Formación adecuada del Talento Humano para la satisfacción del cliente interno en hospitalidad y hotelería. Ya que las empresas prestadoras de servicios hoteleros deben estar capacitadas y aptas para brindar una atención de calidad y así poder crearle una experiencia única al consumidor generándole un valor agregado y diferente por esta razón se ejecutó esta investigación y estudio a través de herramientas como lo son las encuestas donde sus datos indican que los jefes de talento humano llevan un control poco satisfactorio hacia los subordinado dichos resultados muestran que no hay una capacitación adecuada a los jefes encargados del departamento de talento humano lo que genera molestia y desorden en el funcionamiento de la empresa, es por eso la necesidad de que exista la preparación y planificación adecuada por parte del área administrativa para que todo funcione con el debido orden.

CONCLUSIONES

- En las empresas prestadoras de servicios como alojamiento, alimentos, bebidas, y la organización de eventos es importante la Gestión del Talento Humano por parte de la

gerencia para que no exista la mala calidad de los servicios, evidenciado por la insatisfacción de sus clientes.

- El modelo de Gestión del Talento Humano propuesto intenta regular los procesos de distribución de empleados a los diferentes cargos, reclutamiento y selección del personal, evaluación del desempeño y la capacitación de los encargados del dpto. de talento humano hotelero para que exista una buena planeación y ejecución de manera eficiente.
- En la investigación que se realizó mediante encuestas y entrevistas se obtuvieron resultados donde se pudo analizar que el talento humano no desempeña adecuadamente sus funciones, y esto se debe al desconocimiento, la desmotivación y la mala gestión a la que han sido sujetos.
- El desarrollo de este estudio favorece en gran dimensión al hotel en cuestión, a sus colaboradores e indudablemente a sus clientes.

RECOMENDACIONES

- Implementar el presente modelo de Gestión del Talento Humano, por constituirse en una sólida investigación, la misma que propone un cambio rotundo.
- Continuar con el desarrollo de este tipo de investigaciones ya sea en el sector turístico como en el hotelero, promoviendo el cumplimiento de los más altos estándares de calidad, formando empresas líderes y competitivas.
- Fomentar la formación y desarrollo del Talento Humano dentro de las empresas, porque un colaborador motivado y autor realizado, desempeñará sus funciones con mayor profesionalismo y eficacia.
- Evaluar periódicamente al Talento Humano en las organizaciones, esto nos permitirá la toma de decisiones acertadas en beneficio de quienes forman parte de la entidad.

Bibliografía

- Dias. (2007).
<https://books.google.com.ec/books?id=sieDkwLLO6cC&pg=PA44&lpg=PA44&dq=Una+definici%C3%B3n+cl%C3%A1sica+de+Harold+acerca+de+la+planificaci%C3%B3n+de+personal+nos+dice+que+es+%E2%80%9C+determinaci%C3%B3n+consciente+de+cursos+de+acci%C3%B3n+destinados+a+lo>
- Extolan. (2014). <http://www.empresaldia.com/plandenegocio/>.
- Hidalgo. (2009). Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tepeji/n8/a9.html>
- HUMANO, S. D. (2019). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/Documento-Programa-de-Capacitacion-en-Gestion-del-Talento-Humano.pdf>
- Rodriges. (2016). Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/206/20652069006/>
- Trujillo. (2018). Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6172/1/T2600-MBA-Valencia-Estudio.pdf>
- UNIANDES, T. (2014). Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2032/1/TURTYH003-2014.pdf>
- Vallejo. (2014). Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/2032>

**GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE, EN
EMPRESAS HOTELERAS: CANTÓN SAN VICENTE**

AUTORES:

Katherine Lucrecia Delgado Saltos
e1313114520@live.uleam.edu.ec
Angel Mauricio Góngora Muñoz
e1313543181@live.uleam.edu.ec
Ángel Fernando Moreira Garcés
e1313110602@live.uleam.edu.ec
Jefferson Teodoro Cagua Vélez
e1317100921@live.uleam.edu.ec

TUTORA:

Lilia Villacís Zambrano. PhD
lilia.villacis@uleam.edu.ec

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar la gestión de la calidad para la fidelización del cliente, se seleccionó como objeto a estudio todos los Hoteles del cantón San Vicente, se realizó una encuesta a los propietarios y empleados que prestan servicios dentro del hotel, para conocer las expectativas y percepciones que ellos tienen con respecto a la calidad de servicio que brindan para la fidelización del cliente. La competitividad de las empresas cada vez es mayor, debido a la complejidad en las negociaciones en los diferentes niveles, ya sea local, regional o internacional; sin importar el tipo de negocio. Esta complejidad está ligada enormemente a las exigencias de los mercados, y a lo cambiante que puede llegar a ser los gustos del consumidor, por tal motivo las empresas deben estar pendientes a los intereses de los clientes, escuchar sus necesidades, con el objetivo de satisfacerlos y conseguir ventas exitosas, una vez creada la relación empresa/cliente, es necesario para las organizaciones mantener esta relación, a fin de lograr nuevas ventas en lo posterior.

El concepto de calidad que manejaremos en este trabajo, se define desde el punto de vista Del cliente, como grado de conformidad del conjunto de características y atributos de un producto respecto a las necesidades y expectativas del comprador, teniendo en cuenta el precio que está dispuesto a pagar. Se hace referencia por tanto a la adecuación de la oferta, en su más amplio sentido, a los requerimientos del cliente potencial incluyendo también, entre tales requerimientos, el precio que está dispuesto a pagar.

Palabras Claves: Fidelización, Satisfacción, Estrategias, Expectativas, Oferta.

SUMMARY

The main objective of this study is to analyze quality management for customer loyalty, all the hotels in the San Vicente canton were selected as object of study, a survey was carried out of the owners and employees who provide services within the hotel, for now the expectations and perceptions that they have regarding the quality of service they provide for customer loyalty. The competitiveness of companies is increasing, due to the complexity in the negotiations at different levels, whether local, regional or international; regardless of the type of business. This complexity is closely linked to the demands of the markets, and the changing that can become the tastes of the consumer, for this reason companies must be aware of the interests of customers, listen to their needs, in order to satisfy them and achieve successful sales, once the company / client relationship is created, it is necessary for organizations to maintain this relationship, in order to achieve new sales in the aftermath. The concept of quality that we will handle in this work, is defined from the point of view of the client, as degree of conformity of the set of characteristics and attributes of a product with respect to the needs and expectations of the buyer, taking into account the price that is willing to turn off. Reference is therefore made to the adequacy of the offer, in its broadest sense, to the requirements of the potential client including, among such requirements, the price that it is willing to pay.

Keywords: loyalty, Strategies, Satisfaction, expectations, offer.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como propósito determinar la gestión de la calidad para la fidelización del cliente del cantón San Vicente, y el rol estratégico de esta variable en el éxito de las empresas considerando que hay mucha competencia hotelera. Pese a los años de funcionamiento de cada uno de los hoteles visitados, hasta ahora no se ha realizado estudios formales para para determinar la opinión de los clientes respecto a la calidad del

servicio y lo más importante no se han realizado estudios formales que permitan a la empresa conocer las expectativas de sus clientes, es decir, es lo que los clientes esperan recibir de la empresa, por lo tanto hay un desconocimiento por parte de la empresa.

Como iniciativa la empresa realiza evaluaciones rápidas con los clientes para determinar la calidad del producto y la atención, sin embargo, no se abarcan todos los criterios e indicadores para tener un análisis amplio de la situación y en muchos casos estas evaluaciones pueden resultar ser incómodas para los clientes. Desconocer ampliamente la situación significa limitantes en cuanto a los procesos de mejora continua y la aplicación de estrategias que logren la diferenciación en el servicio, para de esta manera poder finalizar a los clientes, tanto nacionales como extranjeros. (Sánchez, 2017) La fidelización de clientes es una forma de asegurar ventas, ya que es más fácil y barato conseguir que un cliente repita compra que un cliente nuevo compre. Por ello, vamos a repasar algunos trucos y estrategias a seguir para la fidelización de clientes, así como algunos ejemplos creativos de empresas con éxito.

(Cabrera, 2017) Hoy en día, la mayoría de las empresas de éxito están desarrollando programas de fidelidad y permanencia del cliente. Además de ofrecer un alto valor y satisfacción para el cliente, los especialistas en marketing pueden utilizar instrumentos específicos del marketing para crear lazos más fuertes con los clientes.

(Balears, 2016) Existen una amplia gama de sistemas de gestión de calidad, que son muy apropiados para implantar en un Hotel O Apartamento Turístico. Los establecimientos que dispongan de alguno de ellos, sin duda gestionarán mejor sus recursos, optimizarán sus procesos y serán más competitivos.

Esta Norma consigue estandarizar la gestión de los procesos sobre los servicios que se ofrecen, consiguiendo un mayor control sobre ellos. Permite implantar el círculo de la mejora continua dentro de la empresa y a cumplir con la legislación vigente.

La forma como nos comunicamos ha evolucionado, el Internet ha marcado un hito, al ser tomado como un medio alternativo para relacionarnos, sin importar barreras de tiempo y espacio. Las empresas en nuestro medio, todavía no son conscientes de este hecho, limitándose a utilizar medios tradicionales de alto costo, dejando a un lado el aspecto tecnológico, el cual es uno de más eficaces en la actualidad, ya que por medio de las redes sociales, las empresas hoteleras pueden dar a conocer los servicios que prestan y los valores que cobran por cada uno de aquellos servicios.

MATERIALES Y MÉTODOS

Es una investigación cuantitativa con una metodología de investigación que requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y que busca como fin explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento. Esta es una investigación cuantitativa ya que se está estudiando varias unidades de análisis en este caso de todas las empresas hoteleras del cantón San Vicente.

Según el nivel que se desea alcanzar es un estudio exploratorio ya que es un tema desconocido a nivel personal, el cual pretender expandir conocimientos que facilitaran así mismo culminar esta investigación según el tiempo que se efectúa.

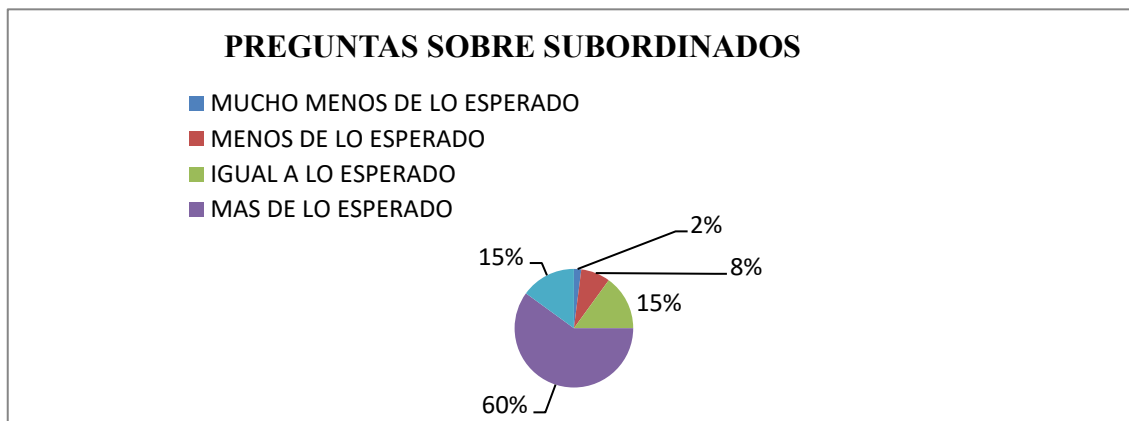
Es una investigación sincrónica ya que se da en un periodo corto de tiempo que comprende el II Semestre del año 2019 además los medios para obtener los datos es una herramienta mixta ya que se hace uso de la parte investigativa y metodológica y así mismo la investigación de campo que se ejecutará al aplicar encuestas y entrevistas que faciliten la obtención de datos.

La posibilidad de investigar un conjunto en su totalidad, se seleccionara un subconjunto al cual se denomina muestra, que será la parte representativa donde existen 8 hoteles y por ende 8 propietarios y 17 empleados que se encuestaron a través de técnicas de

recolección de datos como la entrevista que, entre muchas otras viene a satisfacer los requerimientos de interacción personal que la civilización ha originado ya que esta entrevista fue dirigida a los dueños y empleados de las empresas hoteleras del cantón San Vicente.

RESULTADOS

Grafico No. 1

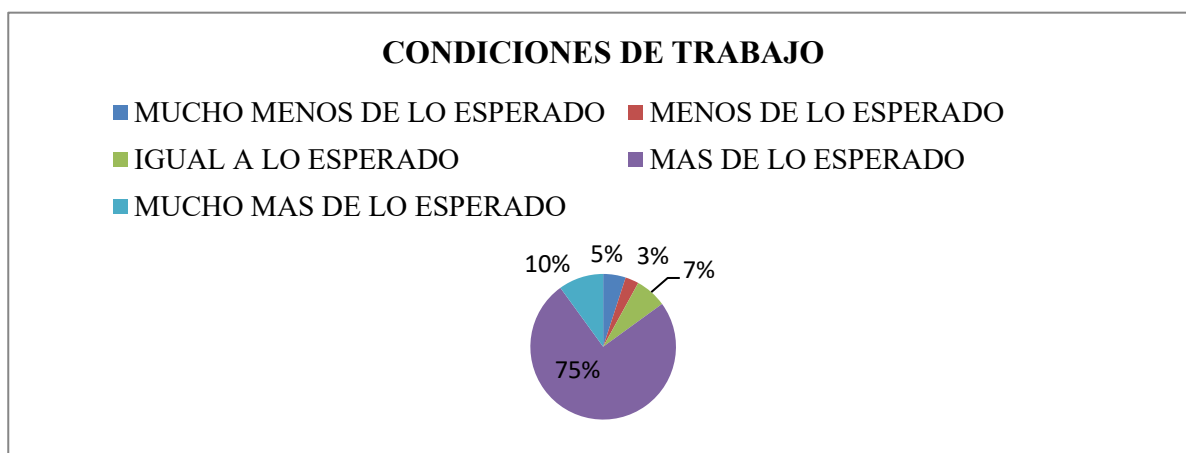


Fuente: turistas de cantón san Vicente y cantón sucre.

Elaboración: Estudiantes del segundo año de Hospitalidad y Hotelería.

En esta encuesta preguntamos sobre la satisfacción de los subordinados con su trabajo, teniendo como resultado un 60% de más de lo esperado, un 15% de mucho más de lo esperado, otro 15% con igual a lo esperado, un 8% con menos de lo esperado y finalmente un 2% con mucho menos de lo esperado.

Grafico No. 2

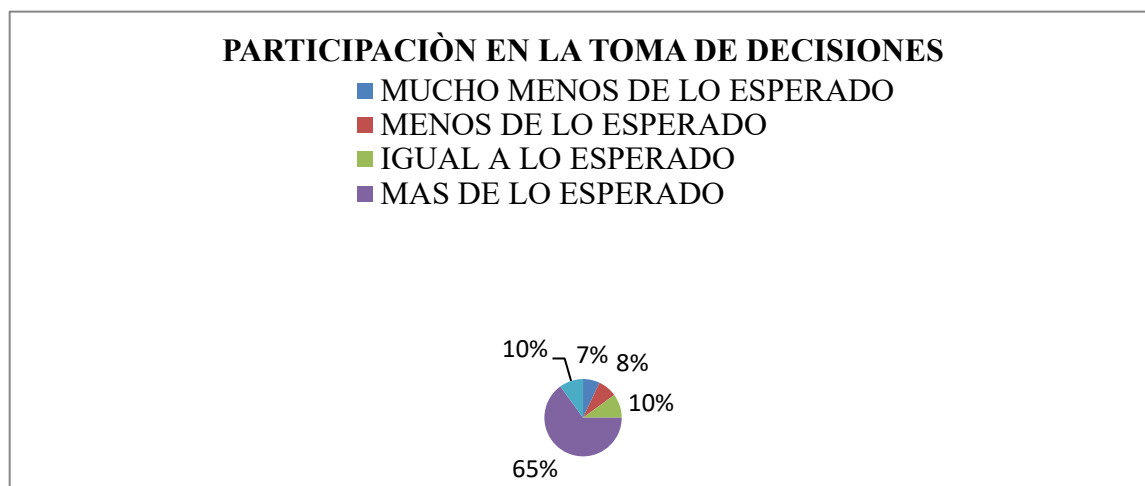


Fuente: turistas de cantón san Vicente y cantón sucre.

Elaboración: Estudiantes del segundo año de Hospitalidad y Hotelería.

Esta segunda sección se trataba de las condiciones laborales que brinda el propietario a los subordinados, preguntamos sobre las condiciones del área en que laboran los subordinados con su trabajo, teniendo como resultado un 75% de más de lo esperado, un 10% de mucho más de lo esperado, otro 15% con igual a lo esperado, un 3% con menos de lo esperado y finalmente un 5% con mucho menos de lo esperado.

Grafico No. 3



Fuente: turistas de cantón san Vicente y cantón sucre.

Elaboración: Estudiantes del segundo año de Hospitalidad y Hotelería.

En esta sección es decir la #4, tiene que ver con la motivación que el propietario brinda a los empleados y si le permite opinar e involucrarse en la toma de decisiones, teniendo como resultado un 65% de más de lo esperado, un 10% de mucho más de lo esperado, otro 10% con igual a lo esperado, un 8% con menos de lo esperado y finalmente un 7% con mucho menos de lo esperado.

DISCUSIÓN

Luego de haber realizado el trabajo de campo y procesado toda la información obtenida, y haber obtenido la dicha información Los elementos que tienen, mayor incidencia en la calidad de un buen servicio, según los resultados obtenidos en la encuesta, son la calidad del producto y la rapidez del servicio, y con incidencia en el ambiente del local.

Las características que representan el personal de servicio al cliente son amabilidad y profesionalidad, ya que estos fueron los calificativos que relucieron en los resultados, para los clientes de las empresas hoteleras, dos factores importantes dentro de un buen servicio es el tiempo que se demora en recibir el servicio y la calidad del producto recibido.

Con respecto al estudio realizado se concluye que un servicio de calidad al cliente es aquel que incluye recursos tangibles e intangibles de la empresa, así como el involucramiento del personal para lograr la satisfacción de los deseos, necesidades y expectativas de los clientes.

CONCLUSIONES.

- El segmento de mercado al que está dirigido las empresas hoteleras, es a turistas nacionales y extranjeros. donde los empleados deben cumplir con tareas asignadas por el propietario de la empresa donde puedan brindar una atención o servicio de calidad.
- Para que exista una calidad de servicio y satisfacción del cliente tiene que haber una capacitación al personal de acuerdo a la actividad en la que se esté desarrollando para poder fidelizar al cliente y se sienta cómodo con nuestro servicio.
- las empresas hoteleras del cantón San Vicente deben ofrecer una gestión de clientes basada en la calidad para diferenciarse de la competencia y así fidelizarlos para mantener y aumentar sus beneficios, pues los clientes de hoy son los beneficios de mañana.

RECOMENDACIONES

- Innovar el método de publicidad, a través de las redes sociales más visitadas como Facebook, Instagram, para de esta manera dar a conocer los servicios que ofrecen.
- Lograr un mejor servicio por parte de las empresas hoteleras, con la finalidad de fidelizar al cliente.
- Capacitar a los empleados para que brinden un servicio de calidad, con el objetivo de que los clientes se sientan satisfechos.
- Mejorar la rapidez del servicio y atención al cliente, para una excelente gestión de la calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, A. &. (2011). Definición de entrevistas. En Acevedo, *LA ENTREVISTA COMO ENFOQUE PERSONAL* (págs. 4-8). Mexico: Entrevistas.
- Alvira. (2011). Encuesta. En Alvira, *LA ENCUESTA COMO PRINCIPAL ENFOQUE EN LA RECOLECCION DE DATOS* (págs. 89-94). MADRID: ENCUESTA.
- Balears, I. (23 de octubre de 2016). *ISQ Turística*. Obtenido de <https://www.isq-turistica.com/sectores-tur%C3%ADsticos/hoteles-apartamentos/>
- Cabrera, S. (23 de enero de 2017). *OP de palermo*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=421&id_articulo=8789
- Sánchez, S. (16 de mayo de 2017). *Puro Marketing* . Obtenido de <https://www.puromarketing.com/14/28784/fidelizacion-clientes.html>

LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL SERVICIO HOTELERO EN EL CANTÓN SUCRE

AUTORES

Denisse Antonella Veliz Zambrano
e0942828161@live.ulead.edu.ec
Viviana Zambrano Solórzano
e1754511549@live.ulead.edu.ec
Dagmar Tatiana Fajardo Mera
e1311808685@live.ulead.edu.ec
Valeria Nathaly Chávez Looor

e1317438354@live.ulead.edu.ec
 Edwin Fernando Arcila Arturo
 e1313112292@live.ulead.edu.ec

TUTORES

Lilia Moncerrate Villacis Zambrano, PhD.
 lilia.villacis@uleam.edu.ec
 William Renán Meneses Pantoja, Mg.
 william.pantoja@uleam.edu.ec

RESUMEN

El servicio al cliente es un atributo que se ha convertido en medular para la decisión de compra por parte de los clientes de algún producto; sea éste, un bien o servicio. Pero es de gran relevancia para la satisfacción de sus clientes en aquellas empresas cuya naturaleza es la prestación de servicios, como es el caso de la hotelería. El presente trabajo mostrará que el servicio al cliente suele ser un tema mucho más complejo de lo que piensan, puesto que se requiere de importantes compromisos y esfuerzos por parte de todos los miembros de una organización para que los procesos sean realizados de manera adecuada.

Además, en este documento se expone un marco contextual del servicio y sus principales conceptos, seguido de sus elementos dentro de la hotelería y se concluye mostrando algunas sugerencias o recomendaciones para implementarse dentro de las empresas. La metodología utilizada fue descriptiva, métodos cualitativo y cuantitativo con una muestra de 25 turistas, la misma que se llevó a tabular a través delSPS21 sacando conclusiones que permitieron analizar las falencias del servicio.

La finalidad de este trabajo, es que sirva de utilidad y referencia para aquellos establecimientos de hospedaje, directivos y colaboradores en general; interesados en implementar o mejorar sus estrategias de servicio para la satisfacción de sus huéspedes, la mejora de su imagen empresarial y por ende la competitividad de sus organizaciones.

Palabras claves: Hotelería, huésped, satisfacción, cliente, servicio.

ABSTRACT

Customer service is an attribute that has become central to the purchase decision by customers of a product; be it a good or service. But it is of great relevance for the satisfaction of its clients in those companies whose nature is the provision of services, as is the case of the hotel industry. The present work will show that customer service is usually a much more complex issue than they think, since it requires significant commitments and efforts by all members of an organization so that the processes are carried out properly. In addition, this document presents a contextual framework of the service and its main concepts, followed by its elements within the hotel industry and concludes by showing some suggestions or recommendations to be implemented within the companies. The purpose of this work is to serve as a utility and reference for those lodging establishments, managers and collaborators in general; interested in implementing or improving their service strategies for the satisfaction of their guests, the improvement of their business image and therefore the competitiveness of their organizations

Keywords: Hospitality, guest, customer satisfaction, service.

INTRODUCCIÓN

Cada día el entorno económico es muy competitivo más que el día de ayer, todo administrador o gerente de una empresa debe tener la capacidad de analizar las condiciones del mercado buscando un enfoque mejorado, los empresarios tendrán que ser

receptivos y entender a fondo a sus clientes. Es decir, las empresas tienen que ver su entorno con mayor cuidado, romper paradigmas y no asumir que conocen lo que sus clientes desean; sino preguntarlo, averiguarlo e investigarlo.

(Goodman, 2014) “La recompensa de contar con un enfoque de la atención al cliente es simple: más ingresos, mayores márgenes, costos más bajos, y un boca a boca positivo que genera más clientes a menores costos de marketing” Las organizaciones tienen el reto no sólo de enfocar sus esfuerzos para atraer más clientes, sino en fortalecer la compra y lealtad de los mismos; al buscar el incremento en sus ingresos y riqueza, rediseñan sus productos, redirigen sus estrategias y fortalecen sus servicios, creando así diferenciales en sus compañías, que al ser comparados con los de su competencia, les permite tener una táctica de venta robusta y cierta ventaja competitiva.

(Carmen Blanco Garcia, 2013) “El departamento de recursos humanos realizará tareas como: la planificación del personal, cubrir los puestos de trabajo necesarios, organizar cursos de actualización y formación del personal, control de asistencia de los trabajadores, remuneraciones, becas de estudios, relaciones con el resto de los departamentos” La atención al cliente no solo depende de la persona o las personas que lo ejecutan, sino también de la empresa, puesto que el administrador o gerente debe tener la capacidad de detectar si su equipo de trabajo está capacitado para ofrecer la calidad que el cliente busca, en caso de no ser así, deberá ofrecer soluciones con la finalidad de motivar y consolidar el recurso humano que posee la empresa.

Según (Tschohl, 2008) menciona que cuando el cliente se encuentra en una situación de elección para la compra de un producto, lo primero que se le viene a la mente es la desconfianza de comprar en determinada empresa y por la misma desconfianza depositada en una, le hace confiar en otra empresa. Aunque, lo que podría definir su elección sería la recomendación de algún amigo.

En algunas ocasiones las empresas dan por hecho que saben lo que desea su cliente, puesto que ofrecen productos de nueva tendencia. Los proveedores en busca de aumentar el volumen de ventas fabrican o elaboran nuevos formatos, nuevas presentaciones, nuevos sabores, nuevos servicios. Estos a la vez son lo que ofrece el prestador de servicios, pero no causa el efecto esperado, es decir que el cliente agradezca esa evolución en el producto o servicio o que llegue a satisfacer sus necesidades. Esto puede ocurrir como lo menciona (Kotler, 2004), puesto que “la empresa no conoce totalmente a sus clientes objetivos”, tan solo tiene una idea de lo que necesitan, pero la empresa no ha realizado ninguna acción para saber detalles de sus requerimientos. Muchas empresas desean ofrecer nuevas tendencias, pero probablemente no sea lo más acertado para los clientes.

Dentro del sector del Turismo, en concreto en los emprendimientos de Alimentos y Bebidas, se puede observar que quien emprende ofrece algo nuevo, pero que no atrae a los clientes y esto suele ocurrir debido a que ofrecen lo que a ellos les gusta y no lo que el cliente necesita, por consiguiente no se puede hablar de un buen servicio, si el cliente no consume el producto o servicio, no podrá saber si existe buen servicio.

MATERIAL Y METODOS

La investigación se basa en la modalidad donde se utilizarán métodos y materiales cualitativo - cuantitativa, ya que permitirá solucionar la dificultad identificada en este artículo, mediante el aporte fundamental de información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales. Además se representarán los datos de forma estadística mediante gráficos, posterior a la aplicación de los instrumentos de investigación. Se aplicó una encuesta cuyos resultados solo se sacaron las preguntas más relevantes. Con el fin de ayudar a la organización para alcanzar sus objetivos y realizar

su misión, para proporcionar competitividad a la organización hotelera. Integrando empleados bien entrenados y motivados también permitiendo el aumento de la autorrealización y la satisfacción de los empleados en el trabajo desarrollando y manteniendo la calidad de vida en el trabajo a través de la administración y el cambio. Establecer políticas éticas y desarrollar comportamientos socialmente responsables.

RESULTADOS

Grafico No.1

1. ¿Conoce la misión y visión del hotel?



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de hospitalidad y hotelería.

Las evidencias demostraron que el 36% si conoce misión y visión del hotel, 16% no conoce la misión y visión del hotel y el otro 48% restante tiene poco conocimiento sobre la visión y misión que el hotel tiene como tal. Mediante los resultados obtenidos de la investigación se concluye que los trabajadores o las personas que frecuentan el hotel tienen poco conocimiento referente a la misión y visión ya que las l solo se fijan en la fachada del mismo y no se preocupan de cosas tan básicas como si el hotel tiene todas las normas o cual es el objetivo en un futuro.

Grafico No. 2



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de hospitalidad y hotelería.

De acuerdo a las evidencias que se realizaron mediante la encuesta el 48% Si implementan estrategias para competir dentro del rubro hotelero, el 28% no implementan estrategias y el 24% poco conocen sobre la implementación de estrategias para competir dentro del rubro. Los estudiantes deducen que en su mayoría los dueños de hoteles están implementando estrategias ya que quieren tener buenos resultados he inventan nuevas estrategias que beneficien a su empresa.

Grafico No. 3

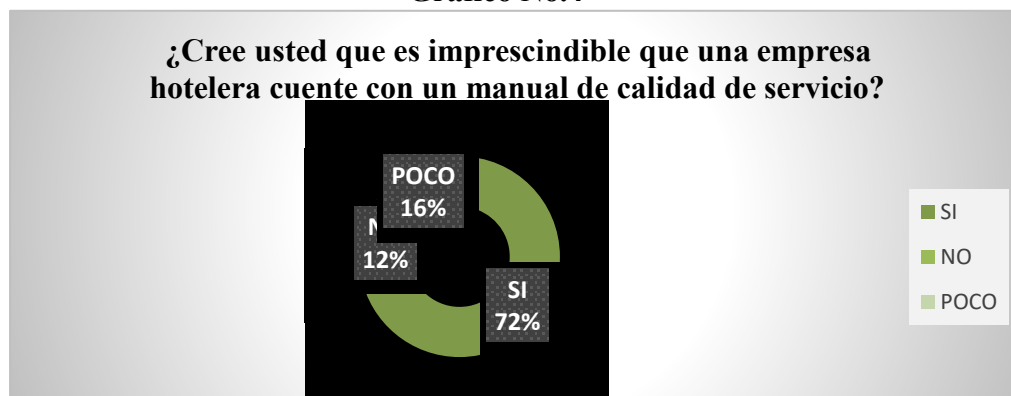


Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de hospitalidad y hotelería.

Según los resultados obtenidos el 24% si conoce sobre la calidad de servicio que presta el hotel, el 32% desconoce sobre el tema y por último el 44% poco conocen sobre la calidad de servicio que presta el hotel. Es decir que el dueño del hotel debe tener en cuenta que es necesario promocionar los servicios que se le puede brindar al turista y sepa elegir la mejor opción en hoteles.

Grafico No.4



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes de hospitalidad y hotelería

Las evidencias demostraron que el 72% cree que si es imprescindible que una empresa hotelera cuente con un manual de calidad de servicio, el otro 12% cree que no es necesario el manual de calidad y por último el 16% está poco de acuerdo con la implementación del manual de calidad de servicio. Se concluyó mediante los resultados que esta la mayoría de las personas encuestada creen que es muy importante y necesario que el hotel cuente con un manual de calidad de servicio para así dar una mejor atención al cliente.

DISCUSION

La presente encuesta se ha elaborado con el fin de descubrir el interés que podría tener el potencial turístico que visita nuestra ciudad, si goza de una buena atención de los servidores turístico es por ello que de acuerdo a las encuestas realizadas nos podemos dar cuenta que pocas son las personas que tienen una misión o visión en su negocio hotelero ya que del 100% solo un 36% conoce sobre el tema es decir que por falta de conocimiento y capacitaciones no tiene una dirección y un fin por el cual trabajar, además solo un 48% de los encuestados implementan estrategias para competir dentro del rubro hotelero, y por lo consiguiente casi nadie conoce la calidad de servicio que presta el hotel solo un 24% y un 72% si cree que es que es imprescindible la existencia de un manual de calidad de

servicio ya que todo llevaría un reglamento para que exista un perfecto orden dentro de la organización o empresa. Se puede decir que en el lugar de investigación donde se realizó la encuesta existe un desconocimiento sobre la calidad y atención al cliente para ello hay que implementar estrategias.

CONCLUSIONES

- para obtener una mejor atención al cliente se debe trabajar en equipo y hacer los requisitos indispensables, son satisfactorios para los empleados y el cliente, para tener una mejor estrategia y trabajar sobre los requerimientos o fallas del servicio.
- En la sociedad es importante, no tener miedo de cometer errores, de admitirlos y de aprender de ellos; así como de cambiar nuestro comportamiento además no hay que tomar como crítica las sugerencias que se le hagan sobre el modo en que debería cambiar, porque te puede ser de gran ayuda en el desarrollo personal.
- Las personas que trabajan deben estar capacitadas, diecinueve de veinticinco, teniendo como consecuencia que no hay normal de calidad como las ISO, puesto que no lo conocen. En la pregunta cinco, nueve personas no conocen el concepto de calidad del servicio, mostrando una deficiencia grande para ofrecer calidad en el servicio. En las preguntas seis, siete, ocho y nueve; admiten que se debería tener un manual de calidad en el servicio, el cual les permitirá tener una guía para ofrecer un mejor servicio y por supuesto que tenga calidad.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que los servicios ofrecidos por los prestadores de los sea uno de los pilares con los que cuente el sector del turismo, por lo tanto se hace las siguientes recomendaciones.
- Se recomienda que el personal que trabaja día a día en el hotel debe estar lo suficientemente capacitado y motivado como para desarrollar su función con la mejor calidad y eficiencia posible.
- Es necesario que los hoteleros apliquen las herramientas necesarias, para brindar la atención adecuada y generen que el ambiente laboral sea más apropiado para que sus empleados presten un servicio al cliente de calidad.
- Mostrar interés por las tareas que realizan todas las personas dentro del hotel y las cosas regularmente para mejorar su lugar de trabajo además escuchar lo que tienen que decir los clientes, para fomentar políticas orientadas no solo a mejorar el rendimiento comercial del hotel, sino que también a satisfacer las necesidades de los actuales o potenciales huéspedes.

Bibliografía

- Carmen Blanco Garcia, F. L. (2013). En F. L. Carmen Blanco Garcia, *Comunicación y atención al cliente* (pág. 110). España: Macmillan Iberia S.A.
- Cordero, L. (08 de 02 de 2018). *Manual de atención al cliente*. Obtenido de Pálante: <https://www.fad.es/sites/default/files/Manual%20Atención%20Cliente.pdf>
- Gobierno Provincial de Manabí. (2016). *Manabí Gobierno Provincial*. Obtenido de <http://www.manabi.gob.ec/cantones/sucre>
- Goodman, J. (2014). Atención estratégica al cliente. En J. Goodman, *Atención estratégica al cliente* (pág. 120). Buenos Aires - Argentina: Pluma digital.
- Kotler, P. (2004), *Los 10 pecados capitales del Marketing*. España: Centro libros PAPP.
- Soto, M. D. (18 de julio de 2011). *Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero*. Obtenido de Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero: <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>

TripAdvisor. (s.f.). *TripAdvisor Colombia*. Obtenido de https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g663658-d7394501-Reviews-Buenavista_Place_Hotel-Bahia_de_Caraquez_Manabi_Province.html#REVIEWS

TripAdvisor. (s.f.). *TripAdvisor Colombia*. Obtenido de https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g663658-d1450039-Reviews-Saiananda-Bahia_de_Caraquez_Manabi_Province.html#REVIEWS

Tschohl, J. (2008) *El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia* (pág. 418). Minnesota - USA: Service Quality Institute.

LOS SERVICIOS HOTELEROS PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

AUTORES:

Melissa Nicolle Burbano Delgado
e0943525287@live.ulead.edu.ec
Alex Daniel Zambrano Gilces
e1312481995@live.ulead.edu.ec
Stefano Leonel Ramírez Vélez
e1315486843@live.ulead.edu.ec
Jimmy Michael Cedeño Velásquez
e1316018041@live.ulead.edu.ec
Luis Antonio Gallegos Andrade
e1725629636@live.ulead.edu.ec

TUTORES:

Lilia Villacís Zambrano. PhD.
lilia.villacis@ulead.edu.ec
Ana Cecilia Vélez Falcones
anac.velez@ulead.edu.ec

RESUMEN

El servicio ofrecido en los hoteles es fundamental para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Servicio que se ha percibido tanto el Cantón Sucre como San Vicente en no están en condición de brindar un asistencia de calidad, debido a la falta de conocimiento en innovación y capacitación a sus empleados.

Los establecimiento de alojamiento requieren de varios elementos para generar disposición en cuanto a las personas que los visita, para ello se requiere tanto la calidad comercial como técnica; identidad propia del hotel, comodidad; calidad en el servicio de alimentos y bebidas; servicio de habitación y hospedaje como una exclusiva atención al cliente que ha sido previamente capacitado para brindar los servicios, de esta manera los establecimientos logran una fidelización, categoría, renombre y excelencia.

Para esta investigación se aplicó el método de encuestas dirigida a los usuarios y turistas de varios establecimientos de alojamiento del cantón Sucre y San Vicente en el cual se identificaron las principales variables de gestión para los servicios de calidad.

Palabras Claves: Servicio, Innovación, Calidad, Hospedaje.

SUMMARY

The services offered in the hotels are fundamental to create a quality establishment.

This research product of the realization of a scientific article identified the management variables of the hotels that influence the quality of the services. For this research, the method of surveys aimed at users and tourists of several lodging establishments in the canton of Sucre and San Vicente was adapted in which the main management variables for quality services were identified.

The establishment of accommodation requires several elements to generate quality, it must require both commercial quality, technical quality, the hotel's own identity, comfort, quality in the service of food, beverages and banquets, room service and lodging as an exclusive service to the client that has been previously trained to offer the services, in this way the establishments will achieve a loyalty, category, reputation and excellence.

The hotel services of Canton Sucre and San Vicente have shown that they are not in a position to provide a quality service due to the lack of knowledge in innovation and training for their employees.

Keywords: Service, Innovation, Quality, Lodging.

INTRODUCCIÓN

El turismo en nuestro país como industria es un sector en crecimiento cada vez más presente en la economía del país, y para muchas de nuestras ciudades es fuente generadora de empleo, ingresos y desarrollo. Pero esta industria se ve afectada por una de las principales razones que tratamos de dar a conocer en esta investigación, que es la mala calidad en los servicios hoteleros así como la inadecuada infraestructura de estos establecimientos. Actualmente los hoteles buscan mejorar la calidad del servicio para satisfacer y fidelizar a los clientes. Los servicios hoteleros comprende una gama de actividades que deben realizar permitiendo generar experiencias a quienes realizan sus visitas y logrando fidelizarlos.

(Expertos, 2001) Joseph Moses Juran considera que los principales problemas que tiene la empresa son la organización, la comunicación y la coordinación interna, por eso la calidad es responsabilidad de todos los empleados de la empresa en la totalidad de los niveles jerárquicos. Así como toda responsabilidad de una empresa cae sobre cada empleado, el encargado debe tener en cuenta y brindar capacitaciones que ayuden al mejoramiento de la calidad de servicios que deben brindar sus empleados a los usuarios. Las organizaciones dedicadas a la hospitalidad no pueden especular sin que las premisas del servicio de calidad en atención al huésped sean su principal ocupación. Que sean percibidas por el cliente de manera favorable y al mismo tiempo lograr la satisfacción y fidelización de los clientes hacia la empresa.

Algunos de los trabajos que se pueden llevar a cabo para conseguir esta mejora en la oferta son los conocidos como servicios de valor añadido. Con ello nos referimos a una serie de extras que el hotel puede incorporar entre sus reclamos como es el caso del desayuno incluido, el parking gratuito o uno de los más demandados actualmente, el libre acceso de internet.

(nena_cs_217, 2012) La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.

Brindando servicios de valor añadido se logra captar la atención de los usuarios porque se muestran actividades las cuales pueden no ser brindadas por otras empresas, como por ejemplo actividades de recreación o diversión nocturna. Estos servicios pueden tener una gran acogida y la empresa puede obtener mayor ingreso.

(LEMES, 2014) Un servicio es una prestación, esfuerzo o acción que incorpora elementos tangibles que apoyan a su propia comercialización. El cliente turístico siempre está evaluando la forma en la que la empresa está presentando el servicio, cómo trata a los otros clientes y cómo desearía que le tratara a él. Se entiende que el cliente y el personal están presentes en esa venta cruzada de servicios, por lo que el comportamiento de las distintas personas con los cuales el cliente entra en contacto produce un impacto sobre el nivel de satisfacción del cliente

(Citrullo, 2017) En la actividad hotelera los empleados son quienes se encargan de acercar el servicio al cliente, convirtiéndose de esta manera en parte de lo ofrecido, en este sentido, el personal de contacto resulta ser la cara visible y constante de la empresa frente a los huéspedes, si estos no colaboran y no orientan sus esfuerzos hacia el logro de

la satisfacción de los huéspedes, la cara visible y a imagen del hotel se determina o se rompe.

(Del Toro Soto, 2011) La calidad en sentido general se ha convertido en la estrategia principal para las empresas turísticas, un elemento diferenciador dentro del agudo ambiente competitivo que predomina en el sector. Desde hace algunos años el sector turístico se halla inmerso en un proceso de cambio que ha convertido a la calidad en uno de los elementos más preciados tanto por los turistas como por las organizaciones turísticas.

La apreciación del servicio pueden implicar como en el caso del turismo, la creación de una ambientación para el cliente: hoteles, centros de recreación, restauran pero también hay servicios tangibles: restauración, limpieza, recepción un espectáculo cultural, y otros. El producto turístico, por sus características integro, diferente, categorías de servicios interrelacionados (Del Toro Soto, 2011).

El turismo, en los últimos tiempos, ha sido una de las actividades con mayor crecimiento en el mundo, pues no existen fronteras frente a las nuevas preferencias de los viajeros (Monsalve Castro, 2015).

Hotelería es una de las actividades principales en el turismo sostenible de un destino. La gestión de la calidad del servicio en estos establecimientos y para efectos de este proyecto, se aborda desde la filosofía del Marketing (Serrano, López & García, 2007) dado que las acciones se direccionan hacia la satisfacción del cliente y no hacia el cumplimiento de procesos debidamente estructurados como se enfocan los sistemas de gestión de la calidad. Este enfoque fue definido dado que se pretende que los resultados del proyecto permitan el incremento de turistas por medio de su satisfacción, para conservar un turismo de masas, es que los viajeros tengan una percepción de un destino atractivo, sostenible y vinculado a la calidad de los servicios ofrecidos (Monsalve Castro, 2015).

En este contexto la calidad en los servicios está ocupando un lugar primordial, asociado a los cambios que se vienen operando en la vida de la sociedad, transformándose en un factor competitivo para las pequeñas y medianas empresas y propiciando que se utilicen instrumentos o herramientas que permitan garantizar la calidad lo que solo se puede conseguir en forma estable, sistemática y continua a través de su adecuada gestión.

(Santomá & Costa, 2017) El concepto de calidad ha ido evolucionando a la par que lo ha hecho la economía desde la aplicación de la idea a conceptos industriales hasta su aplicación a empresas de servicios en general.

La calidad de cada uno de los establecimientos y servicios, no siempre depende de la categorización que tenga, esto se lleva de la mano con las expectativas que tenga el cliente, estas expectativas pueden cambiar siempre y cuando el servicio sea dinámico, no es necesario ir a un hotel 5 estrellas para garantizar una excelente expectativa del establecimiento.

Los servicios hoteleros siempre son fundamentales a la hora de hacer "turismo", ya que es parte de un desarrollo sostenible, sien porciento necesario como otros aportes tales como el ocio, gastronomía, diversión entre otros. Estos nos ayudan a generar empleo lo cual es fundamental a la hora del desarrollo turístico.

Para mejorar el servicio hotelero se recomienda los siguientes cambios tanto con el cliente externo como el cliente interno (COLLADOS SUÁREZ, 2016) Empatiza con el cliente; es fundamental ya que no es conveniente que le des el mismo volumen de información a un cliente que viene cansado y malhumorado, que a uno que quiere contrastar opiniones y diferentes puntos. En caso de cliente descontento: pide disculpas si es necesario y aprovecha para conocer los puntos débiles del hotel. Intenta compensarle dándole otros servicios innovadores. Este punto suele ser uno de los más importantes en cuanto a

mejorar el servicio hotelero, puesto que reconocer el error y rectificar es una de las sensaciones más gratificantes que se quedan en el cliente. Centra tu atención en las redes sociales, sé consciente a través de este medio de lo que la empresa debe mejorar, empápate de lo que le gusta al consumidor y adopta modelos de negocio que tengan que ver con eso. Fideliza al cliente mediante campañas. Es importante a la hora de fidelizar al cliente, tener en cuenta su escala de valores, y conocer de esta manera con qué se siente premiado y qué motivaciones las concibe como un castigo. El cliente se ve tentado constantemente por otras cadenas, siendo necesario estudiar su comportamiento con herramientas como la Revenue Management para poder adelantarte a tus competidores y dar el mejor servicio. Provee a los trabajadores de los medios para dar al cliente el servicio que espera. Aporta las herramientas necesarias para que puedan desarrollar su función. Humaniza los procesos a través de la interacción en la red. La calidad del servicio cada día cobra mayor relevancia porque se maneja en forma adecuada y hace que las organizaciones logren ventaja competitiva que les generan valor agregado incalculable para las mismas; además las acciones de fidelización orientadas a incrementar la lealtad de los clientes, muestran que aún hay los esfuerzos realizados por los hoteleros, no han sido suficientes para considerarlos la competitividad del sector.

Si por alguna razón el cliente llega a tener un inconveniente en sus servicios brindados y realiza la queja, el empleado debe de buscar una rápida solución y si hay alguna demora en ello se debe de informar rápidamente y así mismo brindar algún servicio extra gratuito para que el usuario se sienta satisfecho por la solución y el servicio obsequiado.

El objetivo de esta investigación es conocer los problemas que atraviesan algunos establecimientos de alojamiento en los cantones San Vicente y Sucre con el fin de realizar un artículo científico en base a los servicios hoteleros para mejorar la calidad.

MATERIAL Y MÉTODOS

La investigación se ha realizado de manera cualitativa y cuantitativa en donde el alcance de nuestra investigación fue exploratorio ya que se utilizó el método de encuestas, cinco estudiantes del segundo semestre de la carrera de hospitalidad y hotelería realizaron encuestas a 50 usuarios o turistas en la zona del cantón Sucre y San Vicente. La herramienta que se utilizó fueron las encuestas y el instrumento empleado para conocer el resultado fue el IBM SPSS.

La presente investigación fue desarrollada para reflejar como influye el servicio hotelero en el turismo y como mejorar la calidad de este, haciendo fidelizar a las personas que reciben este servicio asegurando su retorno.

En esta investigación proporciona información de datos y experiencia proveniente de la realidad que cursan muchos hoteles y a partir de los resultados obtenidos se comprobará la carencia de calidad en el servicio brindado.

Se realizó un cuestionario dirigido a los usuarios de los diferentes hoteles de los cantones San Vicente y Sucre de donde se obtuvo la siguiente muestra.

RESULTADOS

Figura No. 1



Fuente: Turistas de Cantón San Vicente y Cantón Sucre.

Elaboración: Estudiantes del segundo año de hospitalidad y hotelería

En la frecuencia de lo menos esperado nos da 3 y su porcentaje es 6.0%, la frecuencia igual a lo esperado nos da 21 y su porcentaje es 42.0%, la frecuencia más de lo esperado da 26 y su porcentaje es 52.0%, la frecuencia total es de 50 y su porcentaje da un 100%. Debido al análisis de interpretación de la prescripción del confort de las instalaciones es un punto muy importante, ya que es un estado o impresión psicológica de bienestar, comodidad, gozo, emoción o asombro producida por nuestros sentidos ante la apreciación de los diferentes elementos que puntualizan a cada hotel en particular. Ya que estos se encuentran en varios sentidos como donde se encuentra el hotel, la recibida en recepción, comodidades de su entorno, limpieza general y armonía, diferentes servicios en general ofrecidos por el hotel.

Figura No. 2



Fuente: Turistas de Cantón San Vicente y Cantón Sucre.

Elaboración: Estudiantes del segundo año de hospitalidad y hotelería.

En la frecuencia de lo menos esperado nos da 7 y su porcentaje es 14.0%, la frecuencia igual a lo esperado nos da 26 y su porcentaje es 52.0%, la frecuencia más de lo esperado da 17 y su porcentaje es 34.0%, la frecuencia total es de 50 y su porcentaje da un 100%. Dada la interpretación del gráfico y la observación de las citas, podemos admirar y darnos cuenta de la calidad general de los servicios hoteleros se ha dado de una manera correcta ya que los huéspedes han demostrado un nivel de satisfacción estándar acorde a los servicios hoteleros ofrecidos.

Figura No. 3

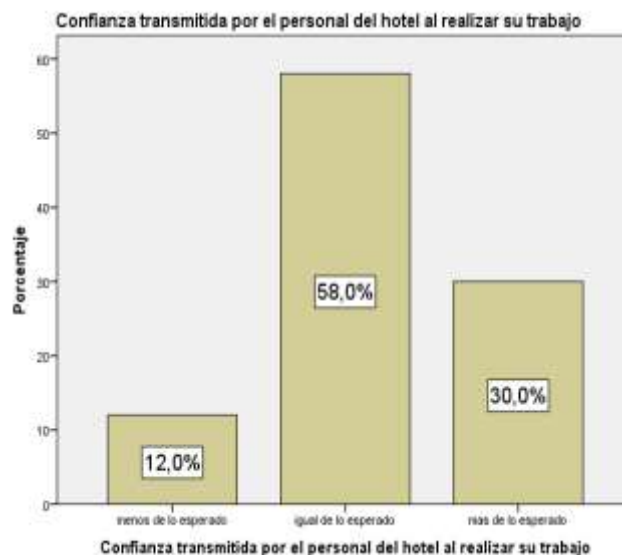


Fuente: turistas de cantón San Vicente y cantón sucre.

Elaboración: Estudiantes del segundo año de Hospitalidad y Hotelería.

En la frecuencia de lo menos esperado nos da 7. 0%, y su porcentaje es 14.0%, la frecuencia igual a lo esperado nos da 40.0%, y su porcentaje es 80.0%, la frecuencia más de lo esperado da 3. 0%, y su porcentaje es 6.0%, la frecuencia total es de 50. 0%, y su porcentaje da un 100%. De que nos sirve brindar un servicio de buena calidad si los tiempos de realización no son los adecuados o no son los suficientemente veloces para satisfacer el huésped. Como se puede admirar en el grafico los huéspedes o turistas consideran que el hotel mantiene su capacidad esperada para realizar los servicios en tiempo adecuado.

Figura No. 3



Fuente: Turistas de Cantón San Vicente y Cantón Sucre.

Elaboración: Estudiantes del segundo año de hospitalidad y hotelería

En la frecuencia de lo menos esperado nos da 6 y su porcentaje es 12.0%, la frecuencia igual a lo esperado nos da 29 y su porcentaje es 58.0%, la frecuencia más de lo esperado da 15 y su porcentaje es 30.0%, la frecuencia total es de 50 y su porcentaje da un 100% Debido al estudio de interpretación de la prescripción, logramos observar la estándar gestión de los recursos humanos, es importante insistir que en algunos establecimientos

si hay expectativas altas, y eso da a observar las constantes capacitaciones para potenciar más a los menos fuertes y obtener una homogeneidad grupal.

DISCUSIÓN.

La calidad de los servicios hoteleros es fundamental en los establecimientos que brindan hospedaje porque genera un posicionamiento de talla mundial por ende se crea una atracción en el establecimiento y se forjara una sostenibilidad dentro del destino. La fidelización de los turistas es uno de los puntos claves cuando hay calidad en los servicios hoteleros, por ende existirá un beneficio al establecimiento y a los demás sectores turísticos.

Como se pudo observar en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los huéspedes y turistas del cantón Sucre y cantón San Vicente, se ha demostrado que los establecimientos de alojamiento brindan un servicio igual a lo esperado, es decir que aquellos establecimientos no han tenido o seguido modelos de innovación, capacitación y preparación profesional para mejorar la calidad.

Si los establecimientos de alojamiento no priorizan la calidad de sus servicios el turista buscara una mejor opción al momento de pernoctar, por ende habrá una pérdida económica en el destino y en el establecimiento dejando una marca negativa provocando un descenso de afluencia turística.

CONCLUSIÓN

- La calidad de los servicios para su mejoramiento en el Cantón Sucre y San Vicente está influenciado por la promoción de sus servicios que brinda cada establecimiento hotelero, de manera se considera relevante generar acciones que permitan identificar los tipos de usuarios, sus gustos, sus preferencias y necesidades para poder diseñar innovaciones y realizar capacitaciones a los empleados que permitan satisfacer a los usuarios.
- Para lograr y obtener una buena calidad de servicios se debe establecer una meta de excelencia para poder identificar los errores más comunes que tiene cada establecimiento para así poder enfocarse en el mejoramiento y la calidad que van se va a brindar hacia el usuario.
- En la calidad de los servicios es muy preciso que los empleados del hotel puedan oír al usuario para que se pueda mejorar una estrategia y trabajar mucho más sobre los requerimientos o fallas de los servicios para así poder brindar un servicio de calidad.

RECOMENDACIÓN

- Se recomienda a los establecimientos seguir las nuevas tendencias para satisfacer a todos los perfiles de los turistas. Y seguir los cambios expuesto en la investigación sobre mejoras para el servicio hotelero.
- es necesario que los establecimientos puedan realizar un estudio de mercado para que así pueda enfocarse en varios defectos que puede tener y así mejorar para que los usuarios se sientan en un ambiente cómodo y puedan volver.
- Es importante que el personal se lo capacite constantemente para mejorar sus servicios y salir de la zona de confort.

Bibliografía

Citrullo, S. (11 de enero de 2017). *Mujeres de empresas*. Obtenido de <http://www.mujeresdeempresa.com/servicio-hotelero-la-importancia-de-la-atencion-al-invitado/>

- COLLADOS SUÁREZ, L. (2016). 7 consejos para mejorar el servicio hotelero. *revista digital INESEM*, 165. Obtenido de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/consejos-mejorar-servicio-hoteler/>
- Del Toro Soto, M. (18 de julio de 2011). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hoteler/>
- Expertos, G. (16 de abril de 2001). *Gestiopolis.com Expertos*. Obtenido de Gestiopolis.com Expertos: <https://www.gestiopolis.com/que-hizo-joseph-m-juran-por-la-gestion-de-la-calidad/>
- LEMES, J. P. (25 de octubre de 2014). *Home Calidad y servicio hotelero*. Obtenido de <https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/calidad-y-servicio-hoteler/>
- Monsalve Castro, C. (2015). GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA HOTELERÍA. *UEAM Reladyc.org*, 162. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/206/20640430011/>
- ena_cs_217. (3 de julio de 2012). *administracion hotelera*. Obtenido de <http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>
- Santomá, R., & Costa, G. (2017). CALIDAD DE SERVICIO EN LA INDUSTRIA HOTELERA:. *ESADE*, 103. Obtenido de <https://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf>

EL INFOCENTRO Y SU APOORTE A LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL CANTÓN CHONE

AUTORES

Gema Carolina Zambrano Mendoza
e1315415651@live.ulead.edu.ec
María Auxiliadora Solórzano Alcívar
e1311999278@live.ulead.edu.ec
Jandry Abigail Chere Loor
e1314645670@live.ulead.edu.ec
Cristopher Kirk Cuadros Flores
e1314339530@live.ulead.edu.ec

TUTORES:

Dra. Katty Gisella Zambrano Alcívar
kattygiza@hotmail.com
Lcda. Martha Lorena Mendoza
Ing. Fabricio Rolando Rivadeneira Zambrano

RESUMEN

Los Infocentros Comunitarios son espacios de participación y encuentro en los que se garantiza el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), fomentando el desarrollo, la innovación y el emprendimiento, gracias al aprovechamiento de las TIC'S. El objetivo principal

del Infocentro de la parroquia San Antonio es consolidar la sociedad de la información en todos los estratos sociales y productivos de las zonas rurales y urbanas marginales del Ecuador, buscando el desarrollo económico y productivo, por medio del conocimiento, la innovación y el emprendimiento. Este trabajo provee una visión general del proceso de desarrollo propuesto con una metodología bibliográfica profunda en la cual se hizo el uso de varios métodos y técnicas de investigación para poder determinar los servicios y beneficios que tienen los habitantes de la parroquia San Antonio del cantón Chone.

PALABRAS CLAVES: Conectividad rural, Acceso digital, tecnologías de la información y la comunicación.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el gobierno nacional dentro de la constitución política del estado y del Plan Nacional del Buen Vivir dentro del eje del Acceso a la Educación y Salud se ha puesto como objetivo disminuir la Brecha Digital existente en el país, para lo cual ha creado artículos en la constitución que pretende erradicar el analfabetismo digital, siendo estos:

Artículo 16, numeral 2.- Establece el derecho al acceso universal de los ecuatorianos a las TIC's.

Artículo 347, numeral 7.- Erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar los procesos de post-alfabetización y educación permanente para personas adultas, y la superación del rezago educativo.

Artículo 347, numeral 8.- Incorporar las TIC's en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales. (Buen vivir, 2012)

Los Infocentros Comunitarios son más que un proyecto que implementa computadoras y dota de conectividad a los ciudadanos en los sectores rurales y urbano marginales del país. Es una herramienta tecnológica eficaz para la enseñanza de los estudiantes y para apoyar a los pequeños negocios o emprendimientos por medio del uso adecuado de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Para cumplir este objetivo, el Gobierno de la Revolución Ciudadana, a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, implementó 727 Infocentros Comunitarios a nivel nacional, en donde las personas pueden inscribirse gratuitamente en diferentes cursos impartidos por los Facilitadores, quienes están capacitados para guiar a los ciudadanos en el mundo de la tecnología.

Uno de los principales módulos que se imparte en los Infocentros Comunitarios es "TIC y Emprendimiento", que cuenta con 20 horas de duración. Los participantes, al finalizar el curso de capacitación, reciben un certificado y ponen en marcha una idea de negocio o replantean alguna que ya está en ejecución.

Bajo esta directriz, se motiva al estudiante para que, a través del conocimiento, venda su idea o dé un giro a un negocio ya existente, considerando que desde los Infocentros podrá investigar, analizar y concretar una realidad nueva de progreso económico para el emprendedor o su comunidad.

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información fortalece iniciativas que mejoran la calidad de vida de los ciudadanos. El Ecuador necesita gente que lucha por sus ideales y ejecuta grandes cambios en beneficio de la sociedad, como lo hace el Gobierno de la Revolución Ciudadana, a través del MINTEL con la inclusión digital.

Los objetivos de esta investigación son los siguientes:

- ✓ Brindar a la comunidad la facilidad de acceso al Internet, el uso de sus contenidos y aplicaciones, a un costo asequible para la población.
- ✓ Capacitar a la comunidad sobre el uso del Internet y los beneficios a los que puede acceder, usando las TIC's para el desarrollo de su Buen Vivir.
- ✓ Formar un entorno de aprendizaje que permita reunir a la población en función de intereses de desarrollo colectivo, potenciados con el uso de las TIC's.
- ✓ Brindar a la comunidad herramientas concretas, equipamiento y aplicaciones informáticas, encadenadas con los diversos programas para fortalecer el Buen Vivir eje fundamental de trabajo del Gobierno Nacional.

- ✓ Brindar a los diversos programas del Sector Público la posibilidad de contar con centros informáticos de cobertura nacional y alcance comunitario, como herramienta para potenciar y desarrollar sus diferentes programas de impacto en la población.
- ✓ Conseguir la apropiación de las TIC's en sectores populares.

Este trabajo de investigación se realiza con la finalidad de dar a conocer los servicios y beneficios con los que se cuenta en un Infocentro, y de esta manera los habitantes de la parroquia San Antonio del cantón Chone tengan la oportunidad de conocer más acerca de esta nueva era tecnológica que involucra no tan solo a niños y jóvenes estudiantes, sino que a todas las personas en general.

Materiales y Métodos

Se aplicó el método analítico, en el cual se distinguen los elementos de un fenómeno y se procedió a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre las mismas.

Método descriptivo. - El objeto de la investigación descriptiva consistió en describir y evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más puntos del 'tiempo'. En la investigación descriptiva se analizaron los datos reunidos para descubrir así, cuáles variables estaban relacionadas entre sí.

Se aplicó entrevista a, encargada del Infocentro de la parroquia San Antonio del cantón Chone; se realizó con el fin de obtener información y de esta manera profundizar la información.

ENCUESTA A USUARIOS DEL INFOCENTRO XXXXX

RESULTADOS

En la investigación luego de realizar la entrevista a la persona encargada del Infocentro de la parroquia San Antonio del cantón Chone se determinó como resultado de la investigación que dicho Infocentro promueve buscar nuevas estrategias para que la comunidad se involucre más con el proyecto del Infocentro y usen las TIC como una herramienta de mejoramiento comunitario y productivo.

El nuevo servicio con los que cuenta son capacitar a las que personas que persiguen nuevas oportunidades, pero muchas veces necesitan apoyo para ofrecer sus productos o mejorar sus ventas. Esto y más son los beneficios que ofrecen este centro tecnológico, ya que gracias a las TIC'S pueden aprender o crear una red de venta en línea, ofertando sus productos a parroquias o ciudades aledañas.

Este Infocentro cuenta con 8 computadoras las cuales benefician a toda la parroquia; prestan capacitaciones a todas las comunidades; la persona puede hacer trabajos consultas, y también capacitan a los niños de la escuela, dan cursos; el principal es el emprendimiento de tics, el Infocentro trabaja con capacitaciones disco, también cuenta con 2 cursos virtuales Miriadax en los cuales se dan certificados y viene firmado por el Ministro de Telecomunicaciones, Lic. Andrés Michelena.

Asegurar la democratización de las Tecnologías de Información y Comunicación, favorecer el Acceso Universal a las TIC, con la finalidad de reducir la brecha digital, acercándolas a la ciudadanía, para fomentar la innovación, el emprendimiento y el desarrollo.

Este Infocentro beneficia a muchas personas; al mes es visitado por más de 600 personas, el objetivo principal es reducir la brecha digital y fomentar el desarrollo en la innovación en el emprendimiento de Tics, También, serán de gran ayuda para mejorar la calidad de vida, puestos que sus usuarios podrán acceder a servicios y productos nacionales y extranjeros.

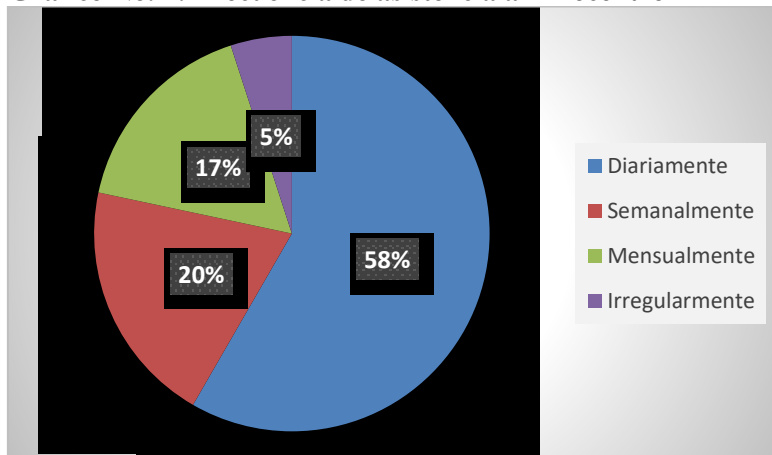
Una de las estrategias que tienen es beneficiar a las comunidades más lejanas y se proyectan a visitar otras comunidades e invitarlos a la capacitación que brinda el Infocentro.

Los beneficios que brinda son:

- ✓ Brindar acceso universal y democratizar las TIC.
- ✓ Fomentar el conocimiento y uso de las TIC para disminuir la brecha digital.
- ✓ Fomentar la innovación y el emprendimiento.
- ✓ Promover el uso de los servicios gubernamentales en línea.
- ✓ Apoyar a la prevención de problemáticas sociales.

- ✓ Motivar a la creación de proyectos y soluciones tecnológicos

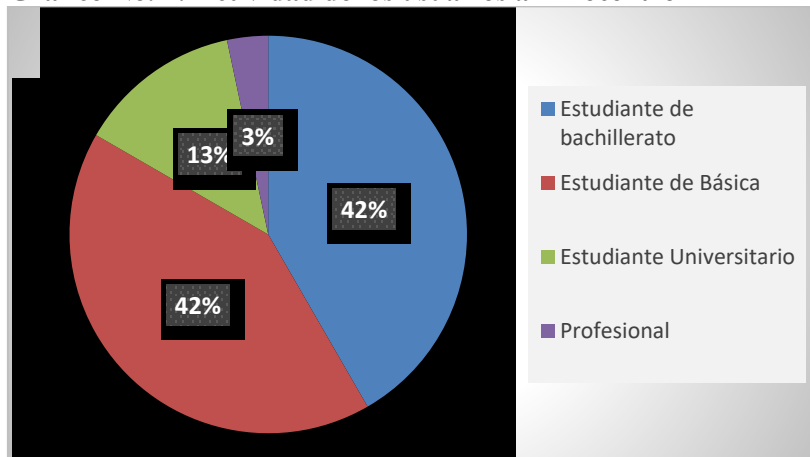
Gráfico No. 1: Frecuencia de asistencia al Infocentro



Fuente: Usuarios Infocentro San Antonio

Análisis: Con este gráfico podemos concluir que las personas encuestadas de la comunidad de la parroquia San Antonio acuden diariamente al Infocentro ubicado en el sector. Por lo tanto, es importante un Infocentro en este tipo de zonas un poco alejada de las tecnologías.

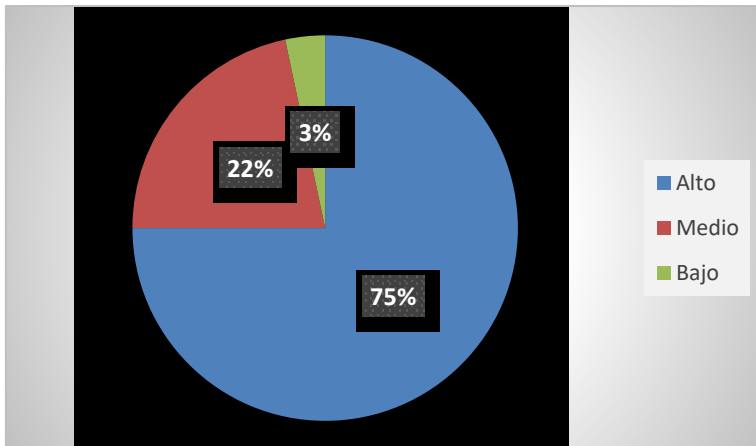
Gráfico No. 2: Actividad de los usuarios al Infocentro



Fuente: Usuarios Infocentro San Antonio

Análisis: Del total de personas encuestadas hay una igualdad de 42% entre estudiantes de bachillerato y básica que son los que más acuden a este centro computacional para cumplir con las tareas que se les envía en su institución de educación. Mientras que los estudiantes universitarios y profesionales es poca su frecuencia por la razón que tienen más facilidad del internet ya sea por el lugar de trabajo o su lugar de estudio.

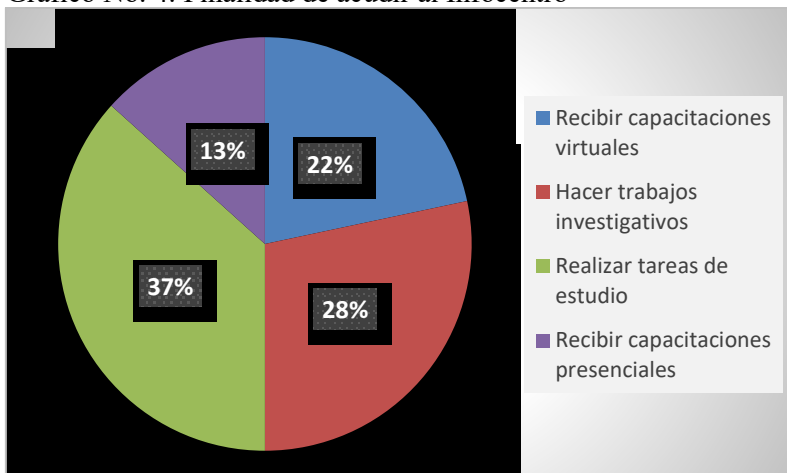
Gráfico No. 3: Impacto del Infocentro



Fuente: Usuarios Infocentro San Antonio

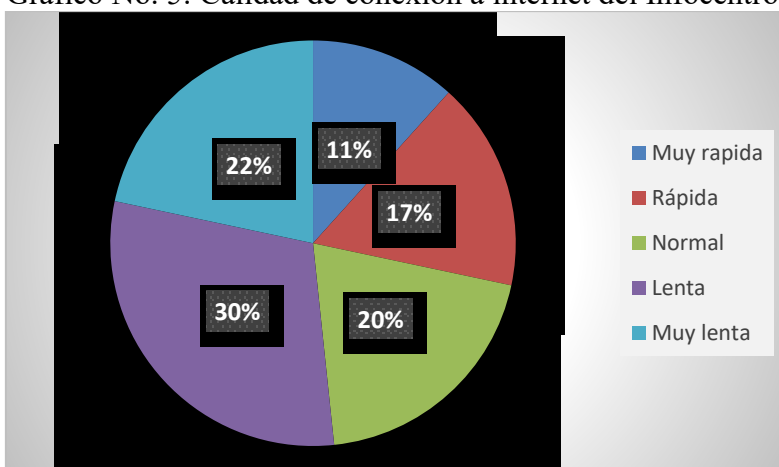
Análisis: Según los encuestados, se considera un alto impacto la implementación de un Infocentro en una zona rural ya que facilita a las personas que no tienen acceso a un computador, sobre todo a los estudiantes para que puedan realizar sin ningún problema sus tareas de estudios.

Gráfico No. 4: Finalidad de acudir al Infocentro



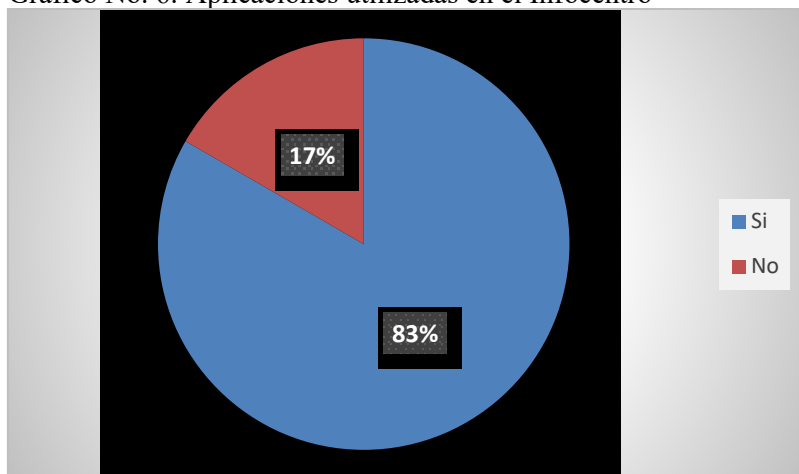
Análisis: En el gráfico podemos ver que acuden mayormente para realizar tareas de estudios, pero también existe un porcentaje considerado de personas que asisten para recibir capacitaciones ya sean presenciales como virtuales, para una mayor comprensión sobre el uso de las TIC.

Gráfico No. 5: Calidad de conexión a internet del Infocentro



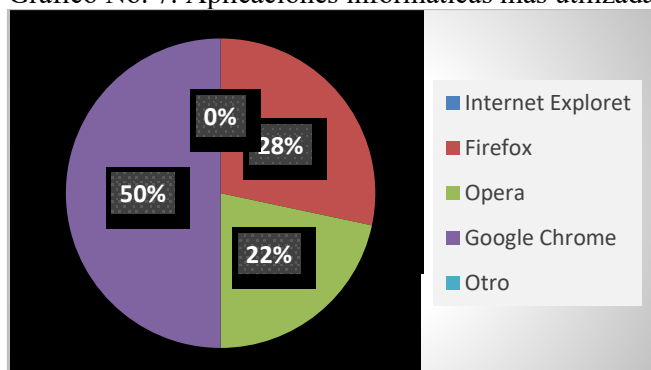
Análisis: El problema que existe con frecuencia es la calidad de internet que brinda un Infocentro, por lo tanto, los encuestados dicen que mayormente el internet es de mala calidad o actúa con lentitud, por lo que impide culminar con las tareas en el menor tiempo posible.

Gráfico No. 6: Aplicaciones utilizadas en el Infocentro



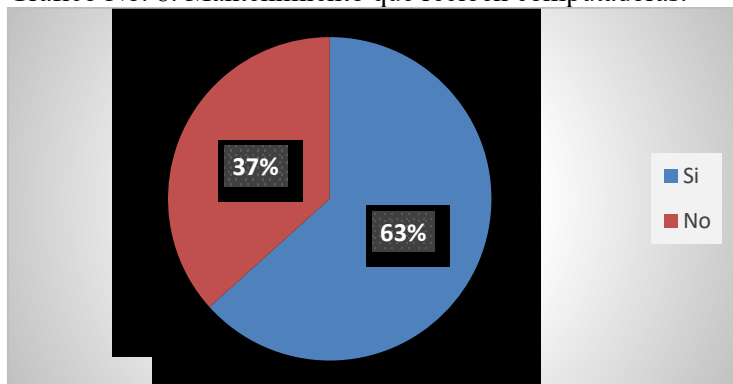
Análisis: Por lo general un Infocentro cuenta con aplicaciones que permitan al usuario realizar sus tareas de cualquier índole sin complicación alguna, por lo que la comunidad encuestada no tiene queja alguna sobre las aplicaciones que aplica el Infocentro.

Gráfico No. 7: Aplicaciones informáticas más utilizadas.



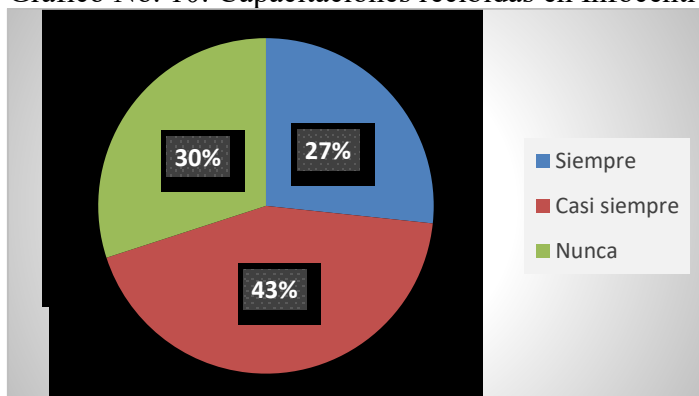
Análisis: Entre las aplicaciones que más utilizan los usuarios encuestados tenemos el Google Chrome, la razón es porque es el navegador de internet más conocido y por ese motivo es el que más manipulan, mientras que otros prefieren el Mozilla Firefox porque dicen que es mucho más rápido que otros navegadores y por ultimo Opera que es un navegador últimamente conocido y que está subiendo de apoco en la escala de los mejores navegadores.

Gráfico No. 8: Mantenimiento que reciben computadoras.



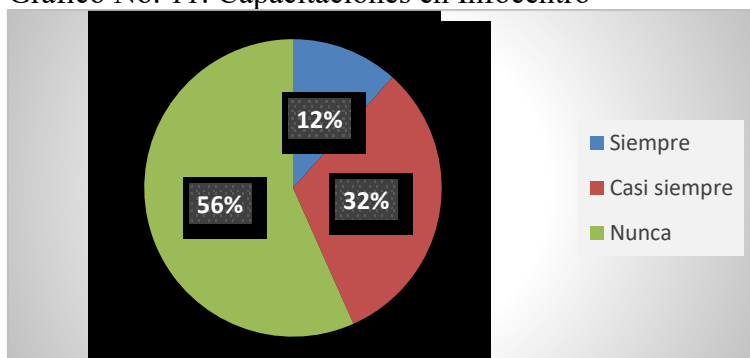
Análisis: El mantenimiento de los equipos de cómputo es primordial para un mejor rendimiento del mismo, por lo tanto, deben de llevar un buen sostenimiento, lo cual los usuarios comentan que si tienen su respectivo mantenimiento la mayoría de las maquinas.

Gráfico No. 10: Capacitaciones recibidas en Infocentro.



Análisis: Las capacitaciones son primordial para las personas que desconocen sobre el uso de una computadora y de las TIC, las personas que se encuestaron nos dice que casi siempre se realizan estas capacitaciones por lo que podemos deducir que se necesitan realizar con más frecuencia este tipo de capacitaciones para mejorar el conocimiento sobre el uso de la tecnología y sus beneficios.

Gráfico No. 11: Capacitaciones en Infocentro



Análisis: Las capacitaciones no solo son para los usuarios que frecuentan el Infocentro, sino que, también las personas de la comunidad de San Antonio necesitan de dicha información para cuando tenga el acceso al uso de las TIC ya tengan una base sobre lo que deben hacer. Pero esto no sucede ya que un 56% de las personas encuestadas confirman que nunca se han realizado estas charlas sobre el uso de las TIC a la comunidad en general por lo que aún existe una brecha en la mayor parte de la sociedad de la parroquia San Antonio.

Discusión

El acceso público a TIC a través del Infocentro, ha transformado las iniciativas ciudadanas, empoderado a los sectores marginales de la población, y ha fortalecido a los proyectos del gobierno central.

Además, en los resultados de la entrevista muestran que el centro de acceso público es muy útil para los estudiantes y jóvenes de bajos recursos en el uso de las TIC; para capacitar a personas que han quedado desempleadas y buscan alternativas laborales, y para brindar oportunidades de acceso, a personas y comunidades vulnerables y excluidas, a los servicios e información que brindan las instituciones del Estado y programas sociales, educativos y culturales.

Este Infocentro responde a la necesidad de lograr que los grupos tradicionalmente excluidos puedan acceder a las TIC, y a capacitación en el uso de estas herramientas, de forma gratuita; sin embargo, el acceso en sí no constituye el objetivo final sino la incorporación de las TIC en los procesos de desarrollo tanto individual como comunitario.

La participación de los beneficiarios en el Infocentro es uno de los pilares fundamentales de su sostenibilidad, ya que este espacio fue creado con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas a través del uso eficiente de las TIC'S.

Conclusiones

En este estudio se presentó la situación actual del acceso y uso de las TIC en el Infocentro, enfocado en la parroquia San Antonio; los datos recopilados evidencian la brecha digital existente, tanto interna como externa, por esta razón, para que los indicadores mejoren, se debe intervenir en las zonas que actualmente se encuentran excluidas de los beneficios de las TIC.

El Infocentro constituye el dispositivo social que agiliza el desarrollo de la educación y el progreso socioeconómico y cultural de la comunidad. Como órgano social, permiten la capacitación de las personas para su posterior incorporación a la sociedad de la información.

Desde el punto de vista técnico, se destacan la infraestructura y/o los artefactos utilizados como herramientas, pero también son imprescindibles los conocimientos disponibles y las capacidades y destrezas de los usuarios (recursos humanos).

La implementación de un Infocentro es de vital importancia en las zonas rurales donde la mayor parte de la comunidad no tienen acceso a una computadora mucho menos a internet, por lo que con un centro de cómputo ayudaría a llenar ese vacío sobre el conocimiento de las TIC en estos sectores alejados de la tecnología

RECOMENDACIONES

El equipamiento necesario para el Infocentro, responde a las requerimientos de los diferentes servicios que se brinda a la comunidad, por lo que se recomienda revisar constantemente la evolución de las necesidades para determinar los nuevos requerimientos y atenderlos, de tal manera que el Infocentro se convierta en un referente de tecnología y servicios en la parroquia San Antonio y que el componente tecnológico no constituya un limitante para la realización de actividades orientadas al desarrollo local, sino que se brinde un servicio de calidad que genere demanda por parte de la población. Además, se recomienda a involucrar a más personas al uso del Infocentro y de esta manera poderlas capacitar e involucrar en proyectos tecnológicos.

Al momento de implementar un Infocentro se debe conocer en donde existe la mayor parte de la comunidad que tiene esa brecha sobre el uso de la tecnología, de esa manera se podría colocar el centro de cómputo estratégicamente para mejorar la función de dicho Infocentro

Bibliografía

Buen vivir, P. (02 de Septiembre de 2012). *Constitución de la República del Ecuador*.

Obtenido de <http://plan.senplades.gob.ec/politicas-y-estrategias2>:

<http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion2008.pdf>;

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/los-infocentros-comunitarios-se-encuentran-en-727-parroquias-del-ecuador/>

<https://www.chone.gob.ec/index.php?gc=3&ntc=2319>

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/cual-es-el-nuevo-desafio-de-los-infocentros-comunitarios/>

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/infocentros-comunitarios-una-oportunidad-de-desarrollo/>

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200018

<http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/256/1/TAP39.pdf>

<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5863/1/T2433-MELA-Flores-Practicas.pdf>

ASAMBLEA CONSTITUYENTE; “Constitución de la República del Ecuador 2008”;

2008-07-24;

<http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>;

Fecha de Acceso [2012-02-09]

1. DOCSTOC; ”Formato para documentos Procesos / Sistemas”; 2012-05-28;
<http://www.docstoc.com/docs/121612123/Formato-para-documentar-procesos-sistemas>; Fecha de Acceso [2012-10-28]
2. FUNDACION INFOCENTRO DE VENEZUELA; “El Proyecto Infocentro”;
2010- 01-10; <http://www.infocentro.gob.ve/index.php?id=91>; Fecha de Acceso
[2012- 02-08]
3. FUNDACION INFOCENTRO DE VENEZUELA; “Los Guerreros de
Infocentro: La Red Infomóvil”;
2010-01-10;
<http://www.infocentro.gob.ve/index.php?id=1269>; Fecha de Acceso [2012-02-08]

WEB 2.0 EN EL SECTOR HOTELERO DE LA ZONA NORTE DE MANABÍ.

AUTORES:

Ramos Salazar Junior Alfredo
e1311417347@live.uleam.edu.ec
Zambrano Macías Edgar Gabriel
e13156008834@live.uleam.edu.ec

TUTOR:

Ericka Vanessa Almeida Lino, Mg.
ericka.almeida@uleam.edu.ec

RESUMEN

El desarrollo de los servicios tecnológicos, sobre todo la tecnología social, transforma continuamente las necesidades de los turistas globales, los modelos de negocios y los servicios turísticos, proporcionando ventajas de organización y competitividad dentro del sector hotelero. Por ello el objetivo de este trabajo fue de analizar el nivel de integración de los servicios de la web 2.0 dentro de los sitios web de los hoteles de la Zona Norte de Manabí, específicamente de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, para el desarrollo de esta investigación se utilizó métodos cualitativos y cuantitativos, revisión de carácter bibliográfico e investigativo por medio de la utilización de herramientas como fuentes bibliográficas, observación y análisis de indicadores; lo que permitió evidenciar que la integración de tecnologías web 2.0 dentro del sector hotelero todavía presenta barreras, las mismas que pueden estar vinculadas a la limitación de recursos, falta de conocimientos técnicos y de formación o el desconocimiento de los beneficios que proporcionan.

PALABRAS CLAVES

Sector Hotelero, Web 2.0, Zona Norte de Manabí

ABSTRACT

The development of technological services, especially social technology, continuously transforms the needs of global tourists, business models and tourism services, providing organizational and competitive advantages in the hotel sector. Therefore, the objective of this work was to analyze the level of integration of web 2.0 services within the websites of the hotels in the North Zone of Manabí, specifically the cantons of Sucre, San Vicente, Jama and Pedernales, for the development of this research used qualitative and quantitative methods, review of bibliographic and investigative character through the use of tools such as bibliographic sources, observation and analysis of indicators; This made it possible to demonstrate that the integration of web 2.0 technologies within the hotel sector still presents barriers, which may be linked to limited resources, lack of technical knowledge and training or lack of knowledge of the benefits they provide.

KEYWORDS

Hotel Sector, Web 2.0, North Zone of Manabí

INTRODUCCIÓN

Las tendencias actuales en tecnología para hoteles marcarán el rumbo en la planificación de las nuevas estrategias a implementar, y también influyen en el modo en que se gestiona una empresa hotelera en general.

Muchos hoteleros son conscientes de que la mejor manera de destacar y estar un paso por delante de la competencia, en estos tiempos tan difíciles y competitivos, es incorporar adelantos tecnológicos y ofrecer servicios adecuados a los nuevos estándares de vida que existen en la actualidad.

Siendo sojuzgado el mundo actual por los avances tecnológicos los hoteleros comienzan a enfocarse en su utilización, no solo para el crecimiento productivo sino también para innovar este campo. Una de las tecnologías más importante donde los hoteleros enfocan profundamente su atención es en el uso de páginas web. Cabe mencionar que Internet se ha convertido en una herramienta de trabajo esencial, especialmente en el turismo. Según (Leal, 2002) un destino turístico puede ser definido como la región hacia donde los turistas se desplazan al viajar.

Mediante un estudio en los portales turísticos de las zonas de Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales; se llegó a determinar la estructura de cada uno de los sitios web escogidos al azar, basados principalmente en un conjunto de criterios que definirían y describirían dicha estructura. Se intentó comprender qué factores interfieren en la percepción del turista sobre el destino y la imagen que tienen del destino los internautas antes y después de visitar el sitio. Las organizaciones de ese sector que mejor utilicen los recursos del sitio Web podrán conseguir un mejor lugar en el mercado de acuerdo a lo que manifiestan (Aaker & Joachimsthaler, 2017).

Dicho esto, mediante el estudio realizado se busca determinar cuán importante es la utilización de una página web y la identificación de las características o carencias de la misma, en el auge hotelero, en la zona estudiada (Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales) a tal punto que su impacto sea notorio y relevante en este sector.

MARCO TEÓRICO

Cuando hablamos de la web 2.0 hacemos referencia a un conjunto de aplicaciones y páginas de Internet que brindan servicios de manera interactiva en la red dándole así al usuario el control de sus datos. Así mismo, la web 2.0 incorporaría una o varias tecnologías teniendo como base la importancia del usuario como parte integrante, pilar básico y motor de un sistema de información; una en la que fundamentalmente, se diseñarían plataformas que permitan al usuario final enriquecer y/o aportar con contenido y controlar su propia aportación; los nuevos sistemas no sólo se diseñan pensando en el uso, sino convirtiendo al usuario en protagonista.

En definitiva, la Web 2.0 consiste fundamentalmente en el cambio de rol del usuario de la Red, que pasa de ser un mero lector a lector-escritor (Ruiz Rey, 2009).

Aunque la web 2.0 no se consideró inicialmente como un instrumento crítico para el desarrollo de las tareas de gestión interna de los destinos turísticos, en la actualidad juegan un papel clave para facilitar la experiencia turística antes, durante y después de la visita, al igual que para coordinar a todos los agentes involucrados en el destino citado por (Giner Sánchez, 2018). Es decir, la implementación de una herramienta 2.0 en el sector turístico y hotelero, que es el objeto de estudio, en la actualidad juega un papel imprescindible, ya que contribuirá directamente a la difusión de la oferta planteada por cada establecimiento. Cabe recalcar que los resultados y el impacto que generen estas herramientas dependen en su totalidad del manejo que se le dé a las mismas, formando así una co-relación para que se logren los objetivos planteados.

La utilización de esta herramienta genera interacción de manera más directa por las facilidades en accesibilidad que tienen los usuarios; lo cual, es cada vez más importante puesto que de una u otra manera, la reputación del establecimiento podría estar expuesta, debido a que el internet propaga velozmente la información, sin embargo esto puede convertirse en una oportunidad que fomenta la mejoría y competitividad en los establecimientos hoteleros.

Sin embargo, a algunos hoteleros les preocupa que un competidor inescrupuloso pueda sabotear su negocio publicando una crítica errónea y maliciosa. Las opiniones y calificaciones aportadas por los usuarios en sus sitios web están bajo supervisión de la compañía. Las empresas bloquearán los comentarios de los usuarios que utilicen lenguaje inadecuado en su sitio web. En algunos casos la empresa tendrá la potestad de eliminar los comentarios inadecuados.

Hoy en día, hay diferentes canales para los viajeros que pueden compartir su experiencia a través de sitios web como SkyTrax, Trip Advisor, etc. Los viajeros pueden dejar sus comentarios de viaje, opiniones, fotos o las calificaciones de los hoteles que visitaron anteriormente. Esta información ayuda a otros viajeros a tomar una decisión al momento de elegir un destino. Sin embargo los sitios web de los establecimientos también pueden proporcionar detalles realistas sobre los hoteles, las atracciones y la información de planificación para los viajeros con diferentes destinos en todo el mundo. Por ello, es más conveniente para los viajeros comunicarse o intercambiar su experiencia a través del sitio web propio del establecimiento.

Los proveedores de viajes pueden administrar sus oportunidades de negocios a través de la web, allí mismo los viajeros pueden reservar los hoteles permitiendo un aumento de sus ingresos, de allí que es una de las estrategias de marketing para los proveedores de viajes. Además, los buenos comentarios y las altas calificaciones son los anuncios que los ayudan a promocionar sus productos a través del sitio web en línea. El marketing de boca en boca se llevará a cabo a través de los sitios web entre los viajeros. Además, la reputación de los proveedores de viajes se verá fácilmente afectada por los viajeros que dejan comentarios en el sitio web. En muchos casos, las revisiones positivas influirán directamente en las decisiones de compra tomadas por los viajeros a diario.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la investigación, se utilizaron métodos cualitativos y cuantitativos, se realizó una revisión de carácter bibliográfico e investigativo por medio de la utilización de herramientas como fuentes bibliográficas, la observación y análisis de indicadores. Para el procesamiento de la información se utilizó la aplicación de Excel.

En principio se hizo una exploración del tema abordado con un relevamiento de la mesografía especializada, que permitió determinar los beneficios de las páginas web, se procedió a identificar el aporte que proporcionan estas herramientas en los establecimientos hoteleros de la zona norte de Manabí.

Se tomó una muestra de 12 establecimientos de los hoteles de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, localizados al norte de la provincia de Manabí. Estas ciudades, debido a su importancia patrimonial y cultural, fruto de las civilizaciones que han dejado huella a lo largo de los siglos, se ha convertido en una de los destinos geográficos más importantes en lo que a patrimonio cultural se refiere, recibiendo al año un gran número de turistas. De cada cantón se seleccionó 3 establecimientos con presencia activa en Internet. (*Tabla 1*).

Tabla 1. Hoteles seleccionados - página web.

CANTÓN	HOTEL	SITIO WEB
Sucre	Hotel La Piedra	https://www.hotellapiedra.com.ec
	Casa Ceibo Boutique Hotel & SPA	http://www.casaceibo.com/
	Hotel Buenavista Place	http://www.hotelbuenavistaplace.com/
San Vicente	Hotel Bambú	http://www.hotelbambuecuador.com/canoa.php
	Hostería Canoa	https://hosteriacanoa.com
	Hotel Canoa's Wonderland	http://www.hotelcanoaswonderland.com.ec
Jama	Hotel Punta Blanca	http://www.hotelpuntablanca.com
	Hotel Punta Prieta	https://www.puntaprieta.com
	Hostería Cavallo de Mar	www.cavalodemar.com
Pedernales	Hotel Punta Azul	http://www.hotelpuntaazul.ec
	Royal Hotel	www.royal-hotel.com.ec
	La Perla Suiza Swiss Resort	http://www.laperlasuiza.com/nuevo2/

Fuente: Elaboración propia a partir de la selección de la muestra.

Se analizó en cada uno de los sitios web de los hoteles 23 criterios diferentes, que permiten conocer la infraestructura y aprovechamiento de estas herramientas en el sector hotelero. Donde se identificó si las funcionalidades estaban integradas o no en los sitios web. Los datos se obtuvieron en el mes de Junio del 2019.

Tabla 2. Criterios analizados

VARIABLE	CRITERIOS
Infraestructura / Información	1.1 Adaptabilidad 1.2 Información actualizada. 1.3 Políticas del establecimiento 1.4 Calidad multimedia
Interacción en la Web con clientes	2.1 Correo electrónico y teléfono del establecimiento. 2.2 Posibilidad de recoger comentarios en línea de los clientes. 2.3 Sistema de Reservas Online 2.4 Mensajería instantánea (Skype, Talk, etc.). 2.5 Encuestas en línea. 2.6 Dispone de área de preguntas frecuentes. 2.7 Pueden optar por recibir Newsletter. 2.8 Área acceso restringido para clientes. 2.9 Posibilidad a los clientes de votar sobre la calidad /satisfacción con servicios prestados. 2.10 Página web disponible en más de un idioma.

Adopción de la Web 2.0	<p>Tecnologías de la Web 2.0.</p> <p>3.1 Sindicación de contenidos (RSS o ATOM).</p> <p>3.2 Aplicaciones que permitan la publicación de contenidos por parte del usuario.</p> <p>3.3 Posibilidad a los clientes de compartir contenido con sus amigos (retwittear, compartir, etc.).</p> <p>3.4 Informar de la localización del establecimiento - planos, geolocalización (mashups).</p> <p>Presencia en los medios sociales.</p> <p>3.5 Enlace a Twitter (microbloging).</p> <p>3.6 Enlace a blog de la empresa</p> <p>3.7 Enlaces a plataformas de imágenes y videos en servicios de alojamiento externos (youtube, Flickr).</p> <p>3.8 Enlaces a redes sociales de la empresa: Facebook, LinkedIn.</p>
------------------------	---

Fuente: Elaboración propia a partir de Xiang y Gretzel [18].

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Mediante la investigación realizada, se evaluó los sitios web de los establecimientos hoteleros identificando que el 75,00 % de los establecimientos cuentan con sitios web adaptables a los dispositivos tales como tablets, celulares, entre otros. Sin embargo algunos presentan inconvenientes en cuanto a su interfaz. Como se puede apreciar en la Tabla 3 que no todos los hoteles actualizan constantemente la información en sus sitios web, además que no proporcionan información sobre condiciones de contratación y políticas del establecimiento.

Tabla 3. Evaluación de los Sitios Web

Infraestructura / Información	SI	NO
Adaptabilidad	75,00 %	25,00
Información actualizada.	83,33 %	16,67 %
Políticas del establecimiento	16,67 %	83,33 %
Calidad multimedia	100,00 %	0.00 %

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de las webs de los hoteles.

Los hoteles por medio de sus sitios presentan la empresa y sus principales productos y servicios ofertados. Información de los precios de sus servicios.

Respecto a los mecanismos para interactuar con sus clientes se evidencia que todos los establecimientos (100,00 %) proporcionan su correo electrónico y teléfono, tal como se muestra en la tabla 4. A diferencia de otras herramientas como mensajería instantánea o apartado de preguntas, donde ningún establecimiento ha incorporado dentro de sus sitios web. En cuanto a la utilización de un sistema de reservas online apenas el 33,33% de los

establecimientos han optado por ubicar este tipo de herramientas dentro de su sitio web para facilitar el proceso a los clientes, de la muestra el 25% de los hoteles utilizan plataformas como tripadvisor o booking para gestionar las reservas online. El 16,67% proporciona al cliente la posibilidad de calificar los servicios prestados por el establecimiento.

Tabla 4. Servicios para interactuar con el cliente

Interacción en la Web con clientes	SI	NO
Correo electrónico y teléfono del establecimiento.	100,00 %	0,00 %
Posibilidad de recoger comentarios en línea de los clientes.	83,33 %	16,67 %
Sistema de Reservas Online	33,33 %	41,67 %
Mensajería instantánea (Skype, Talk, etc.).	0,00 %	100,00 %
Encuestas en línea.	0,00 %	100,00 %
Dispone de área de preguntas frecuentes.	0,00 %	100,00 %
Pueden optar por recibir Newsletter.	0,00 %	100,00 %
Área acceso restringido para clientes.	0,00 %	100,00 %
Posibilidad a los clientes de votar sobre la calidad /satisfacción con servicios prestados.	16,67 %	83,33 %
Página web disponible en más de un idioma.	16,67 %	83,33 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de las webs de los hoteles.

Con respecto a la adopción de las herramientas de la web 2.0, a pesar de los numerosos estudios que garantizan su importancia e impacto en las empresas turísticas y hoteleras; el nivel de adopción de estas herramientas en el sector hotelero de la zona norte de Manabí es escaso como se puede observar en la Tabla 5.

En sentido general, la mayor parte de los hoteles informan sobre su localización a través de Google Maps. Con respecto a las redes sociales la más relevante es Facebook (concretamente el 16,67 % de la muestra). Resulta interesante destacar que de los sitios webs analizados en ninguno de los casos se utiliza o redirecciona a wikis, no poseen un blog. Un comportamiento similar ocurre con el uso prácticamente nulo de podcasting/vodcasting en las webs hoteleras.

Cabe señalar que en la actualidad los consumidores están cada vez más dispuestos a compartir con otras personas acerca de sus experiencias diarias; por ello los establecimientos deben proporcionar las herramientas adecuadas en la cual el turista tenga un papel más activo. El nivel de implementación de las tecnologías 2.0 en el sector hotelero actualmente es bajo. Por lo que en sentido general se puede afirmar que la mayor parte de los establecimientos se encuentran aún en la web 1.0, ya que en la mayor parte de los casos analizados la información ofrecida a través de los sitios web es estática, unidireccional y estandarizada.

Tabla 5. Adopción de la web 2.0

Adopción de la Web 2.0	SI	NO
-------------------------------	-----------	-----------

Sindicación de contenidos (RSS o ATOM).	16,67 %	83,33 %
Aplicaciones que permitan la publicación de contenidos por parte del usuario.	0,00 %	100,00 %
Posibilidad a los clientes de compartir contenido con sus amigos (retwittear, compartir, etc.).	0,00 %	100,00 %
Informar de la localización del establecimiento - planos, geolocalización (mashups).	16,67 %	83,33 %
Enlace a Twitter (microbloging).	66,67 %	33,33 %
Enlace a blog de la empresa	25,00 %	75,00 %
Enlaces a plataformas de imágenes y videos en servicios de alojamiento externos (youtube, Flickr).	0,00 %	100,00 %
Enlaces a redes sociales de la empresa: Facebook, LinkedIn.	16,67 %	83,33 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de las webs de los hoteles.

DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que la integración de tecnologías web 2.0 dentro del sector hotelero de la zona norte de Manabí, específicamente Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales todavía presenta barreras, las mismas que pueden estar vinculadas a la limitación de recursos, falta de conocimientos técnicos y de formación o el desconocimiento de los beneficios que proporcionan las mismas.

En base al análisis de los indicadores se determina que los sitios web de los establecimientos hoteleros proporcionan información de los hoteles, sin embargo la mayoría no han incorporado tecnologías web 2.0, dentro de sus sitios web, desaprovechando aplicaciones como mensajería instantánea, encuestas en línea o valoración, sindicación de contenidos, enlace a redes sociales, entre otros; que permiten no solo verificar la calidad de servicio percibido; si no también, mantener una comunicación interactiva y efectiva, mejorar la imagen y posicionamiento online del establecimiento y la fidelización del cliente.

CONCLUSIONES.

Se puede evidenciar que a pesar de conocer las ventajas de estar presente activamente en la web. Además de que todos los establecimientos analizados cuentan con conexión a internet. Sin embargo, la presencia en Internet no es suficiente. Por lo cual es necesario que los establecimientos se incorporen a la utilización de las herramientas que proporciona la web 2.0 para facilitar la interacción, colaboración y la posibilidad de generar y compartir contenidos por parte de los clientes.

En cuanto al uso de los medios sociales, los resultados indican que Facebook es una de las redes sociales más utilizadas, seguido de Twitter, y los menos utilizados las wikis y blogs.

Se puede afirmar que los estudios en esta investigación indican que los niveles de uso de la tecnología web 2.0 en los establecimientos hoteleros se encuentran en etapa inicial, debido que la comunicación entre el establecimiento-cliente actualmente es unidireccional. Los contenidos proporcionados en los sitios web son estáticos, los cuales no permiten una interacción activa que permita al cliente realizar una reserva en tiempo real, participación e intercambio de sus experiencias y conocimientos.

Por tanto, aún queda mucho trabajo por hacer en la integración de las aplicaciones 2.0 en el sitio web de las empresas hoteleras de los hoteles de la zona Norte de Manabí, lo que sin duda cuando se logre se mejorará la competitividad, el conocimiento, la capacidad y por ende la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Se propone ampliar la muestra a la totalidad de los establecimientos de la región. Lo cual permitirá identificar las funcionalidades de los sitios web y el nivel de uso de las herramientas de la web 2.0. Además, se podría realizar entrevistas personales a los directivos de los hoteles, para identificar los principales riesgos y las barreras que los mismos atribuyen a Web 2.0 lo cual puede estar condicionando los bajos niveles de soluciones 2.0 en las webs.

BIBLIOGRAFÍA

Aaker, D., & Joachimsthaler, E. (2017). *Liderazgo de marca*. Buenos Aires: Editorial Deusto.

Alencar de Farias, S., Cruz Aguiar, E., Kovacs, M. H., & Gondim Andrade, F. (2011). Imagen de los destinos Turísticos en los Portales Gubernamentales. Análisis de tres localidades brasileñas. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 20(6), 1295-1306. Recuperado el Junio de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5294947>

Álvarez Díaz, Y., Pérez González, D., & Solana González, P. (2013). Contribución de la web 2.0 al desempeño Organizacional en las empresas del sector Turismo. *Puente. Revista Científica*, 7(2), 7-13. Recuperado el Junio de 2019, de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/puente/article/view/7198>

Díaz Sánchez, E., Consuegra Navarro, D. M., & Agueda, E. T. (2008). Evaluación de la eficacia de las páginas web. Un análisis de contenido de las principales compañías aéreas. (A. E. (AEDEM), Ed.) *Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa. International Conference*, 279-293. Recuperado el Junio de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2751745>

Domínguez Fernández, G., & Llorente Cejudo, M. D. (2009). La educación social y la web 2.0: nuevos espacios de innovación e interacción social en el espacio europeo de educación superior. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*(35), 105-114. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/368/36812381009.pdf>

Domínguez Vila, T., & Araújo Vila, N. (2014). Gestión de las Redes Sociales Turísticas en la Web 2.0. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 57-78. Recuperado el Junio de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4898955>

ALOJAMIENTO TURÍSTICO ELEMENTO CLAVE EN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES. CASO BAHÍA DE CARÁQUEZ.

AUTORES

Angélica Paola Centeno Morales

e3114493386@live.uleam.edu.ec
 Josselyn Daniela Delgado Alvia
 e1314198423@live.uleam.edu.ec

TUTORA

Lcda. Estrella Gloria Ferrin Delgado
 estrella.ferrin@uleam.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar qué servicios ofrece el alojamiento turístico en la ciudad de Bahía de Caráquez para atraer al público y mantener el desarrollo de la zona como un destino turístico sostenible. Se busca que el sector hotelero brinde un servicio de alojamiento de calidad, innovador y en vías de crecimiento. Con la investigación se conoce que el sector hotelero se ha visto afectado por las diferentes formas de alojamiento turístico, la falta de innovación digital y la desmotivación de los empresarios hoteleros a reactivar sus servicios de alojamiento, por lo que se determina que el presente proyecto es factible ya que aportará con datos e información relevante para mejorar el servicio de hospedaje y contribuya al desarrollo turístico sostenible de la zona. Es una investigación de tipo cualitativa donde los datos que se toman son de fuentes primarias así como de fuentes secundarias. La mayoría de los datos fueron obtenidos a través de técnicas de recolección de datos aplicados en los mismos establecimientos de alojamiento hotelero.

PALABRAS CLAVES:

Alojamiento turísticos – Servicios hoteleros – destinos turísticos - sostenibilidad

INTRODUCCIÓN

El alojamiento turístico reviste de una importancia considerable dentro de los servicios, y más en nuestro país Ecuador considerado uno de los mejores destinos turísticos de América del sur. En los actuales momentos el turismo forma parte de la Actividad de servicios, en especial el turismo de negocios, reuniones, eventos que han marcado significativos índices de crecimiento. Nuestra provincia Manabí, ubicada estratégicamente en la costa ecuatoriana no se ha quedado atrás a pesar de las adversidades y fenómenos naturales que de alguna manera afectan el desarrollo turístico sostenible de la zona,

La ciudad de Bahía de Caráquez considerada hace varios años atrás, la ciudad Señora, la ciudad sin Copia y Cuna de la Nacionalidad ecuatoriana se constituía como uno de los destinos turísticos de la costa Manabita, un lugar privilegiados por los turistas nacionales y extranjeros. Se conoce a través de la historia que la ciudad está ubicada en una zona donde pueden ocurrir fenómenos naturales que de alguna manera afectan el normal desarrollo de la ciudad.

Con la finalidad de actuar de manera resiliente ante esta serie de fenómenos y que la industria turística especialmente el sector hotelero, se motive y sobreponga ante el terremoto sucedido el 16 de abril del 2016, la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí a través de su proyecto Contribución al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico Sucre-San Vicente- Jama- Pedernales a partir de la mejora de la calidad de su gestión para facilitar el incremento de: la eficacia, la eficiencia y la efectividad de dicho destino, promueve estos proyectos para fomentar en la zona aspectos positivos del turismo sostenible como el crecimiento empresarial, económico y social , incrementando la oferta laboral y mejorando la calidad de vida de los ciudadanos de la zona.

Todos estos antecedentes de alguna manera han evidenciado la fragilidad del sector Hotelero considerado uno de los elementos claves para potenciar el desarrollo del turismo sostenible de la zona. Los empresarios hoteleros no deben olvidar que sus empresas

turísticas de alojamiento son el elemento indispensable de la cadena de valor de la actividad turística, pues ellos con su infraestructura, capacidad y servicio traen consigo el posicionamiento de la zona como destino turístico sostenible.

La presente investigación forma parte del proyecto Macro Contribución al desarrollo del Turismo Sostenible en el destino turístico Sucre-San Vicente- Jama-Pedernales, tiene la finalidad de desarrollar conocimientos e innovación Tecnológica a través de investigaciones participativas y formativas , aportando solución de problemas locales, regionales, por lo tanto se proyecta que esta investigación sirva de utilidad y referencia para aquellos establecimientos de hospedaje de la ciudad de bahía de Caráquez, interesados en implementar o mejorar sus estrategias de servicios u otros factores con el fin de aportar de manera positiva a la industria hotelera, y mejorar su imagen empresarial y la competitividad permitiéndole mantenerse en el desarrollo turístico sostenible.

El alojamiento Turístico es un tema complejo que requiere compromiso y esfuerzo de parte de los empresarios para realizarlo de manera adecuada, deben ver su entorno con mucho cuidado y romper los paradigmas que los mantiene atado al tradicionalismo. Por ello cobra especial importancia que los dueños de hoteles comprendan las preferencias de sus clientes de manera ágil y puedan identificar los servicios de alojamientos que hace que sus clientes prefieran sus hoteles, por consiguiente se considera la siguiente pregunta como punto clave de esta investigación, Cómo inciden los servicios que presta un alojamiento turístico en la ciudad de bahía en el desarrollo del destino turístico sostenible en la zona

En los actuales momentos existen muchas plataformas web que recogen, filtran y analizan la opiniones vertidas por los clientes, donde los datos arrojados permiten observar que existen diferencias representativas, donde la satisfacción para unos clientes es el aspecto de la habitación, la comida, los eventos que organiza el hotel, las distracciones que se ofertan, la limpieza, la localización del hotel y el positivismo del personal.

Con la investigación se conoce que el sector hotelero se ha visto afectado por las diferentes formas de alojamiento turístico, la falta de innovación digital y la desmotivación de los empresarios hoteleros a reactivar sus servicios de alojamiento, por lo que se determina que el presente proyecto es factible ya que aportará con datos e información relevante para mejorar el servicio de hospedaje y contribuya al desarrollo turístico sostenible de la zona.

Eva Sánchez en su artículo ¿Ha evolucionado la industria turística y Hotelera en el Ecuador?, menciona que la mayoría de los hoteles no han podido tener un desarrollo importante y difícilmente han obtenido un mejoramiento tecnológico y menos que se adapten a los requerimientos de hoteles mundiales. Ella considera que una de las razones es la tarifa y la dificultad de invertir en cambios significativos de sus alojamientos turísticos.

La presente investigación tiene como objetivo determinar qué servicios ofrece el alojamiento turístico en la ciudad de Bahía de Caráquez para atraer al público y mantener el desarrollo de la zona como un destino turístico sostenible. Se busca que el sector hotelero brinde un servicio de alojamiento de calidad, innovador y en vías de crecimiento

Es una investigación de tipo cualitativa donde los datos que se toman son de fuentes primarias así como de fuentes secundarias. La mayoría de los datos fueron obtenidos a través de técnicas de recolección de datos aplicados en los mismos establecimientos de alojamiento hotelero, a los empresarios y expertos en el tema de turismo de la ciudad. Además se obtuvieron datos secundarios de artículos publicados de diferentes autores, y revistas de turismos

El Reglamento de Alojamiento Turístico del Ministerio de Turismo de Ecuador en su artículo 43 menciona que se denomina Alojamiento turístico, “al conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje”. Es decir que el alojamiento constituye un factor determinante en la experiencia de viaje, medición de la satisfacción de los turistas y posicionamiento de los diferentes destinos turísticos del país.

La Hotelería es una de las actividades principales en el desarrollo del turismo sostenible de un destino constituyéndose un propósito de las regiones que figuran como destino turístico para los viajeros asumiendo con responsabilidad satisfacer las necesidades de los visitantes, correspondiendo a todas las entidades gubernamentales, organismo privado y comunidad en general que se integren para lograr el sostenimiento del destino turístico. Carolina Monsalve y Hernández Rueda toman de Pulido & López (2013) que la sostenibilidad y el turismo están vinculados dada la participación de esta actividad en las dimensiones básicas del desarrollo sostenible.

Anderson (2004) menciona que la calidad en el servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados para lograr la satisfacción al cliente y que ha sido diseñada para hacer más efectivo el papel del entrenador y para facilitar el aprendizaje del empleado, siendo una herramienta valiosa en las relaciones con el cliente.

Los destinos turísticos son zonas geográficas con una oferta y demanda que tiene como resultado un flujo turístico migratorio el cual se mantiene constante durante un tiempo determinado y que se caracteriza por mostrar fluctuaciones de visitas. además de generar múltiples productos turísticos

Estrada (2014) menciona que el servicio hotelero es el conjunto de calidad y beneficio condicionado que ofrecen los hoteles a los huéspedes que cumplan con las necesidades y expectativas del cliente. En cambio Redbull (2012) indica que son empresas dedicadas de manera profesional o habitual al alojamiento de personas con o sin otro servicio complementario. Sin embargo Rizo (2009) explica que quien sostiene un negocio que pretende triunfar, atrapar clientes y hacer que ellos vuelvan otra vez se debe prestar atención a sus necesidades, quejas y gusto.

Es importante mencionar que para prestar un buen servicio de alojamiento estos deben estar preparados a los retos, a las condiciones que se presente al equipamiento y tecnología, a las tendencias actuales ya que tendrán que amoldarse inevitablemente a las condiciones que exige un cliente del siglo XXI. En el mundo del alojamiento turístico se debe cumplir con los gustos, preferencias y necesidades de cada uno de los clientes, actualmente existen distintos tipos de hoteles que ofertan una gama de servicio como los que a continuación mencionaremos como: Hotel avión, Hotel Boutique, Hotel crucero, hotel tren, hotel de aeropuertos, hotel de naturaleza, Aparta hoteles, Albergues turísticos, hoteles familiares, hotel posada, Moteles, hotel casinos, hotel de montaña entre otros.

Clasificación de los tipos de servicios

- Servicio de hospedaje
- Servicio de Manejo de grupos
- Servicios especiales
- Servicio para eventos
- Tecnología

Materiales y Métodos

Es una investigación de tipo cualitativa y para llevarla a cabo y cumplir con el objetivo se toman datos de fuentes primarias como así también de fuentes secundarias. Parte de

los datos primarios son obtenidos a través de técnicas de recolección aplicadas en los diferentes establecimientos pertenecientes a la industria correspondiente a la temática Seleccionada. Y los datos secundarios se obtienen de investigaciones, monografías o Artículos publicados por diferentes autores.

Para el manejo de la información se hizo uso de la técnica de encuesta a los administradores de los hoteles que están ubicados en la ciudad de Bahía de Caráquez, también se aplicó una entrevista a expertos en el tema turísticos de la zona

La población tomada en cuenta son los diez hoteles registrados en el Proyecto de Contribución al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico Sucre-San Vicente- Jama- Pedernales a partir de la mejora de la calidad de su gestión para facilitar el incremento de: la eficacia, la eficiencia y la efectividad, se tomó en cuenta el criterio de 4 expertos en temas de servicios turísticos de la ciudad

Se aplicó una entrevista a las autoridades involucradas al sector turístico de la zona y a tres expertos en la rama del servicio y alojamiento turístico con la finalidad de recolectar información importante como el Presidente de la Cámara de Turismo del Cantón Sucre, Empresarios Hoteleros y expertos en el tema turístico. Se aplicó una encuesta a los administradores de los diez hoteles que prestan servicio de alojamiento en la ciudad. La encuesta fue estructurada de tal manera que permitió determinar qué servicios prestan los alojamientos turísticos de la ciudad

RESULTADOS

Se procederá a analizar e interpretar los resultados con el fin de cumplir con los objetivos planteados en la investigación. Se eligió un grupo de preguntas con la finalidad de evidenciar cuales son los servicios que ofrecen alojamiento turístico que puedan ayudar a mantener la zona de Bahía de Caráquez en el desarrollo del turismo sostenible

Se espera obtener la información que permita luego elaborar las conclusiones y respectivas recomendaciones.

Se realizó la investigación de campo en 7 Hoteles y 3 Hostales, 4 expertos en turismo y el análisis de la actividad de campo de los estudiantes de la carrera de Hospitalidad primer Semestre.

¿Tienen servicio de recepción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

Se evidencia en un 100% que todos los servicios de alojamiento tienen un espacio de recepción y atención al cliente. Lo que se evidencia que existe una persona que recibe y atiende a los clientes, suple sus necesidades de hospedajes y los guía en su estancia.

¿Habitaciones cómodas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

De los 10 servicios de alojamientos encuestados en un 100% se evidencia que tienen habitaciones cómodas. Considerando que este servicio es requisito indispensable para el hospedaje.

¿Restaurant?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	4	40,0	40,0	40,0
No	6	60,0	60,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

De los 10 servicios de alojamientos encuestados solo el 40% menciona que brindan servicio de restaurant y en un 60 % no prestan este servicio. Se considera de vital importancia que los huéspedes tengan en el hotel que se hospedan todos los servicios necesarios especialmente el de la gastronomía, ya que de alguna manera influye en la permanencia del cliente en el alojamiento.

¿Tienen Servicio de Gimnasio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

De los 10 servicios de alojamiento encuestado el 100% menciona que no brindan este servicio. Se evidencia que en los momentos actuales la gran mayoría de los clientes están cuidando de su cuerpo, por lo que se hace indispensable tener en los servicios de alojamientos este tipo de recursos que de alguna manera va a permitir que el cliente pernote mas en nuestro alojamiento.

¿Tienen un Plan de Riesgo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	3	30,0	30,0	30,0
No	7	70,0	70,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

De los 10 servicios de alojamiento investigado solo el 30% menciona tener un Plan de Riesgo. Todos conocemos que nuestra Ciudad y la costa ecuatoriana esta ubicada en la zona del cinturón de fuego y que por lo tanto nos hace vulnerable ante cualquier fenómeno natural por lo que es necesario tener de manera urgente y prioritaria un Plan de seguridad que brinde confianza al turista que utiliza nuestros servicio.

¿Página web?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	8	80,0	80,0	80,0

No	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

Los hoteles encuestados al preguntársele sobre si manejaban una página web en un 60% mencionaron que tienen página web, considerada una herramienta fundamental en el ámbito turístico.

Recorridos virtuales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	60,0	60,0	60,0
Válidos No	4	40,0	40,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

De los 10 hoteles encuestados en un 60 % tiene recorridos virtuales. Evidenciando que a través de estos recorridos el cliente pueda visualizar el hotel y los servicios que brinda

¿Juegos para niños?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No	10	100,0	100,0	100,0

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

De los 10 hoteles encuestados en un 100% manifiestan no tener dentro de sus instalaciones algún tipo de juego para los niños hijos de huéspedes . Se evidencia una carencia de recursos que de alguna manera ayudará a mantener a los huéspedes dentro del servicio de alojamiento.

Entrevista de expertos

Entrevista	Respuesta
Cómo inciden los servicios que presta un alojamiento turístico en la ciudad de bahía en el desarrollo del destino turístico sostenible en la zona	Experto .- Han pasado 3 años del 16 ^a , y aun las personas se muestra apáticas y sin interés en mejorar sus servicios hoteleros, por lo que a pesar de insistir en la reactivación se rehúsan a dejarse ayudar. Se considera llevar a cabo planes de capacitación y apertura créditos en diferentes entidades bancarias.
Cree usted que en los actuales momentos los Hoteles de Bahía	No están equipados para suplir las necesidades de una gran cantidad de huéspedes , se rehúsan a invertir, tienen miedo a fracasar

están equipados para brindar un mejor servicio	No están interesados en invertir ya que piensan en la cantidad de clientes que tienen No hay espacios o lugares que te permita desarrollar una actividad importante como eventos sociales por lo que está limitado

Fuente: Expertos

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

Narrativas del estudiante del Primer Semestre de Hospitalidad

El Hotel Buenavista está en buenas condiciones, la persona que nos atiende nos recibe bien. El lugar es limpio y ordenado y se nota la ausencia de huéspedes y de personal de trabajo por la ausencia de huéspedes ya que estamos en temporada baja	El Hotel la piedra un lugar excelente acogedor, con una bonita infraestructura y un buen servicio de alojamiento. También se encontraba vacío por la temporada baja
El Hostal Coco Bongo nos recibieron amablemente con una buena infraestructura, llamativo y excelente lugar, tiene varios empleados en un clima acogedor	El Hotel La Herradura fuimos atendido muy amablemente aunque parte de su infraestructura está aún destruida por el terremoto
Hostal El Sol nos atendió el guardia fue muy atento, no tiene servicios básicos se destruyeron con el terremoto. Ellos consideran que este desastre no les ha permitido sobreponerse por lo tanto sus ingresos son muy bajos. Considerando que Bahía está destruida turísticamente.	Hotel Bahía un lugar no muy acogedor, donde la administración se mostró apatía igual que los demás totalmente vacío
Hostal Isabela- Lugar acogedor, al principio estuvimos con ellos, nos atendieron muy bien, y tiene los servicios	Xanandu es una construcción patrimonial muy bonita, por dentro muy acogedora, muy amable la persona que la atiende y no tenía huéspedes.

Fuente: Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Paola Centeno y Daniela Delgado

Discusión

En el presente estudio se puede demostrar la calidad de servicio de alojamiento que ofrecen los diferentes hoteles y servicios de la rama hotelera. Se demuestra la manera de como inciden los servicios que pueden ofertar los hoteles de la ciudad para desarrollar un verdadero destino turístico sostenible. Existe deficiencia y apatía en el campo del alojamiento turístico por la falta de incentivo y mejoramiento de la rama turística.

Se debe orientar y capacitar a los dueños de estos negocios e invitarlos a salir de letargo en el que se encuentran y se animen a solicitar créditos en las diferentes entidades financieras.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La industria del turismo avanza a ritmo acelerado para acoplarse a las necesidades de los clientes, en el Ecuador la empresa turística no toma aún conciencia de crecimiento acelerado del turismo, limitándose en sus exigencias y compromiso que exige financiar

un proyecto turístico, que no están dispuestos a desarrollar sin contar con los respectivos apoyos financieros y sus respectivas garantías.

Los empresarios tienen miedo de invertir por lo que el Ministerio del Turismo debe involucrarse activamente en cada aspecto de la industria turística.

Los hoteleros deben actualizar sus conocimientos en materia tecnológica para proyectar el servicio de alojamiento hacia el turismo nacional.

Los servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Bahía de Caráquez se interpreta que dichas prestaciones no satisfacen las expectativas y necesidades primordiales de atención, y seguridad del cliente.

El alojamiento turístico de la ciudad de Bahía debe innovar continuamente para cumplir con las expectativas y necesidades del cliente. Los hoteles deben brindar servicio de óptima calidad al huésped, cada empleado debe estar convencido de la importancia que tiene dentro de la empresa.

Bibliografía

Sánchez, (2015). Guía de transporte de turismo. Editor Transport.

<https://transport.ec/opinion-2/ha-evolucionado-la-industria-hoteleria-y-turistica-en-el-ecuador/>

Redbull, P. (2012). Sector Hotelero. Australia

Rizo, M. (2009) Diario del Viajero. <http://diariodelviajero.com/alojamiento/los-10-servicios-de-un-hotel-mas-valorados-por-los-clientes>.

Silva, V. (2017) Los servicios Hoteleros ofertados en el cantón Ambato. Proyecto de investigación. Universidad Técnica de Ambato.

Barahona, R. (2012). *La calidad del servicio y su incidencia en la demanda de clientes del hotel Ambato de la ciudad de Ambato*. Ambato.

Fernández, Emilia (2002). Cómo afrontar la mejora de la calidad en la educación superior. Revista

Gallego, J. F., & Melendo, R. (2014). *Diccionario de hostelería: hotelería y turismo, restaurante y gastronomía, cafetería y bar*. Thomson Paraninfo.

CAPÍTULO IV

EMPRENDIMIENTO

Emprendimiento en vinculación con la sociedad, titulación, prácticas de pasantías pre profesionales

"Un instrumento científico abre una ventana al conocimiento." ISAAC A SIMOV

ESTUDIO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN QUE FACILITE EL CONTROL DE GESTIÓN DEL DESTINO ZONA NORTE - MANABÍ

AUTORA:

Ariana Talía Andrade Brito
ari.andradeb@gmail.com

TUTOR:

Ing. Luis Daniel Zambrano Molina
luis.zambrano@ulean.edu.ec

RESUMEN

Siendo los sistemas de información una herramienta imprescindible en la actualidad para el control de gestión que facilita el manejo de información para la planeación y toma de decisiones, se planteó como objetivo general proponer un sistema de información que facilite el control de gestión del destino turístico Zona Norte de Manabí. La metodología que se empleó fue la revisión bibliográfica, la técnica de recolección de datos mediante la observación, el método de investigación hipotético – deductivo y comparativo. De acuerdo con lo observado se pudo identificar un deficiente manejo de información para el control de gestión del destino zona norte de Manabí y a su vez se pudo identificar las necesidades de la misma para con un sistema de información; se pudo realizar un análisis comparativo de los sistemas de información utilizados por OTs nacionales e internaciones con las necesidades del OT Uleam lo que permitió realizar la propuesta de un sistema de información de tipo Business Intelligence (BI) mediante la aplicación del software Tableau Online que permitirá conectar los datos de la nube y documentos Excel existentes para su análisis integral eficaces, seguros y flexibles.

Palabras clave: Sistemas de información, control de gestión, destinos, observatorios turísticos.

INTRODUCCIÓN

El avance tecnológico de las telecomunicaciones, el auge en el desarrollo de nuevos dispositivos de hardware y los sistemas de software orientados a la comunicación, han generado una profunda transformación en el campo de las Tecnologías de la Información. En el ámbito de ciudades y destinos inteligentes, surge la necesidad específica de medir y analizar el comportamiento real del consumo de la ciudad que realizan sus visitantes y turistas. El éxito de la gestión de un destino, depende cada vez más, de la gestión de la información, ya que la calidad del proceso de toma de decisiones se encuentra fuertemente condicionado por la calidad de la información del Sistema. Frecuentemente, no se toma una decisión adecuada por carecer de datos adecuados, o por la dificultad de analizarlos a tiempo.

El Secretario General de la Organización Mundial de Turismo, Taleb Rifai indica que "el desarrollo de un turismo sostenible requiere se hagan mediciones adecuadas y que las decisiones se tomen a partir de datos comprobados" (Gomez, 2016). Los observatorios turísticos permiten la medición continua y precisa de la actividad turística y de sus efectos, de ahí la constitución en 2004 de la Red Internacional de Observatorios Turísticos Sostenibles de la OMT que incluye: ocho en China, uno en Grecia, uno en México, uno en Brasil, tres en Indonesia, uno en Croacia, dos en Estados Unidos y uno en Nueva Zelanda totalizan 18, estos se distinguen porque armonizan información ambiental, social y económica vinculada al turismo y de sus efectos (ULEAM, 2017).

El sistema de Estadísticas Locales de Turismo Sostenible en Ecuador registra los observatorios de turismo con presencia online en distintos sitios del Ecuador: Observatorio de Turismo de Galápagos y Observatorio Turístico Región Sur–UTPL (Ministerio de Turismo (MINTUR), 2017).

El OT (Observatorio Turístico) de Galápagos hace uso de instrumentos online para la alimentación y gestión de su información lo que permite que esté actualizado, esto puede visualizarse con facilidad desde su sitio web al igual que el OT (Observatorio Turístico) Región Sur – UTPL al que le falta información estructurada y sistematizada, se muestran

proyectos aislados de boletines a modo de investigaciones terminadas y de difícil visualización por el tamaño.

Existen otros observatorios turísticos en Ecuador como: de la Universidad Estatal Amazónica, de Guayaquil por la UESS, en la provincia de Santa Elena por la UPSE y OT de la Universidad Tecnológica Equinoccial – Pichincha. En todos los casos no se puede verificar la aplicación de métodos, técnicas e instrumentos para la recogida y procesamiento de la información que se visualiza como investigación terminada.

El Observatorio Turístico Uleam es un componente del proyecto institucional de la Extensión Bahía de Caráquez, creado con la finalidad de potencializar el destino turístico de la zona norte de Manabí que comprende los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, con el objetivo de generar información sobre indicadores relacionados con la productividad, competitividad y calidad de los servicios en los sectores turísticos y empresariales.

El Observatorio Turístico debe contar con un sistema de control de gestión de información que les permita el cumplimiento de sus objetivos de manera eficiente y eficaz. En este contexto, un sistema de información (SI) es capaz de cargar, procesar y analizar información que transforma en conocimiento de utilidad, relevante, sistematizado y ordenado, para ponerlo al servicio del gestor del destino y todos los actores del mismo. La puesta en marcha del SI facilita el acceso y la difusión del conocimiento, contribuyendo a mejorar los procesos de planificación estratégica de los destinos turísticos. El presente artículo se centra en el estudio de los sistemas de información utilizados en Observatorios Turísticos nacionales (Galápagos y Región Sur-UTPL) e internacionales (Estado de Guanajuato, Baja California y Euskadi). A partir de los antecedentes se presenta como objetivo general: Proponer un sistema de información que facilite el control de gestión del destino turístico Zona Norte de Manabí. Para esto se genera la siguiente hipótesis: ¿coincidirán los hallazgos y la propuesta de un sistema de información que facilite el control de gestión del destino zona norte de Manabí. Un sistema de información se define como el conjunto formal de procesos que, operando sobre una colección de datos estructurada de acuerdo a las necesidades de la empresa, recopila, elabora y distribuyen selectivamente la información necesaria para la operación de dicha empresa y para las actividades de dirección y control correspondientes, apoyando, al menos en parte, los procesos de toma de decisiones necesarios para desempeñar funciones de negocio de la empresa de acuerdo con su estrategia. (Andreu, Ricart, & Valor, 1991)

El sistema procesa los datos previamente ingresados, ya sea de forma manual por un digitador o automáticamente cuando la información proviene de otro sistema (a esto último se le denomina interfaces automáticas). Ese proceso permite la transformación de los datos en información con un valor agregado que puede ser utilizada para la toma de decisiones.

A demás de los datos, hay dos componentes básicos que integran un sistema de información: Usuarios (directores, empleados y en general cualquiera que utilice la información en su puesto de trabajo). Equipos (informáticos, software, hardware y tecnologías de almacenamiento de la información y de las telecomunicaciones). Las tres condiciones que determinan la necesidad de un sistema de información. Existen tres condiciones que define la necesidad de un sistema de información: tamaño, tecnología e incertidumbre.

Dimensión de la empresa o departamento.

“Si el tamaño de la empresa es «la empresa soy yo», no se justifica ningún sistema; tampoco si la empresa es lo suficientemente chica como «para verla todo, todos los días»” (Aguilera, 2007). Tecnología.

“Sí no hay tecnología o su grado es mínimo tampoco se justifica un sistema de información” (Aguilera, 2007).

Incertidumbre. “Calificamos así al hecho de que la probabilidad de que ocurra un acontecimiento sólo puede determinarse apriorísticamente con márgenes variables de error” (Aguilera, 2007). Para poder minimizar el margen de error se requiere obtener información rápida de lo que va aconteciendo diariamente, con el objetivo de convertir a la «incertidumbre» en una «incertidumbre controlada». “Llamamos «control» a un sistema de información que permite tomar decisiones, por lo tanto, cuanto más información se pueda obtener sobre algo que es incierto, mejores serán las decisiones, pudiendo así disminuir el grado de incertidumbre (Aguilera, 2007).

Control de gestión

Control de Gestión, es el uso eficiente de los recursos disponibles para la consecución de los objetivos (Díaz, 1993). Está enfocado al uso adecuado y óptimo de la información para la toma de decisiones. Los clásicos de la gestión: Kaplan y Norton (2000) consideran que:

Es un método de obtención y clasificación de información que generan los sistemas de control de gestión. Se desarrolla desde la base hasta los niveles más altos de dirección. Todos los departamentos tributan el comportamiento de sus indicadores en tableros de mando particulares, estos recorren y se adaptan a la necesidad de información de los distintos niveles superiores hasta llegar a un punto (persona) encargado de clasificar toda la información en dependencia de las necesidades de información de la alta dirección para la toma de decisiones. Todo el proceso se desarrolla mediante sistemas automatizados que permiten a la información recorrer todos los puntos donde se necesite utilizarla o enriquecerla.

La gestión de las empresas necesita un sistema de indicadores que ayude a la toma de decisiones y el control. Por tanto, las características esenciales, para el sistema de indicadores, son las propiedades emergentes de la integración, su composición, es decir, el conjunto de partes y elementos que lo integran, su organización interna, o sea, las relaciones que se establezcan para el adecuado funcionamiento del mismo, y los vínculos que se establecen entre el sistema y el entorno externo que propician su funcionamiento y desarrollo. (Díaz Crespo & Guerrero Ramos, 2013)

Gestión de destinos.

De acuerdo con Sautter y Leisen (como se citó en Menoya, 2014) “Los destinos son algunas de las entidades más difíciles de administrar y comercializar, debido a la complejidad de las relaciones de los actores locales”. En el referido Consenso de St. Gallen se establece que la gestión de destinos turísticos comprende las siguientes esferas de actividad: planeación (dentro de las esferas relativas al turismo), negociación (a nombre de todos los operadores turísticos), marketing (en un modo comprensible – esto es, producto, precio, al menos alguna extensión en cuanto a promoción y distribución), y coordinación de servicios (orientada a crear una experiencia de consumo homogénea). (Menoya, 2014)

Observatorio Turístico Uleam

El Observatorio de Turismo es un componente del proyecto institucional de la Extensión Bahía de Caráquez, creado con la finalidad de potencializar el destino turístico de la zona norte de Manabí, con el objetivo de proporcionar indicadores de gestión, técnicas, métodos y herramientas metodológicas para posicionar a las empresas hoteleras y

comerciales en un mercado regional, nacional e internacional, basándose en el monitoreo, seguimiento y evaluación de indicadores de calidad proporcionados por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES). Con el objetivo de vincularse con la colectividad, con el sector público y privado del turismo ecuatoriano, se generara información sobre indicadores relacionados con la productividad y competitividad y calidad de los servicios en los sectores turísticos y empresariales.

Indicadores – Sistema de indicadores.

“Se define indicador como un valor numérico utilizado para medir algo difícil de cuantificar” (Bazurto & Valls, 2016). Previamente Bazurto y Valss (2014) en su estudio “Sistema de indicadores para gestionar el destino turístico del Cantón Sucre Ecuador” definieron el sistema de indicadores que debe gestionar el destino Sucre y son los que serán utilizados para determinar el sistema de información más idóneo para el control de gestión del destino Zona Norte de Manabí. Como resultado se seleccionaron 16 indicadores que partieron de una lista inicial de 53 indicadores aplicando el Método Delphi, para ello se utilizó 24 expertos con la experiencia en gestión turística.

#	INDICADORES	CCR. COEFICIENTE DE CONCORDANCIA DE RESULTADOS.
1	Número de turistas totales : nacionales e internacionales	1
2	Estancia media por turista	0,96
3	Porcentaje de ocupación en el período	0,92
4	Satisfacción de cliente externo	0,88
5	Satisfacción de cliente Interno	1
6	Imagen	0,96
7	Posicionamiento competitivo nacional	0,92
8	Calidad de las playas	0,88
9	Porcentaje de cliente que retornan	1
10	Nivel de satisfacción de los residentes con la actividad turística	0,96
11	% de trabajadores con la calificación requerida.	0,92
12	Calidad de la hostelería.	0,88
13	Calidad de la restauración.	1
14	Calidad de las actividades recreativas	0,96
15	Comportamiento del delito en el destino.	0,92
16	Percepción de la relación calidad-precio	0,88

Fuente: Obtenido de (Bazurto & Valls, 2016)

Sistemas de control de gestión

“Es el conjunto de acciones, funciones, medios y responsables que garanticen, mediante su interacción, conocer la situación de los aspectos o funciones de la organización en un momento determinado y tomar decisiones para reaccionar ante ellas” (Alvear, 2005, p. 6).

Según la función empresarial que realizan, podemos identificar los siguientes tipos de sistemas de información:

- Los Sistemas de Información para la Gestión (SIG), o Management Information Systems (MIS)
- Sistemas Soporte a la Decisión (SSD), o Decisión Support Systems (DSS)
- Sistemas de Información para Ejecutivos (SIE), o Executive Information Systems (EIS).
- Sistema de procesamiento de transacciones.
- Sistemas de control de procesos.
- Sistemas de colaboración empresarial.

La integración entre los diferentes subsistemas de información se puede hacer usando tecnología propia de conectividad o abaratar costes usando la tecnología de Internet. Las intranets y las extranets son herramientas que permiten a las empresas mejorar la integración y facilitar el flujo de información tanto en su interior, como con los clientes y los proveedores.

Otros sistemas de información son:

Sistemas para la planificación de recursos empresariales (ERP)

Combinan en una única base de datos central, la información de los procesos clave del negocio, como ventas y marketing, manufactura y producción, finanzas y contabilidad y de recursos humanos. Al compartir la información, antes fragmentada, se posibilita el trabajo conjunto, acelerando la comunicación de la información en toda la empresa y facilitando la coordinación de sus operaciones cotidianas. Los ERP, además, aportan información muy valiosa para la toma de decisiones a nivel de administración (Aguayo, 2015).

Sistemas de administración de las relaciones con el cliente (CRM).

“Los sistemas CRM están orientados a conseguir la coordinación de todos los procesos de negocios que están relacionados con los clientes en distintas áreas como ventas y marketing y servicio al cliente” (Aguayo, 2015). Esta información sirve para identificar y conservar a los clientes más rentables, proporcionar mejores servicios a los clientes existentes y atraer a nuevos clientes incrementando así las ventas.

Sistemas de administración del conocimiento (KMS).

Estos sistemas están destinados a gestionar la experiencia y el conocimiento empresarial, para mejorar los procesos de negocio y servir de apoyo en la toma de decisiones en la administración de la empresa. Integran fuentes externas a la organización y aplican técnicas inteligentes para el tratamiento de grandes volúmenes de datos agregados y el reconocimiento de patrones y relaciones en los mismos (Aguayo, 2015).

Sistemas de Inteligencia de Negocios o de Business Intelligence (BI).

Se denomina Business Intelligence “Conjunto de estrategias, técnicas y herramientas enfocadas a la administración y creación de conocimiento mediante el análisis de datos existentes en una organización o empresa” (Cano, 2007)

Los sistemas combinan información de diversas fuentes, incluidas algunas externas a la propia empresa, para generar conocimiento útil para su utilización en la toma de decisiones. Es decir, serían sistemas de apoyo a la toma de decisiones (DSS y/o ESS),

pero también de gestión del conocimiento (KMS). El conocimiento se suele mostrar en forma de cuadros de mando y control dinámico de indicadores, que ofrecen una perspectiva visual de los datos (Aguayo, 2015).

Sistemas de Información Geográfica (SIG).

Se usan para integrar, almacenar, editar, analizar, compartir y desplegar información georreferenciada, es decir, en la que se incluye la ubicación espacial de los recursos como un elemento de información más. Son muy importantes en áreas clave de la gestión de destinos: planificación, marketing, análisis territorial, etc. Podrían catalogarse como un tipo especial de sistema de apoyo a la toma de decisiones (Aguayo, 2015).

Sistemas de Reservas.

Constituyen un tipo especializado de sistema de ventas en las que estas se centran en la comercialización y prestación de servicios turísticos, especialmente aquellos relacionados con el transporte y el alojamiento de los viajeros, pero en el que también tienen cabida otros como la venta de entradas a museos y monumentos, la contratación de actividades guiadas, la restauración, etc. (Aguayo, 2015).

METODOLOGÍA

El procedimiento para proponer el sistema de información que facilite el control de gestión del destino zona norte de Manabí se realizó partiendo de la revisión bibliográfica que fundamentó teóricamente la investigación.

Las técnicas de recolección de datos fueron mediante la observación que “consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o conducta manifiesta” (Behar, 2008, pág. 68), lo cual nos permitió obtener datos característicos del control de gestión de la información del destino zona norte de Manabí; y la investigación bibliográfica la cual nos permitió analizar los sistemas de información utilizados por otros OT nacionales e internacionales.

Se utilizó el método de investigación hipotético - deductivo ya que “este método científico se suele utilizar para mejorar o precisar teorías previas en función de nuevos conocimientos, donde la complejidad del modelo no permite formulaciones lógicas” (Behar, 2008, pág. 39); y el método comparativo que “es un procedimiento sistemático de contrastación de uno o más fenómenos, a través del cual se buscan establecer similitudes y diferencias entre ellos” (Castillo, 2015).

La propuesta se realizó a partir de las necesidades identificadas del destino zona norte de Manabí y las similitudes con los sistemas de información utilizados por otros OT.

RESULTADOS

El objetivo general de la presente investigación plantea proponer un sistema de información que facilite el control de gestión del destino turístico Zona Norte de Manabí y como resultado se obtuvo que el sistema idóneo para dicha tarea es de tipo Business Intelligence (BI) mediante la aplicación del software Tableau.

En cuanto a los resultados que se obtuvieron se detallaran los componentes realizados:

El marco teórico se realizó partiendo de la definición de sistemas de información, lo cual nos permitió tener una idea clara de la temática, así mismo, se recabo información referente a los tipos de sistemas de información para el control de gestión con el motivo de conocer e identificar los tipos de sistemas que se ajusten a las necesidades del destino zona norte de Manabí.

Las observaciones realizadas como parte de la investigación determinaron que hay un deficiente manejo de la información para el control de gestión del destino zona norte de Manabí y sus indicadores lo cual se evidencia en la escasa disponibilidad de la misma tanto para las administraciones de los destinos que la componen como para el público en

general, esto dificulta la toma de decisiones y la eficiente planificación del desarrollo turístico.

De acuerdo a lo observado y con base a las necesidades de control de gestión se determinó que la plataforma que se requiere debe estar en línea con una arquitectura modular basada principalmente en 2 componentes:

- Sistema de Información Turística. Por medio de éste todos los actores del observatorio podrán registrar la información recabada en las encuestas de campo para que posteriormente el sistema genere los resultados propios del análisis estadístico de los indicadores definidos para cada estudio.
- Portal web del Observatorio Turístico. Este componente tiene la finalidad de publicar los resultados generados por los trabajos de campo, así como cualquier información que el comité del observatorio turístico considere pertinente para la publicación al público en general.

El OT Uleam cuenta actualmente con un portal web pero no con el sistema de información turística lo cual hace evidente la necesidad del mismo por lo que hay que establecer cuál es el más idóneo para el cumplimiento de sus objetivos. Se estudió y analizó los sistemas de información utilizados por OT nacionales e internacionales con presencia en la web y se identificaron las concordancias con las necesidades del OT Uleam. A continuación se detallan los resultados:

	Sistema de información	Análisis	Concordancia con las necesidades
OTs NACIONALES			
Galápagos	-Sistema Integrado de Indicadores de Galápagos (SIIG). -Plataforma Tableau de análisis integral de datos. www.observatorioga.lapagos.gob.ec	Análisis visuales para identificar cuándo y a qué parte de las islas llegan 220 000 turistas cada año. Además, publica dashboards (tablero de control) interactivos de Tableau en su sitio web para que los visitantes puedan usarlos al planear su viaje como temporadas y fechas más populares entre los visitantes, el número de viajeros en cada ubicación de las islas y el país o la región de origen de esos turistas. Tableau es un software de tipo BI que conecta los datos ya sean de excel, nube o big data para su análisis. Requiere licencia comercial.	-Resultados de análisis estadísticos mediante un tablero de control -Datos con acceso al público -Emisión de boletines mensuales -3 indicadores similares -Posibilidad de personalización
Región Sur – UTPL	-Aplicativo para la oferta turística. - Sistema de Georreferenciación ArcGis. -Sistema de análisis geográfico GeoDa.	Recopilar información sobre la situación actual de la industria hotelera de Loja. Le falta información estructurada y sistematizada, se muestran proyectos aislados de boletines a modo de investigaciones	-Emisión de boletines de actividades -4 Indicadores similares

	- Plataforma Tableau para visibilización de resultados. http://observatorioturistico.utpl.edu.ec	terminadas. Los datos que proporciona la plataforma no están disponibles para el público, sólo de uso del Observatorio. Los SIG son de código abierto y requieren licencia. La Aplicación fue lanzada recientemente en Abril 2019. Carece de un control del mando de información resumida.	
OTs INTERNACIONALES			
Estado de Guanajuato (México)	-Sistema de monitoreo de la información estadística Datatur http://observatorioturistico.org	Generan y analizan la información correspondiente a 38 indicadores agrupados en los conceptos de: gobernanza, demanda, oferta de servicios, sustentabilidad, infraestructura, comunidad receptora y atractivos. Todo ello se complementa con lo que se denomina TABLERO DE CONTROL, que recoge para cada una de las seis categorías el cumplimiento de los objetivos mediante un código de colores (rojo, amarillo y verde) y un porcentaje de cumplimiento.	-Resultados de análisis estadísticos -Medición y monitores mediante tablero de control -Datos con acceso al público -Emisión de boletines mensuales -Publicaciones de estudios y ponencias -6 indicadores similares -Posibilidad de personalización
Baja California (México)	-Sistema de Información Geográfico www.observaturbc.org	Información actualizada sobre indicadores de la oferta turística en el estado (alojamiento, establecimientos, comercios y servicios, vinícolas, entre otros), la cual se despliega a través de sistemas de información geográfica, a escalas de municipio, delegación y por zonas turísticas.	-Resultados de análisis estadísticos -Datos con acceso al público -Emisión de boletines temáticos e infografías -4 indicadores similares
Euskadi (España)	-Estructura OLAP http://observatorioturisticoeeuskadi.basquetour.net/	Realiza un proceso de refinamiento y homogenización a través de una aplicación ETL. El resultado es una base de datos multidimensional que permite ser consultada desde múltiples parámetros de selección. Esta estructura OLAP de BI es la base para realizar el análisis de la información y el desarrollo de potentes visualizaciones interactivas que facilitan el	-Resultados de análisis estadísticos -Publicaciones de investigación -2 indicadores similares

		proceso de toma de decisiones. Requiere licencia comercial.	
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Con base a los resultados antes descritos se obtiene como último hallazgo la propuesta de un sistema de información de tipo Business Intelligence (BI) mediante la aplicación del software Tableau Online que permitirá conectar los datos de la nube y documentos Excel existentes para su análisis integral eficaz, segura y flexible, que además permitirá la posterior aplicación de un Tablero de Control que refleje el resumen de los indicadores.

DISCUSIÓN

Al analizar los resultados de las observaciones realizadas sobre el deficiente manejo de la información para el control de gestión del destino zona norte de Manabí se pudo identificar las necesidades de la misma para con un sistema de información adecuado que permita guardar, analizar y proyectar información eficiente para la toma de decisiones de cada sector y para conocimiento del público en general. Con base a la investigación bibliográfica pude realizar un análisis comparativo entre los sistemas utilizados por otros OT nacionales e internaciones con presencia en la web y las necesidades del OT Uleam que controla la gestión de información del destino zona norte de Manabí.

Estos datos indican que las estrategias de un Sistema de tipo *Business Intelligence* (BI) permiten alcanzar y cubrir las necesidades de control y gestión de información de destinos turísticos y que el software Tableau utilizado en los OT Nacionales permite conectar datos de fuentes básicas como Excel y fuentes online como la nube lo que es de gran beneficio para el OT Uleam ya que esa es su realidad actual con respecto a la base de datos que maneja actualmente.

A esto se suma la oportunidad de implementar en un futuro un tablero de control que refleje el resumen de los indicadores, se pueda interactuar y utilizar para la toma de decisiones.

COCLUSIONES

- A partir de las observaciones realizadas se pudo identificar un deficiente manejo de información para el control de gestión del destino zona norte de Manabí y a su vez se pudo identificar las necesidades de la misma para con un sistema de información.
- Con base a la investigación bibliográfica se pudo realizar un análisis comparativo de los sistemas de información utilizados por OTs nacionales e internaciones con las necesidades del OT Uleam.
- Como resultado se realizó la propuesta de un sistema de información de tipo *Business Intelligence* (BI) mediante la aplicación del software Tableau Online que permitirá conectar los datos de la nube y documentos Excel existentes para su análisis integral eficaces, seguros y flexibles.
- A partir de este estudio puede llevarse a cabo la aplicación de un sistema de información idóneo que facilite el control de gestión de destinos para otros Observatorios Turísticos así como la implementación de tableros de control para la difusión eficiente de información

RECOMENDACIONES

- Utilizar herramientas actuales para el control de gestión que faciliten el manejo de información para la planeación y toma de decisiones de zona norte – Manabí.
- Crear un sistema de indicadores que ayude a la toma de decisiones y el control ya que las características esenciales, para el sistema de indicadores, son las propiedades

emergentes de la integración, su composición, es decir, el conjunto de partes y elementos que lo integran, su organización interna.

- Analizar las necesidades identificadas del destino zona norte de Manabí y las similitudes con los sistemas de información utilizados por otros.

BIBLIOGRAFÍAS

Aguayo, A. (2015). *Diseño de un sistema integrado de gestión de destinos turísticos*. Málaga: Universidad de Málaga.

Aguilera, H. (08 de Agosto de 2007). *Los sistemas de información gerencial y el control de gestión*. Recuperado el 04 de Junio de 2019, de Gestiópolis:

https://www.gestiopolis.com/sistemas-de-informacion-gerencial-control-de-gestion/#_ftn1

Alvear, T. (2005). *Sistemas de Información para el Control de Gestión*. Trabajo de titulación, Chile.

Andreu, R., Ricart, J. E., & Valor, J. (1991). *Estrategia y Sistemas de Información*. Madrid: Mc Graw-Hill.

Bazurto, M. M., & Valls, W. (2016). *Análisis de los indicadores para gestionar destinos turísticos en el cantón Sucre*. Bahía de Caráquez: Uleam (Extensión Bahía de Caráquez).

Behar, D. S. (2008). En *Metodología de la investigación* (págs. 39-40). Shalom.

Behar, D. S. (2008). En *Metodología de la investigación* (págs. 68-69). Shalom.

Cano, J. L. (2007). *Business intelligence: Competir con información*.

Castillo, I. (2015). *Método comparativo de investigación: características, pasos*. Recuperado el 05 de 06 de 2019, de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/metodo-comparativo/>

Díaz Crespo, R., & Guerrero Ramos, R. (2013). *Proyecto Aplicado a la Gestión Universitaria*.

Díaz, A. (1993). *Gestión y Control*. España: Economías S.A.

Gomez, R. (28 de 10 de 2016). *La Red de Observatorios de Turismo sostenible de la OMT da la bienvenida al observatorio de Croacia*. Recuperado el 10 de Junio de 2019, de Organización Mundial del Turismo: <https://media.unwto.org/es/press-release/2016-10-28/la-red-de-observatorios-de-turismo-sostenible-de-la-omt-da-la-bienvenida-al>

Kaplan, R., & Norton, D. (2000). *Cuadro de mando Integral: Gestión*. España: Gestión 2000.

**LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA EN NEGOCIOS COMERCIALES DE LA PARROQUIA DE
MANTA.ECUADOR 2017**

AUTOR:

: Ronald Paúl Castro Landázuri
Manta. achyls19985@gmail.com

TUTORES:

Frank Angel Lemoine Quintero, Mg.
frank.lemoine@uleam.edu.ec

PhD Graciela Castellano Pallerols, Facultad de Ciencias Económica y Empresariales de
la Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba gcpallerols@gmail.com

PhD Rosario León Robaina, Facultad de Ciencias Económica y Empresariales de la
Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba rosariolr@uo.edu.cu

RESUMEN

La investigación permitió realizar un estudio de la actividad comercial en la parroquia de Manta con la finalidad de medir su incidencia económica en negocios comerciales. La aplicabilidad del software estadístico REDATAM permitió ser el soporte estadístico para el análisis de las variables seleccionada en el estudio. Se utilizó el método analítico con la finalidad de realizar un estudio a partir de las variables objeto estudio. A nivel de instrucción se denota a nivel poblacional es el nivel primario que representa el 33,76% del total seguido por el nivel secundario que representa el 23,16% y en tercera posición 16,93% que corresponde al nivel superior. De 23 ramas de actividades incluyendo las personas que no declararon y los trabajadores nuevos se seleccionaron 11 ramas de actividades resultando la más representativa resultado ser la rama comercial al por mayor y al por menor que representa el 21,79% de la población está involucrada en el ejercicio de esta rama, seguida de la rama de industria manufacturera que represento el 14,95% del total de las ramas de actividades existentes. Además se observó que a nivel de grupo de ocupación las actividad más representativa resultado ser los trabajadores de los servicios y los vendedores que represento el 19,91% del total de la población objeto estudios Se determinó que la actividad comercial tiene gran influencia en la sostenibilidad económica de los negocios existente en la localidad, reflejado en el estudio realizado por las variables seleccionadas y procesadas por el software estadístico.

Palabras claves: actividad comercial, sostenibilidad, negocios comerciales, rama de actividad, influencia económica.

SUMMARY

The investigation allowed to carry out a study of the commercial activity in the parish of Manta with the purpose of measuring its economic impact in commercial businesses. The applicability of the statistical software REDATAM allowed to be the statistical support for the analysis of the variables selected in the study. The analytical method was used in order to carry out a study based on the study object variables. At the level of instruction is denoted at the population level is the primary level that represents 33.76% of the total followed by the secondary level that represents 23.16% and in third position 16.93% that corresponds to the higher level. Out of 23 branches of activities including people who did not declare and new workers were selected 11 branches of activities resulting the most representative turned out to be the wholesale and retail branch that represents 21.79% of the population is involved in the exercise of this branch, followed by the branch of manufacturing industry that represented 14.95% of the total of the branches of existing activities. It was also observed that at the occupational group level, the most

representative activity was the service and sales workers, which represented 19.91% of the total population studied. It was determined that commercial activity has a great influence on sustainability of the existing business in the locality, reflected in the study carried out by the variables selected and processed by the statistical software.

Keywords: commercial activity, sustainability, commercial business, branch of activity, economic influence

INTRODUCCIÓN.

Actualmente en el Ecuador las microempresas contribuyen al desarrollo socioeconómico del país debido a que además de generar fuentes de empleos, obtener el ingreso para la subsistencia familiar y promover el emprendimiento como soporte económico, tiene como ventaja el aprovechamiento de los recursos existentes tanto en la zona urbana como en la zona rural, teniendo como finalidad lograr el posicionamiento en el mercado. Esto ha contribuido a que la actividad comercial en el país tome ventajas competitivas a nivel nacional respecto a otras actividades.

En el 2012 Ricardo Zambrano, subsecretario de Mipymes y Artesanías del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), manifestó que en el Ecuador existió un incremento de las micro, pequeñas y medianas empresas al pasar el 38% registrado en el 2011 al 41% en el año 2012.

El Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES) estableció el Plan Nacional de Desarrollo y su continuidad con el Plan Nacional Para el Buen Vivir, como carta de navegación del país, enfatizando que dentro de los objetivos de desarrollo del Plan se incluye la dinámica privada, a través de las correspondientes estrategias y que éstas a su vez permitan impulsar actividades sustentables a nivel empresarial.

Se argumenta que en el último año ha existido un importante crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas al pasar del 38 % registrado en el 2011 al 41 % en el presente año, precisó Ricardo Zambrano, subsecretario de Mipymes y Artesanías del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro).

Según el Directorio de Empresas y Establecimiento (DIEE) del Ecuador, en el año 2015 el país cuenta con un total de 842.936 empresas, donde el 90,6% corresponde a microempresas, el 7,4% a pequeñas empresas, el 1,5% a medianas empresas y finalmente el 0.5% a grandes empresas.

De acuerdo al desempeño de las empresas, las cinco actividades que poseen mayor representación son: el comercio, reparación automotores y motocicletas, agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, transporte y almacenamiento, industrias manufactureras, actividades de alojamiento y de servicio de comidas. Como es notorio se observa que el comercio al por mayor y minorista es bien representativo en el cantón Manta.

En el Plan Nacional del Buen Vivir, objetivo 4 describe: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía se encuentran políticas y lineamientos, dentro de las políticas y lineamientos estratégicos que se establecen se considera: Fomentar, facilitar y tecnificar la promoción, la protección, la preservación y la difusión de los derechos de la propiedad intelectual de la creación nacional.

En el Plan Nacional del Buen Vivir; el objetivo 9 describe: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas, los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. Dentro de las políticas que se establecen se considera: Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.

En la actualidad el escenario económico mundial se caracteriza por las constantes transformaciones que se producen en el funcionamiento de la economía como resultado

de factores como: el proceso de globalización, los avances científicos y tecnológicos, la acción de las grandes empresas transnacionales y la crisis económica y financiera internacional, todo lo cual le confiere a dicho escenario un alto grado de complejidad y ha generado una dinámica tal en las organizaciones que éstas han tenido que rediseñar la manera tradicional de realizar su trabajo. Muchas de ellas hoy fabrican productos o prestan servicios, pero no cuentan con la capacidad necesaria de entregarlos en el tiempo, en lugar y con la calidad que respondan a los requerimientos de los clientes y con un mínimo de costo lo que no les permite ser competitivas.

El estudio aporta en la comprensión de los procesos comerciales a partir del método descriptivo analítico, referenciando un estudio a nivel de análisis a partir del software estadístico REDATAM. Donde la actividad comercial representa vital importancia para los negocios, locales comerciales que existen en la zona. Aportan además a la sustentabilidad económica de las comunidades a partir del alcance que logren las actividades de comercialización y por consiguiente al desarrollo económico de esta área, teniendo como problema el deficiente servicio de los locales y negocios existente en la parroquia que afecta la sustentabilidad económica de su población del cual está determinado por las causas tales como: el déficit de conocimiento de técnicas de ventas, poco conocimiento del marketing empresarial sostenible, deterioro de imágenes corporativas en los pequeños negocios, falencia gastronómica con deficiente atractivo e incumplimiento de los pequeños negocios con su razón social.

Entre los efectos según estudios realizados se encuentran los bajo niveles de ingresos en los negocios, bajo nivel de capacitación de microempresarios y trabajadores, pérdida de la identidad cultural gastronómica del cantón y la provincia, bajo niveles de cumplimiento de las normas de higiene y seguridad establecida por el ministerio de salud pública, pérdida de clientes nacionales por deficiente calidad del servicio que brindan los negocios.

Como objetivo se planteo fortalecer la actividad comercial de los servicios de las microempresas existente en la parroquia de Manta que permita la sustentabilidad socioeconómica con la finalidad de lograr determinar el grado de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales, además definir estrategias funcionales que mejoren las técnicas de ventas que permitan a su vez un servicio de excelencia y una seguridad social de las familias del cantón.

MATERIALES Y METODO

La evolución de la ciencia económica y su influencia en la estructura del estado moderno ha permitido realizar un estudio a nivel del estado del arte desde la concepción de las Ciencias Económicas como las Ciencias Sociales y su incidencia en las diferentes actividades económicas de una sociedad donde enfatiza sobre la evolución de ambas ciencias desde la edad media hasta la actualidad, aportando desde lo conceptual a lo aplicativo. (Luis Nogueira, 2015)

Estudios referentes a las transformaciones del entorno económico mundial y los desequilibrios ambientales que ocurren en el planeta hacen pensar en la necesidad de que la comercialización de los productos y servicios compitan en los escenarios que las oportunidades le imponen, y donde los actores privados y estatales compartan la responsabilidad de su propio desarrollo. Los cambios sustanciales en la economía de un país y su capacidad para mantener los productos y servicios que oferta influyen en el comportamiento de la actividad comercial de los negocios de un determinado sector. (J. A. Díaz, 2014)

La investigación es cualitativa por qué parte del estudio de artículos que aportan al análisis de la actividad comercial de negocios y su sustentabilidad en diferentes esfera o sectores económicos a través del software REDATAM.

El método a utilizar es el analítico porque desde los resultados del REDATAM y las variables seleccionadas que aportan al estudio para realizar un análisis desde el orden simple hasta el nivel correlativos de estas variables para definir estrategias de marketing. La población y la muestra están determinada por la base estadística que aporta el software REDATAM que permitirá realizar un análisis a nivel del total de tipo de actividad.

RESULTADOS

Las actividades comerciales son una realidad en nuestro entorno más próximo, si bien, a poco que reparemos en ellas descubriremos que no todas son iguales. Unas tienen mayor dimensión que otras, desarrollan distintos tipos de actividad, operan en mercados geográficos diferentes, adoptan diversas formas jurídicas, etc. Pero si tienen algo en común que no la diferencia, y es el entorno donde se desempeñan, pues todas cumplen con regulaciones muy similares y tienen que regirse a políticas existente en el país, además de tener presente el entorno socio cultural.

Es por ello que no basta con saber qué se entiende por actividad comercial sino que también es necesario conocer los distintos tipos que pueden existir así como sus características y especificaciones. La mayoría de estas actividades son el resultado de la inquietud, de la iniciativa o, por qué no, de la personalidad de una o varias personas o expertos con discernimiento en el tema y que, consiguientemente, desempeñan un claro papel dinamizador en la Economía del cantón.

Hoy en día existen dos denominaciones de comercial, denominado el Comercio al por mayor comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo intermedio (como bienes de capital, materias primas y suministros utilizados en la producción, y bienes de consumo final) para ser vendidos a otros comerciantes, distribuidores, fabricantes y productores de bienes y servicios; así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de ese proceso que involucra al sistema de gestión.

El comercial al por menor comprende dentro de sus funciones “la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (consumidor final). Este sector comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo final para ser vendidos a personas y hogares, así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de este proceso (la compra o la venta).

Nivel de Agregación de la información de los establecimientos del sector Comercio según se muestra a continuación:

Cuadro 1: Niveles de agregación

Nivel de Agregación	Número de dígitos	Código	Ejemplo de categorías
Sector	2	43-46	Comercio al por mayor y al por menor
Subsector	3	431	Comercio al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
Rama	4	4311	Comercio Al por mayor de alimentos y abarrotes
Subrama	5	43111	Comercio al por mayor de abarrotes
Clase	6	431110	Comercio al por mayor de abarrotes

Fuente: SCIAN 2001

El INEC (Instituto Nacional de Censo del Ecuador) en su estadística refleja las actividades comerciales existentes en el país y por lo cual son reconocidas por instituciones gubernamentales. Entre las variables existentes en el software se encuentran las ramas de las actividades existentes que permiten realizar un estudio descriptivo a nivel instrucción y a nivel de grupo de ocupación.

En el país se reconocen el nivel de agregación como rama de actividades y dentro de estas están los sectores, subsectores, rama y sud-rama, las cuales se diferencian por sus actividades comerciales existente a nivel nacional y municipal. Según estudios realizados se denota que a pesar de los sucesos del 16 de abril del 2016 se ha reactivado esta actividad no con los resultados deseados por los propietarios.

En la parroquia de Manta según resultados del REDATAM se realiza un análisis a nivel poblacional para verificar a nivel de área el número de personas, tal como se muestra a continuación.

Cuadro 2: Área urbana o rural.

Grupos de edad	Área Urbana o Rural		
	Área Urbana	Área Rural	Total
1. Menor de 1 año	3.814	66	3.880
2. De 1 a 4 años	17.430	305	17.735
3. De 5 a 9 años	22.498	368	22.866
4. De 10 a 14 años	22.796	395	23.191
5. De 15 a 19 años	21.359	365	21.724
6. De 20 a 24 años	19.380	319	19.699
7. De 25 a 29 años	18.899	269	19.168
8. De 30 a 34 años	17.450	277	17.727
9. De 35 a 39 años	15.597	240	15.837
10. De 40 a 44 años	13.510	203	13.713

11. De 45 a 49 años	11.390	170	11.560
12. De 50 a 54 años	9.249	134	9.383
13. De 55 a 59 años	7.387	93	7.480
14. De 60 a 64 años	5.527	83	5.610
15. De 65 a 69 años	3.921	83	4.004
16. De 70 a 74 años	2.946	80	3.026
17. De 75 a 79 años	1.836	61	1.897
18. De 80 a 84 años	1.286	29	1.315
19. De 85 a 89 años	781	14	795
20. De 90 a 94 años	328	10	338
21. De 95 a 99 años	129	5	134
22. De 100 años y más	40	-	40
Total	217.553	3.569	221.122

Fuente: REDATAM,2010

Como se observa existe mayor población en la zona urbana que representa el 98,39% del total de la población, donde solo el 1,61% representa la zona rural. A nivel de grupo de edades se realizó un análisis por grandes grupos de edades con la finalidad de verificar donde existe el número más representativo, de este cuadro se dividen en tres grupos el primero conformado de 1 año hasta 14 años, el segundo grupo comprendido desde 15 a 49 años que representa la población más activa laboralmente y el tercer grupo desde 50 a 69 años que es representativo en actividades comerciales. El primer grupo representa el 30,58% que es representativo como consumidor de productos y servicios existente en la zona, debido a que este grupo representa una población activa que es consumista potencial. El segundo grupo de mayor población activa en la parroquia que representa el 54,05% del total poblacional, son estos en su totalidad que se encuentran involucrado en actividades comerciales sea indirectamente o directamente, además como consumidores de productos y servicios existente. El tercer grupo representa el 11,99% de la población que por la edad son personas adultas con una tendencia a la jubilación.

Análisis a nivel poblacional sobre el nivel de instrucción educacional existente en la parroquia con la finalidad de medir la correlación que existe entre las variables de grupo de edad y nivel de instrucción, cuyos resultados se reflejan a continuación.

Cuadro 3: Nivel de instrucción educacional

Grupos de edad	Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió											Total
	Ninguno	Centro de Alfabetización/(EBA)	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Bachillerato - Educación Media	Ciclo Postbachillerato	Superior	Postgrado	Se ignora	
3. De 5 a 9 años	277	-	1.854	15.295	-	5.357	-	-	-	-	83	22.866
4. De 10 a 14 años	155	-	17	9.632	7.311	5.970	-	-	-	-	106	23.191
5. De 15 a 19 años	199	18	23	1.994	8.343	1.098	6.377	409	2.828	-	435	21.724
6. De 20 a 24 años	261	27	20	3.098	5.089	446	2.492	552	6.992	54	668	19.699
7. De 25 a 29 años	298	52	48	4.069	5.040	469	2.041	370	6.058	210	513	19.168
8. De 30 a 34 años	336	46	63	4.482	4.871	484	1.705	302	4.728	289	421	17.727
9. De 35 a 39 años	347	55	55	4.343	4.360	420	1.477	288	3.773	306	413	15.837
10. De 40 a 44 años	413	77	57	4.072	3.579	347	1.207	180	3.124	313	344	13.713
11. De 45 a 49 años	497	102	46	3.856	2.688	287	887	164	2.443	283	307	11.560
12. De 50 a 54 años	548	111	65	3.757	1.879	207	577	77	1.643	238	281	9.383
13. De 55 a 59 años	558	87	62	3.546	1.220	189	331	56	1.080	141	210	7.480
14. De 60 a 64 años	575	103	50	2.911	800	124	203	23	554	93	174	5.610
15. De 65 a 69 años	551	84	39	2.227	441	64	117	22	281	53	125	4.004
16. De 70 a 74 años	613	65	38	1.597	272	59	86	18	162	24	92	3.026
17. De 75 a 79 años	459	33	32	995	144	34	33	7	65	14	81	1.897
18. De 80 a 84 años	367	13	13	690	91	20	17	5	35	3	61	1.315
19. De 85 a 89 años	246	4	9	402	48	8	17	1	13	5	42	795
20. De 90 a 94 años	135	2	7	142	21	4	3	1	1	1	21	338
21. De 95 a 99 años	49	1	-	53	9	2	1	1	-	-	18	134
22. De 100 años y más	20	-	1	11	-	1	1	-	2	-	4	40
Total	6.904	880	2.499	67.172	46.206	15.590	17.572	2.476	33.782	2.027	4.399	199.507

Fuente: REDATAM, 2010

Según resultados los grupos de edades más representativos son de 5 a 9 años y de 10 a 14 años los cuales representan el 11,46% y el 11,62%, los mismos se encuentran ubicado en la enseñanza primaria, secundaria y educación básica por lo que esta población no se tiene en cuenta para el estudio que se realiza pero si es una población importante a tener en cuenta por el número tan representativo a nivel poblacional que en futuro será una población activas en diferentes ramas de actividad. El grupo de 20 a 24 años y de 25 a 29 años representan el 9,87% y el 9,61% donde esta población se encuentran en el nivel de secundario, bachillerato y superior, donde se denota es una población con el mayor alto nivel de instrucción y son los que son capaces de posicionar una empresa a nivel competitivo.

Una vez realizado el estudio a nivel de instrucción se analizará a nivel de grupo de edad las ramas de actividades a las cuales están vinculado cada persona con la finalidad de estudiar cuales de estas ramas es la de mayor representatividad a nivel de la parroquia de Manta, tal y como se muestra en el siguiente cuadro el cual representa las actividades más representativas en la zona objeto estudios:

Cuadro 4: Nivel representativo de Rama de Actividad.

Grupos de edad	Rama de actividad (Primer nivel)											
	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Industrias manufactureras	Comercio al por mayor y menor	Transporte y almacenamiento	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	Información y comunicación	Actividades profesionales, científicas y técnicas	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	Artes, entretenimiento y recreación	Otras actividades de servicios	Actividades de los hogares como empleadores	Total
3. De 5 a 9 años	2	1	10	2	-	-	-	3	-	2	2	112
4. De 10 a 14 años	30	46	140	3	43	6	2	3	5	15	9	541
5. De 15 a 19 años	257	606	1.253	138	334	62	33	83	67	131	136	5.274
6. De 20 a 24 años	595	1.755	2.520	540	535	188	135	325	153	268	221	11.532
7. De 25 a 29 años	626	2.189	2.870	702	596	209	226	425	150	326	298	13.397
8. De 30 a 34 años	735	2.035	2.776	829	520	159	180	425	123	330	402	12.726
9. De 35 a 39 años	731	1.822	2.525	740	478	118	182	345	71	307	393	11.538
10. De 40 a 44 años	618	1.578	2.087	693	437	74	170	289	51	288	386	9.965
11. De 45 a 49 años	493	1.218	1.626	604	381	43	120	198	48	239	301	8.188
12. De 50 a 54 años	368	942	1.245	542	267	28	106	164	29	143	244	6.224
13. De 55 a 59 años	276	593	1.014	389	191	31	74	101	30	110	152	4.588
14. De 60 a 64 años	170	287	635	204	114	11	53	86	15	62	94	2.606
15. De 65 a 69 años	98	145	357	85	45	5	25	53	11	41	50	1.340
16. De 70 a 74 años	44	70	220	33	28	3	13	26	6	29	25	676
17. De 75 a 79 años	27	29	90	12	6	1	3	6	1	12	10	286
18. De 80 a 84 años	3	5	46	4	3	-	1	3	2	2	3	98
19. De 85 a 89 años	4	5	9	1	-	-	-	-	1	2	-	40
20. De 90 a 94 años	-	-	2	1	-	-	-	-	-	1	-	4
21. De 95 a 99 años	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
22. De 100 años y más	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	5.077	13.326	19.426	5.522	3.978	938	1.323	2.535	763	2.308	2.726	89.137

Fuente: Resultados del Software REDATAM

De 23 ramas de actividades incluyendo las personas que no declararon y los trabajadores nuevos se seleccionaron 11 ramas de actividades que son las más representativas según los resultados arrojados por el software. Donde la más representativa resulto ser la rama comercial al por mayor y al por menor que representa el 21,79% de la población está involucrada en el ejercicio de esta rama, seguida de la rama de industria manufacturera que represento el 14,95% del total de las ramas. Solo el 7,63% y el 6,19% representaron a la rama de la construcción; la de transporte y almacenamiento, las demás están por debajo del 5% como son las actividades de alojamiento, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca que tienen un nivel representativo en la producción y exportación entre otras actividades poco representativas pero de alto impacto social y económico.

Resultado interesante evaluar además cuantos de los pobladores a pesar de dedicarse algún grupo de actividad están involucrado a otras actividades de índoles administrativas, directivas, técnicas o profesionales, por lo que se escoge la variable de grupo de ocupación y se cruza con la variable de grupos de edades existente en la parroquia de manta. Se argumenta que la variable grupo de actividad existen 12 elementos de los cuales se seleccionaran 9 por su nivel de impacto en la sociedad, lo cual se muestra a continuación:

Cuadro 5: Grupo de Ocupación (Primer Nivel)

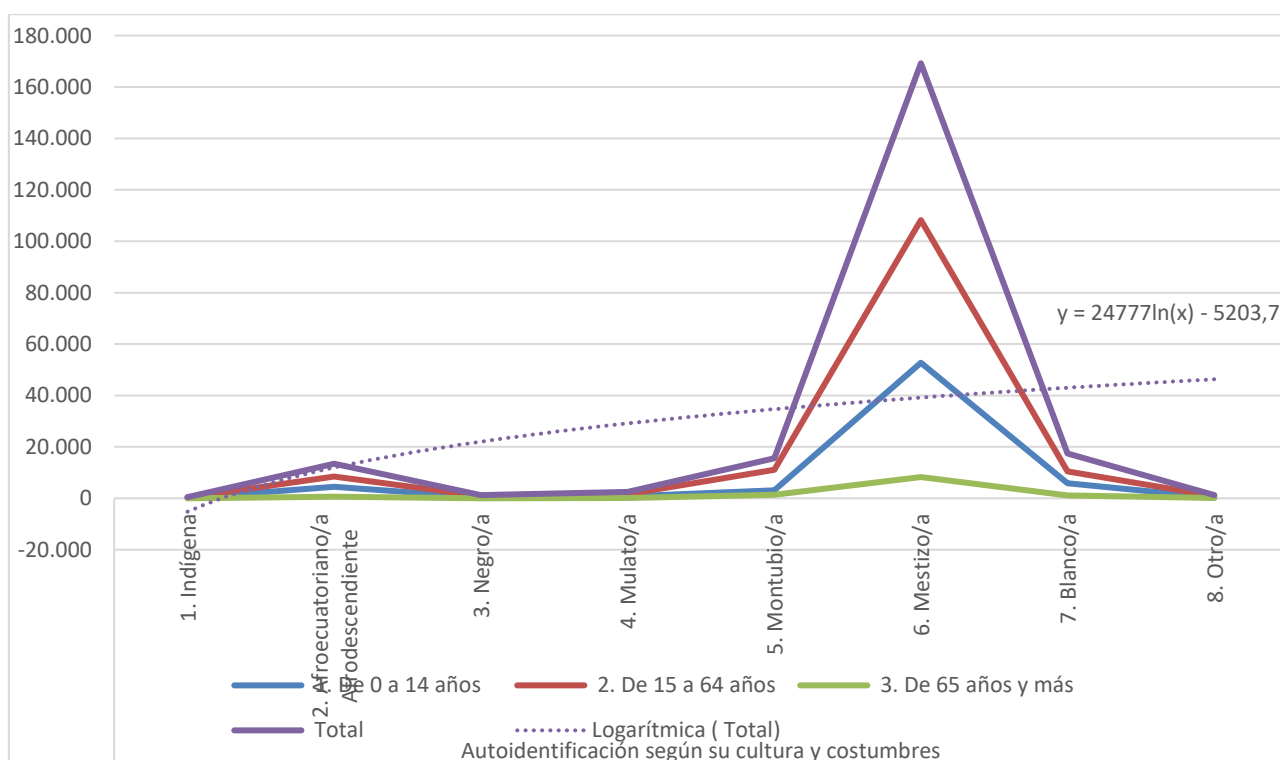
Grupos de edad	Grupo de ocupación (Primer nivel)									
	Directores y gerentes	Profesionales científicos e intelectuales	Técnicos y profesionales del nivel medio	Personal de apoyo administrativo	Trabajadores de los servicios y vendedores	Agricultores y trabajadores calificados	Oficiales, operarios y artesanos	Operadores de instalaciones y maquinaria	Ocupaciones elementales	Total
3. De 5 a 9 años	-	-	-	3	9	-	-	-	13	112
4. De 10 a 14 años	-	-	-	15	111	-	60	-	141	541
5. De 15 a 19 años	12	-	-	324	992	88	951	183	1.227	5.274
6. De 20 a 24 años	124	550	514	1.137	2.308	357	1.990	784	1.684	11.532
7. De 25 a 29 años	345	1.067	783	1.195	2.692	424	2.065	1.064	1.838	13.397
8. De 30 a 34 años	394	1.029	676	954	2.531	515	1.950	1.195	1.861	12.726
9. De 35 a 39 años	400	994	515	759	2.238	532	1.856	1.082	1.751	11.538
10. De 40 a 44 años	287	911	463	567	1.940	410	1.719	985	1.513	9.965
11. De 45 a 49 años	288	798	339	433	1.479	329	1.395	865	1.260	8.188
12. De 50 a 54 años	211	581	190	301	1.157	239	1.110	726	947	6.224
13. De 55 a 59 años	145	447	138	246	954	193	684	518	708	4.588
14. De 60 a 64 años	97	237	63	126	645	106	401	230	439	2.606
15. De 65 a 69 años	52	100	34	53	357	59	196	104	247	1.340
16. De 70 a 74 años	27	38	20	24	204	36	94	30	135	676
17. De 75 a 79 años	15	18	10	7	79	17	31	9	60	286
18. De 80 a 84 años	-	7	-	1	42	2	8	3	20	98
19. De 85 a 89 años	1	-	-	3	6	2	6	2	5	40
20. De 90 a 94 años	-	-	1	-	2	-	-	-	1	4
21. De 95 a 99 años	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
22. De 100 años y más	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Total	2.398	6.777	3.746	6.148	17.748	3.309	14.516	7.780	13.850	89.137

Fuente: Resultados del REDATAM

Se observa en estos resultados a nivel de grupo de ocupación que las actividad más representativa resulto ser los trabajadores de los servicios y los vendedores que represento el 19,91% del total de la población objeto estudios donde se encuentran incorporado a esta actividad 17.748 mil personas de la localidad, seguido de oficiales operarios y artesanos que represento el 16,29% con un total de 14,516 mil personas involucradas en esta actividad y en tercer lugar resulto ser las ocupaciones elementales con un 15,54% con una representatividad de 13.850 mil personas. Por lo que se deduce que la actividad comercial está presente en la localidad y por ende son estas ramas de ocupación la que aportan a la sostenibilidad económica de la parroquia.

Como se conoce es importante evaluar siempre el comportamiento de las fuerzas externas teniendo presente que son las actividades de comercio al por mayor y al por menor las más representativas en la zona, por lo que se determinó medir la auto identificación según culturas y costumbre de los pobladores de la parroquia de Manta. Como es conocido que la provincia de Manabí tiene una cultura montubia única del país. A continuación se representa un estudio a nivel de grupo de edades la variable auto identificación, cuyos resultados fueron:

Gráfico 1: Tendencia Logarítmica de Autoidentificación Cultural



Fuente: Elaboración por autor

Resulta representativo que el 76,54% de la población se identifica como mestizo/a lo que hace intuir de que conocen que representan una mezcla de razas, donde tan solo un 7,87% se identifica de la raza blanca y un 7,02% se identifica con la cultura montubia, esto permite reconocer la variedad cultural y costumbres que identifican a las personas de la localidad como auténtica en la gastronomía ecuatoriana.

DISCUSIÓN

A nivel de estudio realizado referente a la instrucción educacional que arroja el REDATAM de los pobladores de la parroquia de Manta el más representativo a nivel poblacional es el nivel primario que representa el 33,76% del total seguido por el nivel secundario que representa el 23,16% y en tercera posición 16,93% que corresponde al

Nivel superior. Por lo que la parroquia tiene personas con suficiente nivel para desempeñar diferentes actividades comerciales a nivel de pequeños negocios.

Otra variable de estudio fue direccionada al tipo de rama o actividad económica existente en la parroquia donde la más representativa resulto ser la comercial por lo que se denota una amplia actividad de comercialización en la zona por sus características costeras, por lo que más del 45% de los locales son comerciales.

Dentro de las estrategias direccionadas a la actividad comercial de los negocios existentes en la parroquia de Manta está realizar gestión de los procesos continuos que permitan convertir la estrategia comercial en una acción de los elementos del marketing relacional que como herramienta de fortalecimiento a la actividad de servicio y de posicionamiento en el mercado.

Los locales comerciales deben de definir parámetros que, con criterio especializado, debería aplicar toda empresa que quiera desarrollar una estrategia comercial orientada hacia el servicio, desarrollando estrategias de alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales que le aporten desde lo investigativo a la innovación con la finalidad de que su negocio sea sostenible.

Estrategia para la comunicación: Finalmente, la comunicación que se le da al producto llamada también publicidad es la encargada de dar el límite de alcance para que los consumidores conozcan y se interesen por el producto ya que sólo muestra las ventajas. En resumen, el principal objetivo de la publicidad es dar a conocer las ventajas del producto para aumentar las ventas y posicionarlo en la mente de los consumidores. Algunos de los medios de difusión de publicidad se dan por la TV, radio, panfletos, sitios web y redes sociales

CONCLUSIONES

El software REDATAM permitió realizar un análisis de las variables seleccionada para el estudio de la actividad comercial, determinando que la más representativa es la actividad al por mayor y al por menor que represento el 21,79% del total de la población está involucrada en el ejercicio de la misma, seguida por la rama de industria manufacturera que represento el 14,95% de la población.

Existe un nivel de instrucción representativo en la población activa de la localidad donde 16,93% corresponde al nivel superior denotando la capacidad profesional de pobladores de la zona.

El estudio de la variable auto identificación cultural permitió definir que el grupo más representativo resulto ser la población negra que resulto tener un 76,54% del total de la población de la localidad.

La actividad comercial tiene gran influencia en la sostenibilidad económica de los negocios existente en la localidad, reflejado en el estudio realizado por las variables seleccionadas y procesadas por el software estadístico REDATAM.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez Sánchez , J. M. (2007). *Telemarketing. La red como Soporte de Marketing y Comunicación*. . Vigo: Ideaspropias.

Andrade, C. (26 de Mayo de 2016). *Sinmiedosec* . Obtenido de <http://sinmiedosec.com/pasos-para-registrar-una-marca-o-logotipo-en-el-iepi/>

Consorcio para el Derecho Socio-Ambiental. (s.f.). *Legislación Constitucional Relevante*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador Asamblea Constituyente 2008: [http://www.derecho-](http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html)

[ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html](http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html)

- El Telégrafo. (23 de Julio de 2012). Microempresas crecen un 41% en este año. *El Telégrafo*.
- EmprendePymes. . (3 de Mayo de 2017). *EmprendePymes*. Obtenido de Obtenido de Matriz ANSOFF: <http://www.emprendepymes.es>
- García Ortiz, F., García Ortiz, P., & Gil Muela, M. (2009). *Técnicas de servicio y atención al cliente*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Gosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del cliente* (Primera ed.). México: Panorama Editorial.
- Ildefonso Grande, E. (2005). *Marketing de los servicios* . Madrid: ESIC Editorial.
- 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/>
- Plan Nacional del Buen Vivir. (s.f.). Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf
- Prieto, J. E. (2014). *Gerencia del servicio (la clave para ganar todos)* (Tercera ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Serrano, M. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Madrid : Paraninfo.
- Zambrano, R. subsecretario de Mipymes y Artesanías del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
<https://www.industrias.gob.ec/ecuador-promueve-fortalecimiento-de-las-mipymes-en-la-region-andina/>

ÍNDICE DE DESEMPLEO: UN ATENUANTE AL DESARROLLO ECONÓMICO-SOCIAL EN BAHÍA DE CARÁQUEZ

AUTORES:

Andrade Andrade Evelin Viviana
e1316605896@live.ulead.edu.ec

Gilces Mendoza Leila Estefanía
e1311578528@live.ulead.edu.ec

Chávez Posligua Luis Andrés
e1316471257@live.ulead.edu.ec

Velasco Preciado Vicky Noemí
e0926197930@live.ulead.edu.ec

Cedeño Mera Silvia Patricia

e1714188651@live.ulead.edu.ec

TUTORES:

Dr. Wilfredo Valls Figueroa
wilfredovalls1957@gmail.com

Frank Lemoine Quintero, Mg.
frank.lemoine@ulea.edu.ec

Lilia Monserrate Villacís Zambrano, Ph.D.
lilia.villacis@uleam.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo diagnosticar el índice de desempleo en la ciudad de Bahía de Caráquez, basada en los estudios de investigación descriptiva a través de los métodos cuantitativos y cualitativos, como: encuestas, entrevistas, muestreo, análisis de fiabilidad y validez, método Kendall, tormenta de idea y diagrama causa efecto. Para el procesamiento del análisis de información se utilizó el software SPSS. Entre los resultados fundamentales obtenidos se pudo citar los siguientes: Se diagnosticaron la causa de desempleo el cual afectó la economía y la sociedad en general. Se ha realizado una revisión biográfica la cual fundamenta el estado del arte y de la práctica. Se identifican las principales causas de desempleo. Se ha estudiado los altos índices de desempleo. Se propusieron mejoras para que el índice de desempleo disminuya. Lo cual demostró que la falta de empleo ha perjudicado la economía y la sociedad las cuales se vieron afectadas por el alto índice de desempleo que hay, y se consideró que se han cumplido los objetivos propuestos.

Palabras Claves: Desempleo, pobreza, estadística.

SUMMARY

The objective of this research was to diagnose the unemployment rate in the city of Bahía de Caráquez, based on descriptive research studies through quantitative and qualitative methods, such as: surveys, interviews, sampling, analysis of reliability and validity, method Kendall, storm of idea and diagram causes effect. For the processing of the information analysis, the SPSS software was used. Among the fundamental results obtained, the following could be cited: The cause of unemployment was diagnosed, which affected the economy and society in general. A biographical review has been made, which based the state of art and practice. The main causes of unemployment are identified. The high unemployment rates have been studied. Improvements were proposed so that the unemployment rate decreases. Which showed that the lack of employment has harmed the economy and society which were affected by the high rate of unemployment that exists, and it was considered that the proposed objectives have been met.

Key words: Unemployment, poverty, statistics.

INTRODUCCION

La crisis del desempleo en el mundo se agudizará en los próximos cinco años, según un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que prevé que en 2019 más de 212 millones de personas no tendrán trabajo frente a los 201 millones actuales.

El documento Perspectivas sociales y del empleo en el mundo 2015, pone en alerta de la posibilidad de que, a causa del aumento del desempleo, en los próximos años haya un aumento de las desigualdades y de la conflictividad social. "Más de 61 millones de empleos se han perdido desde el comienzo de la crisis mundial en 2008 y nuestras previsiones muestran que el desempleo seguirá aumentando hasta finales de la década.

Esto significa que la crisis del empleo dista mucho de haber terminado, de manera que no hay margen para la complacencia", señaló en rueda de prensa el director general de la OIT, Guy Ryder. (Organización Internacional del Trabajo, 2015) El informe estima que en 2015 el mundo generará tres millones de desempleados más. "Pero lo que es aún más desalentador es que en 2019 se estima que habrá 212 millones de desempleados", apuntó Ryder. Si se incluye a las personas que se incorporarán al mercado de trabajo los próximos cinco años, para cerrar la brecha que ha generado la crisis sería preciso crear 280 millones de empleos nuevos para 2019, sostiene el texto. Los jóvenes, en particular las mujeres jóvenes, siguen viéndose afectadas por el desempleo de manera desproporcionada.

Los trabajadores jóvenes de entre 15 y 24 años tuvieron una tasa mundial de desempleo de casi el 13 por ciento en 2014, cuando cerca de 74 millones de personas de esa edad buscaban trabajo. La tasa de desempleo de los jóvenes casi triplica la de los adultos, una situación que Ryder definió como "algo realmente sombrío".

El aumento del desempleo de los jóvenes es común a todas las regiones y se produce a pesar de la mejora del nivel de educación, lo que fomenta el malestar social. Raymond Torres, jefe del departamento de Investigación de la OIT, puntualizó que se ha demostrado que allí donde el desempleo juvenil aumenta, la conflictividad social se incrementa. En concordancia con la tasa de desempleo mundial, el malestar social se disparó desde el comienzo de la crisis en 2008 y en la actualidad es casi el 10 por ciento más alto que antes de la crisis.

La tasa de desempleo global se estabilizó durante 2017 y se mantuvo en un 5,6%, cifra que comporta un número de personas sin trabajo superior a los 192 millones, según destaca hoy un informe publicado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). En la actualidad, hay 7.300 mil millones de personas y si bien la población mundial continúa aumentando, este crecimiento es más lento que en el pasado. Podemos esperar ver otros 1000 millones de habitantes adicionales en los próximos 15 años, y alrededor de 1000 millones más en los 10 años siguientes, llegando a un total de 9700 millones de personas en 2050. (BANCOMUNDIAL.ORG, 2015)

El PEA mundial es de 3.465 mil millones de personas hasta el año 2018 lo que indica que 3.835 mil millones personas están laborando a nivel mundial que en estadísticas serían el 38,35% y de las que no laboran sería el 61,65% lo que es una cifra representativa de la crisis del desempleo a nivel mundial. (BANCO MUNDIAL, 2018)

El estudio Perspectivas sociales y del empleo en el mundo indica que, gracias a la recuperación económica y al aumento de la población activa, el desempleo mundial tendría que mantenerse este año a un nivel similar que el pasado. La positiva evolución del mercado laboral en los países desarrollados, provocará que la tasa de desempleo descienda al 5,5% durante 2018, pero espera un aumento de la desocupación en los países emergentes y en desarrollo, pese a las mejoras de estos.

El índice de personas sin ocupación en América Latina y el Caribe disminuirá ligeramente de 8,2% en 2017 a 7,7 % durante este año y 2019. Los avances registrados hasta el año 2012 en la disminución del empleo vulnerable se han detenido, situando en 2017 a un total de 1.400 millones de trabajadores en esa situación de precariedad.

La OIT prevé que 35 millones de personas se añadirán a esa coyuntura durante el 2019, y señaló que 3 de cada 4 personas en los países en desarrollo se ve afectada por el empleo vulnerable.

Pese a esos datos negativos, el documento indica que disminuyó la pobreza de los trabajadores en los países emergentes, y estima que en 2018 el número de personas que viven en condiciones de pobreza extrema será de 176 millones, o el equivalente al 7,2 por ciento de todas las personas empleadas.

“Sin embargo, los progresos para reducir la pobreza de los trabajadores en los países en desarrollo son demasiado lentos para compensar el crecimiento de la fuerza de trabajo”, manifestó Stefan Kühn, el principal autor del informe. (Naciones Unidas, 2018)

“En los próximos años, se estima que el número de trabajadores que viven en pobreza extrema se mantendrá por encima de 114 millones, afectando al 40% de las personas empleadas en 2018”. (ONU(Organizacion de Naciones Unidas, 2018)

La población ecuatoriana alcanzó los 17'096.789 habitantes, según informó en octubre del 2018 el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (Agencia EFE, 2018)El director ejecutivo del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), Reinaldo Cervantes, explicó en Telediario las recientes cifras obtenidas sobre el empleo y la pobreza en el Ecuador. Las recientes estadísticas de junio revelan que en el país el 95,9% de la Población Económicamente Activa (PEA) cuenta con trabajo. Esto significa que el desempleo en el Ecuador es del 4,1%. Según Cervantes, el número de habitantes que conforman la PEA es de 8 millones. El Ecuador aproximadamente tiene 17 millones de personas, de las cuales 12 millones están en edad de laborar. Para medir el empleo se debe dividir entre adecuado e inadecuado. El 38,9% de ciudadanos integran el primer grupo, mientras que el 56,4% el segundo. Si las cifras son concretas de 17'096.789 habitantes del Ecuador representa el 4.1% representan a el desempleo de lo que va del año 2018 lo cual tendría como resultado que 4'169.948 personas, no tienen trabajo lo que implica que la cálida de la economía en el país es dura. El director ejecutivo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), Roberto Castillo, informó las últimas cifras sobre empleo, desempleo y subempleo en el país, en base a una encuesta que sigue la metodología y estándares internacionales, con el acompañamiento de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). A nivel nacional, el nivel de desempleo se mantiene estable con el 4%, comparando entre septiembre del anterior año (4.1%) y septiembre de este año. La tasa de subempleo a septiembre de este año se ubicó en 19.4%, estadísticamente igual al anterior año (20.5%). La tasa de empleo adecuado a septiembre de este año se ubicó en 39.6%, comparada con el año anterior que fue del 40.4%, que no es significativa técnicamente."Técnicamente, la conclusión es que **los niveles de desempleo y subempleo en las últimas seis tomas trimestrales que ha realizado el INEC se mantienen estables**", dijo Castillo. (El universo, 2018)

Hasta el 2017 se vio que el desempleo mundial se estabilizo, pero la tasa de desempleo en Ecuador es otra situación porque cada vez avanza, y es drástico ver como cada día las circunstancias son deplorables en nuestro país a pesar de las estadísticas mundiales este país la búsqueda de empleos es cada vez más complicada, este país está en niveles de riesgo en cuestión de la deuda externa y lo más lógico es que las persona que laboran en ciertas áreas sean cortados de su puestos para ahorra ese gasto y de ese modo se pueda pagarse con este dinero parte de esa deuda, con la eliminación de los suicidios luz, bombonas de gas que son bienes que el estado ya no considera necesario pagar, sino que esto sea responsabilidad total de las personas que ocupan bienes y servicios, pero esto no

soluciona la problemática de la falta de empleo lo que provocara que la delincuencia se haga presente por que el nivel d desempleo alarmante hace al hombre tomar malas decisiones

En un análisis de estas cifras, la Corporación para el Desarrollo (CORDES) mencionó varios aspectos. “Si bien la tasa de desempleo cayó a 4,4 % en el último año, actualmente apenas 38 de cada 100 ecuatorianos que quieren trabajar lo hacen en condiciones “adecuadas” (es decir, tienen ingresos no menores al salario mínimo)”, señala el documento.

(CORDES) indica que a pesar de que 94.000 personas salieron del desempleo “no dice que en el mismo período no se creó un solo puesto de empleo adecuado”. “El aumento en esas formas de trabajo (subempleo y el empleo no remunerado) no es un mérito de la política económica, sino que, por el contrario, refleja su ineficacia para generar empleos de calidad”, señala Cordes. (Anónimo, 2016)

Se cumplieron 3 años del terremoto que azotó mayormente a las provincias de Manabí y Esmeraldas, pero aún no se completa la reconstrucción. Bahía de Caráquez fue uno de los lugares más destruidos por el movimiento telúrico de 7,8 grados Richter. La ciudad, cuya fuente de ingresos es solo el turismo, se vio afectada en un 70 % en su infraestructura hotelera, bares, restaurantes que se destruyeron en su totalidad y otros quedaron en mal estado. “El terremoto nos dejó en cero”, dijo a EXPRESO el presidente de la Cámara de Turismo de Bahía, Luis Mendoza Rodríguez. (Expreso, 2018)

El dirigente indicó que de “a poco” Bahía se va recuperando de la mano del sector privado. Aseguró que este sector ha invertido 20 millones con los que se han recuperado 23 edificios. “Los negocios empezaron a resurgir solos, en muchos casos con una ayuda paupérrima del Estado, una ayuda que no ha sido un aliciente, más bien ha sido mortificante para aquellos que recién han comenzado a resurgir”, aseguró.

Criterio con el que coinciden varios ciudadanos de Bahía. “La economía está por los suelos”, dijo a este medio Franklin Tayedo. Él vive en el barrio Pedro Fermín Cevallos en la parte central de la urbe. Carpintero de profesión asegura que no hay trabajo. Él hace arreglos de carpintería en las afueras de su casa, que también fue afectada por el sismo. Su familia, al igual que varios vecinos tiene ocupada media vía principal con carpas que les dieron hace dos años. “En el día pasamos en la casa, donde se cocina, se trabaja, y las noches se pasa en las carpas. Hay gente que solo se mantiene en las carpas porque no tiene el dinero para recuperar su vivienda”, afirmó Tayedo.

No fue el único en quejarse. Leonor, quien es trabajadora social, asegura que “las autoridades no se acuerdan de la gente, solo porque vivimos en el centro, creen que tenemos dinero y no nos ayudan en nada”, asegura. Ella al igual que sus vecinos perdió su casa por completo, y ahora han improvisado cerramientos en sus terrenos que fueron limpiados, y han hecho construcciones mixtas para poder tener donde vivir. (Rodríguez, 2018)

En los últimos años la ciudad de Bahía de Caráquez, ha tenido un considerable índice de desempleo debido a la falta de empresas que demanden de mano de obra, pero la mayoría de la población desempleada afirma que este problema se debe a causa de los fenómenos naturales que se han suscitado dejando a la ciudad con su infraestructura dañada e impidiendo los ingresos económicos que genera el turismo, el cual es primordial para la ciudad. En una encuesta a varios habitantes se les pregunto cuál podría ser el problema de la falta de empleo a lo que se respondió como la falta de emprendimiento y fuentes de trabajo por ello se realizó este estudio del desempleo en la ciudad de Bahía de Caráquez.

También manifestaron las personas que no debería traerse mano de obra de otro lado tenemos personas que necesitan el trabajo familias que no tiene pero personas que tienen los conocimientos como construcción y es drástico ver como otros vienen a llevarse los pocos recursos que hay, cuando debería contratarse mano de obra dentro del cantón para todo tipo de restructuración tenemos profesionales ingenieros arquitectos y no deberíamos pretender arreglar las calles cuando eso implica perjudicar la economía en esta ciudad sino se le dan estas obras a la mano de obra con la que cuenta el cantón.

Para ello fue de gran importancia, diagnosticar las causas por las cuales se ha elevado el alto índice de desempleo en Bahía de Caráquez, para poder mejorar la situación en el ámbito económico, dando respuestas a las interrogantes ¿Por qué surge este índice de desempleo? ¿Será que de verdad afecta a la economía y a la sociedad? o se puede implementar otros tipos de ingreso para poder establecer la economía de la ciudad, o podemos cambiar los métodos empleados por las autoridades competentes de las cuales dependerá el crecimiento económico de la ciudad y la disminución del desempleo.

MATERIALES Y METODOS

La investigación referente al alto índice de desempleo impide el desarrollo económico, social en Bahía de Caráquez se desarrolló a partir del enfoque cualitativo. Siguiendo a Valles (1999), el análisis cualitativo se identifica con unas determinadas funciones y fases dentro del proceso de investigación social, que, según este autor, intenta dar una aproximación global de las situaciones sociales y plantea diferentes estrategias metodológicas situadas en estudios cualitativos con cierta perspectiva histórica explorándolos desde un ambiente natural y en relación con el contexto.

Se utilizó el método descriptivo, según Orellana (2001) “La estadística descriptiva ofrece modos de presentar y evaluar las características principales de los datos a través de tablas, gráficos y medidas resúmenes” De ahí se infiere que se requiere conocer el contexto, las tradiciones, las creencias, las prácticas, el turismo por medio de una descripción exacta de las formas de interactuar de la población seleccionada. Así mismo Hernández, Fernández, & Baptista, (2010). “el estudio descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis”

La investigación se realizó en la ciudad de Bahía de Caráquez con una muestra de 80 personas. Para este enfoque se utilizaron métodos cualitativos como cuantitativos establecer una conversación formal para conocer los diferentes tipos de pensamientos y conocimientos que poseen las personas de acuerdo adecuando instrumentos que permitan evaluar el objetivo deseado para luego interpretar las respuestas obtenidas de acuerdo al objeto de estudio. se utilizó el método estadístico descriptivo: Tiene como objetivo la descripción de la realidad de cada habitante de la ciudad.

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

Lectura científica: Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial reuniendo aportaciones de diversos autores y el análisis de técnicas que permitan evaluar niveles de conocimiento y de desempleo que hay en la población

Entrevista semiestructurada: Se aplicó este modelo de entrevista con cuatro preguntas tomando como referencia una muestra de 80 personas habitantes de la ciudad con una edad que oscila entre 20-59 años.

Encuesta: Se aplicó a los habitantes de la ciudad de Bahía de Caráquez.

Instrumentos: Se empleó una encuesta identificando a los desempleados que poseen Bahía tomando como referencia también se procedió a la aplicación de una encuesta estructurada con preguntas cerradas con una escala de 5 para esto se utilizó el software

estadístico SPSS 21.00 para procesar la encuesta y realizar el análisis de los resultados obtenidos.

RESULTADOS

En lo que corresponde a revisión bibliográfica se valoraron diferentes modelos para evaluar el conocimiento entre los cuales se puede citar: Métodos descriptivo (Hernández, Fernández, & Baptista 2010) Entrevista (Gómez, 2006), Goetz y Le Compte (1988), estadístico descriptivo (Vilar José, 2005).

El instrumento aplicado arrojó los resultados siguientes:

La pregunta 1 esta relacionada a verificar lo que piensan actores locales en referencia a la tasa de empleo, se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Evaluación de la tasa de empleo

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULALDO
PESIMO	42	52,5	52,5	52,5
MALO	35	43,8	43,8	96,3
REGULAR	3	3,8	3,8	100,0
TOTAL	80	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de Bahía de Caráquez

ELABORADO: Leila Gilces y Evelin Andrade, estudiantes del tercer semestre de mercadotecnia

INTERPRETACION: De los 80 encuestados se verifica que de 42 de ellos equivale a 52,5%, demuestran que el trabajo es pésimo, el 43% que son 35 personas que manifestaron que es malo, 3 de ellos que son el 3,8%, dicen que es regular, esto evidencia que hay pocas fuentes de trabajo

La pregunta referente sobre si el numero de empresas afecta a la tasa de desempleo se observo que de los encuestados 38 persona equivalentes al 47,5% estan de acuerdo que la falta lugares de trabajo es de relevante para generar fuentes de empleo, el 28% de 23 personas dicen que es regular, 12 de ellas que son el 15,% estan de acuerdo con la falta de trabajo, el 7,5% de 6 personas mencionan que es poco la falta e trabajo, uno de ellos que es el 1,3% afirma que es muy poco. Una de las interrogativas de la ciudad es esta sera que si hay fuentes de trabajo disminuira la tasa de desempleo, pero la realidad como la manifestaron varios de los habitantes del lugar es que las empresas que viene aquí le dan trabajo a personas de otros lados y no a las de aquí, las cuales necesitan ingresos y es una realidad a la cual las autoridades deberian tomar cartas en el asunto para evitar estas irregularidades.

La pregunta 3 se relacionó si la falta de empleo es la causa de no tener profesionales para las empresas, según se demuestra una segmentacion de personas de las cuales el 40% que representan a 32 las cuales esta muy de acuerdo que el problema del desempleo es causado por falta de profesionales, mientras el 27% que equivale a 22 personas expresaron estar de acuerdo con la nocion, siendo asi que el 19% equivalente a 15 personas no estan ni de acuerdo ni en desacuerdo con esto, el 13% equivalente a 11 personas expresaron estar en mucho desacuerdo con esto por que si hay preprofesionales en el lugar, el 1,3% representan a 1 persona que expreso estar en desacuerdo.

TABLA 2. Causas de desempleo en las empresas

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE
Muy en desacuerdo	10	12,5	12,5	12,5
En desacuerdo	1	1,3	1,3	13,8

Ni en acuerdo ni en desacuerdo	15	18,8	18,8	32,5
De acuerdo	22	27,5	27,5	60,0
Muy de acuerdo	32	40,0	40,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de Bahía de Caráquez

ELABORADO: Leila Gilces y Evelin Andrade, estudiantes del tercer semestre de mercadotecnia

Estos resultados anteriores demuestran que los estudios son indispensables en el desarrollo de una ciudad, pero muchas veces las estadísticas han demostrado que más solvencia económica tienen las personas que no tienen preparación pero tienen negocios propios y que han trabajado para conseguirlos y las personas que tienen sus títulos luchan en esta sociedad para poder obtener un trabajo digno por el cual han trabajado varios años.

Referente a la pregunta a la decadencia o presencia representativa de turistas en la zona, 54 personas que representan el 65,5% manifestaron que están muy de acuerdo en relación del turismo con la decadencia del turismo que afecta a la economía de la ciudad, el 30% que representan a 24 personas expresaron estar de acuerdo y 2 personas que representan el 2,5% están ni en acuerdo ni en desacuerdo. Siendo esta ciudad una zona costera su mayor afluencia económica viene de sus atractivos turísticos, los cuales se han visto afectados por los desastres naturales por los que ha pasado en los últimos años que han dejado este lugar sin ingresos turísticos lo cual afecta la economía de la cabecera cantonal. Otro resultado significativo sobre los afectados o desempleados en la actualidad, donde se referencia sobre las personas que laboran y las desempleadas por lo que 23 de ellos que representan el 28,8% afirmaron tener un empleo fijo, 22 de ellos que representan el 27,5% se encuentran sin empleo, 16 de los encuestados tienen trabajos eventuales lo cual representa el 20%, 12 de ellos solo trabajan por temporadas como feriados los cuales representan el 15%, solo el 8% laboran por obra lo que representa a 7 personas del total de los encuestados, según se muestran resultados en la tabla 3.

TABLA 3. Estado de empleo

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE
Sin empleo	22	27,5	27,5	27,5
Por obra	7	8,8	8,8	36,3
Temporada	12	15,0	15,0	51,3
Eventual	16	20,0	20,0	71,3
Fijo	23	28,8	28,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

FUENTE: Habitantes de Bahía de Caráquez

ELABORADO: Leila Gilces y Evelin Andrade, estudiantes del tercer semestre de mercadotecnia

Las personas que dijeron tener trabajo fijo son los que tienen sus propios trabajos o sus taxis 23 personas y sin empleo 22 de las cuales son profesionales que no encuentran fuentes de trabajo en este lugar por la falta de proyectos en mejoras o en emprendimientos. La pregunta de control referente al nivel de afectación del desempleo al desarrollo económico social de la zona objeto estudio donde se demostró que, 34 personas piensan que el empleo es malo porque afecta la economía lo cual representa un 42,5%, 30 personas afirmaron que el desempleo es pésimo lo cual representa un 37,5%. Y 16 de ellos corroboraron que el desempleo es regular en la localidad que esto equivale a un 20% de la población encuestada. La economía se ha visto comprometida por la desestabilidad

económica dentro de la ciudad y que la sociedad se ve afectada de manera drástica con familias aun sin hogares con personas si trabajos que sería de gran ayuda que la ciudad se reactivara económicamente para que la perspectiva cambie para bienestar de la sociedad de Bahía de Caráquez

DISCUSION

Es importante destacar que lo más relevante de las encuestas es la situación drástica de la cual se pronunciaron varias de las personas a las que se les pregunto cómo consideran el trabajo en Bahía de Caráquez a lo que las personas respondieron que malo en la ciudad que debería tener varias fuentes de trabajo por ser una zona costera con recurso que pueden poner en marcha

El índice de desempleo se genera por la falta de empleos en la cabecera cantonal de Sucre debido a las catástrofes que han destruido más del 70% de su infraestructura, el turismo que es la fuente más grande de sus ingresos ha decaído, lo que nos lleva a observar la triste realidad de esta ciudad como este problema del desempleo afecta unos lugares más que otros, ya Bahía ha quedado en el olvido por parte de las autoridades que la dirigen y del gobierno, las causas del desempleo tanto dinero que se ve invertido en obras que no se llevan a cabo y que el personal que es contratado en las obras son de otros lados, es una afectación a la economía de las personas de este lugar dando como resultado que el índice de desempleo cada vez siga avanzando y la solución está en la administración adecuada de los bienes que tiene este lugar, y decirle basta de lucrarse, se necesitan obras que generen fuentes de trabajo para las persona dentro de la ciudad para que los ingresos o salgan sino que se queden en este lugar y sea todo en beneficio del desarrollo.

En las encuestas realizadas una de las más representativas de las preguntas fue las de control la cual decía: **Evalué de forma general el desempleo que afecta al desarrollo económico y social de los habitantes.** Y la respuesta más significativa fue malo con el 42,5% de las estadísticas extraídas de una muestra de 80 personas de Bahía de Caráquez. El índice de desempleo es un atenuante al desarrollo económico-social en Bahía de Caráquez y se palpa diariamente en el ambiente laboral de la ciudad

CONCLUSIONES

- Según diagnosticó la tasa de desempleo en la zona objeto estudio es alta por lo que se demuestra que actualmente el desempleo sobrepasa en gran medida a la oferta laboral en las empresas que existen en el sitio de estudio.
- Para finalizar, este fenómeno del desempleo ocurre en todo el mundo, en algunas partes es un poco más grave que en otras, es importante referirse con este tema al gobierno, por lo que perjudica no solo a las personas sino también al desarrollo económico del país.
- En conclusión, el desempleo es una de las grandes problemáticas que más empobrece la economía ecuatoriana, pues en este país se consta con índices muy altos en el tema de desocupación laboral trayendo consigo incrementos de pobreza al país.

RECOMENDACIONES

- Las políticas que las autoridades debe adoptar deben ser pensadas en el fortalecimiento y mejoras de los diferentes proyectos que generen empleo para el beneficio de la totalidad de la población. La generación de empleo es muy importante en Bahía de Caraquez ya que si una persona que tenga un empleo generara recursos necesarios para cumplir sus necesidades y con esto reducir en un porcentaje el índice de desempleo en el país.
- Una medida que se puede tomar es campañas para el emprendimiento turístico en la zona con la colaboración de las instituciones para así generar ingresos por

medio del turismo ya que por ser una de las zonas costeras es beneficiar y más factible conseguir que el turista ya sea extranjero o nacional ingrese y así hacer que Bahía de Caraquez crezca económicamente y poder generar empleos a su población ya que si hay turistas habrá ingresos.

- Concientizar a los estudiantes de las distintas universidades por medio de la elaboración de estrategias acompañadas de las instituciones que motiven a que no dejen de estudiar y de este modo se les facilite entrar al sector laboral ya que ellos son el futuro del país.

BIBLIOGRAFIA:

Agencia EFE. (13 de octubre de 2018). *EL COMERCIO*. Recuperado el 25 de mayo de 2019, de La población de Ecuador superó los 17 millones de habitantes: <https://www.elcomercio.com/actualidad/poblacion-ecuador-supera-millones-habitantes.html>

Anonimo. (2016). *Canton Bahía de Caraquez*. Obtenido de Cicad: http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/savia/PDF/Cant%C3%B3n%20de%20Bah%C3%ADa%20de%20Caraquez.pdf

BANCO MUNDIAL. (14 de abril de 2018). *Grupo Banco Mundial*. (G. B. Mundial, Ed.) Recuperado el 26 de mayo de 2019, de Población activa, total: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN>

BANCOMUNDIAL.ORG. (11 de agosto de 2015). *Banco mundial blog*. Recuperado el 29 de mayo de 2019, de La población mundial en el futuro en cuatro gráficos: <https://blogs.worldbank.org/es/opendata/la-poblacion-mundial-en-el-futuro-en-cuatro-graficos>

El Diario. (19 de abril de 2017). *Hay reducción del desempleo*. Obtenido de Eldiario.ec: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/430203-hay-reduccion-del-desempleo/>

El telegrafo. (17 de Julio de 2018). *Redacción Economía*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2018, de INEC actualizó las cifras de empleo y pobreza: <https://www.eltelfgrafo.com.ec/noticias/economia/4/empleo-pobreza-desempleo-ecuador-inec>

El universo. (octubre de 16 de 2018). *El universo*. Recuperado el 16 de mayo de 2019, de Ecuador: Cifras de empleo, desempleo y empleo adecuado se mantienen estables: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/10/16/nota/7002953/ecuador-cifras-empleo-desempleo-empleo-adecuado-se-mantienen>

Expreso. (11 de junio de 2018). Actualidad nacional. *Bahía de Caraquez se recupera a paso lento*, págs. <https://www.expreso.ec/actualidad/bahiadecaraquez-terremoto-vivienda-reconstruccion-manabi-BF2142524>.

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA ULEAM EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ

AUTORES

Bailón Mero Lady
e13134638009@live.ulead.edu.ec

Camacho Murillo Kelly
e1750935981@live.ulead.edu.ec

Hernández Lucas Melanie
e1729856896@live.ulead.edu.ec

Moncayo Villavicencio María Mar
e1315636926@live.ulead.edu.ec

Tomalá Varela Washington Darwin
e1314234939@live.ulead.edu.ec

Coautores:

María del Mar Hidalgo Cedeño, Mg.
maria.hidalgo@uleam.edu.ec

Miguel Romero Zambrano, Mg.
miguel,romero@uleam.edu.ec

RESUMEN.

Se recopiló información bibliográfica referente a la comunicación organizacional en los procesos administrativos como parte fundamental del cumplimiento de los objetivos y metas de las organizaciones; en esta ocasión se realizó una encuesta con metodología cuantitativa en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez para determinar; la eficiencia de la comunicación y el traspaso de información necesaria para cumplir con las labores diarias realizadas dentro de los procesos administrativos, identificar las falencias que se encuentran englobadas en las mismas que pudieran resultar una mala organización y comunicación dentro del área organizacional, mejorar las herramientas que están a disposición para aplicarlas de manera eficiente, todo con el fin de mejorar. Para la recolección de la información se utilizaron técnicas de investigación tales como: la investigación documental y la investigación de campo. Una vez que se aplicaron las encuestas, entrevistas y muestreo, se utilizaron herramientas que miden la fiabilidad y la validez tales como el programa SPSS y Microsoft Excel. Con los resultados obtenidos se comprobó que en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez, de manera general la comunicación organizacional es excelente y muy buena, sin dejar de mencionar que hay un alto porcentaje que la considera entre buena y regular, y es éste porcentaje el que retrasaría los procesos administrativos afectando a la imagen institucional.

Palabras claves: coordinación, comunicación organizacional, procesos administrativos, clima organizacional.

SUMMARY.

Bibliographical information regarding organizational communication in the administrative processes was compiled as a fundamental part of the fulfillment of the objectives and goals of the organizations; On this occasion, a survey with quantitative methodology was carried out at the Laica Eloy Alfaro de Manabí University, Bahía de Caráquez University to determine; the efficiency of communication and the transfer of information necessary to comply with the daily tasks performed within the administrative processes, identify the flaws that are included in them that could result in poor organization and communication within the organizational area, improve the tools that are available to apply them efficiently, all in order to improve. For the collection of information, research techniques were used such as: documentary research and field

research. Once the surveys, interviews and sampling were applied, tools that measure reliability and validity such as the SPSS program and Microsoft Excel were used. With the results obtained, it was found that in the Lay University Eloy Alfaro de Manabí Bahía de Caráquez Extension, in general, the organizational communication is excellent and very good, not to mention that there is a high percentage that considers it between good and regular, and it is this percentage that would delay administrative processes affecting the institutional image.

Keywords: coordination, organizational communication, administrative processes, organizational climate.

INTRODUCCIÓN.

En el campo empresarial se pueden encontrar miles de falencias que requieren de solución, acompañadas a estas también se encuentran un sin número de métodos y herramientas que pueden dar solución a estos problemas, es lógico concluir que la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Extensión Bahía de Caráquez que, aunque gestionan y generan soluciones a los problemas que se le presentan, no está exenta de errores, es por eso que el fin de la investigación es ayudar a superar de forma eficiente esos contratiempos y proporcionar la mejor manera de sobrellevarlos.

La comunicación es la principal vía de transmisión de información, esta se genera a partir de dos o más individuos en los que actúan una serie de elementos que hacen posible este traspaso de información, en el campo laboral no es diferente, se encontrarán estos mismos elementos que de hecho facilitan los procesos administrativos para el cumplimiento de objetivos y metas de cualquier entidad.

La recopilación junto con la combinación de los elementos de la comunicación y los procesos administrativos ayudarán a hallar las soluciones oportunas ante cualquier situación que se presente.

La comunicación organizacional.

Comunicación en el campo laboral.

Rivera, Rojas, Ramírez & Fernández (2006) consideran que;

La comunicación es una herramienta de gestión, porque permite la incertidumbre del futuro y desarrollar perspectivas acerca del comportamiento social de los individuos; cuando la comunicación es fluida, los procesos de intercambio se asignan, se delegan funciones y se establecen compromisos en todos los niveles.

Freijeiro (2010) basándose en las teorías de Elton Mayo relacionadas con el papel que cumple la comunicación en el área laboral indica que;

La conducta y los sentimientos están muy relacionados, que las influencias del grupo afectan de manera significativa al comportamiento individual, que las normas del grupo establecen la productividad individual del trabajador, y que el dinero es un factor menos importante para determinar la productividad que los estándares, los sentimientos y la seguridad del grupo.

En pocas palabras, en cualquier ámbito laboral, la comunicación es importante para la productividad de los colaboradores, agilizando su nivel de respuesta ante cualquier situación que requiera de una solución rápida y precisa, dándole no sólo más confianza en sus decisiones sino también un empuje para el cumplimiento de metas del lugar en donde trabajan, haciendo que junto con ellos la empresa o institución progresen.

Organización.

Describiendo lo que implica la organización de actividades Segredo (2013) enfatiza la comprensión del fenómeno organizacional como;

Una necesidad de todos los profesionales que tienen alguna responsabilidad en el manejo de personas y recursos en una sociedad moderna donde el avance acelerado de la ciencia

y la técnica la obliga a competir dentro de un mercado cuya dinámica está pautada fundamentalmente por el desarrollo.

En cambio Chiavenato, Rodríguez, & Álvarez (2014) empiezan describiendo que la estructura de una organización está conformada por "personas y recursos no humanos (físicos, y materiales, financieros, tecnológicos, mercadológicos)."

Se define organización a la acción natural de priorizar determinados procesos para el cumplimiento de metas, sea esta grupal o individual. Todos utilizamos la organización en cada aspecto de nuestras vidas si queremos cumplir un fin determinado, y no se diferencia mucho de una institución o empresa que se organiza para cumplir a cabalidad cada aspecto de sus procesos administrativos para cumplir sus metas como organización.

Comunicación organizacional.



Fuente: Capriotti/Comunicación Interna/ 1998.

Capriotti (1998) refiriéndose de nuevo a la comunicación interna como pieza fundamental de la comunicación organizacional explica que de esta forma "la organización adquiere una dinámica y un estilo particular, la Organización Comunicante, adoptando una conciencia comunicativa fuerte en todos los niveles organizativos, desde la gerencia general hasta la empleados de contacto con el público;" "Cada nivel dentro de la organización tendrá unas responsabilidades de comunicación, y cada uno contribuirá a

que la compañía adquiriera un carácter comunicativo ágil y dinámico" (Capriotti, 1998).

A diferencia Castro (2014) expresa lo siguiente "dentro de las organizaciones existe un ansia insaciable de los empleados por conocer el mayor número de información; así que cuanto mayor sea la comunicación, la sensación de ansiedad disminuye y se pierde menos tiempo."

Según la información recopilada de la comunicación y la organización se define un concepto de la comunicación organizacional, combinando los elementos de la comunicación con los procesos de la organización formando parte netamente fundamental en los procesos administrativos de cualquier organización para poder transmitir información dentro del grupo de personas que maneje.

Formas de comunicación.

Dentro de las formas de comunicación se definen cuatro; formal, informal, interna y externa.

Andrade (2005) referente a la comunicación formal dice lo siguiente "es la que se da a través de las fuentes y/o canales oficiales de la organización."

En cuanto a la comunicación informal expresa que "es la que utiliza la red no oficial de relaciones interpersonales" (Andrade, 2005).

Siguiendo con la comunicación interna la define como;

Conjunto de actividades realizadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales (Andrade, 2005).

Al explicar el concepto de comunicación externa, se entiende que es el "conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos,

encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios" (Andrade, 2005).

Aunque Castro (2014) sólo cita dos formas de comunicación (formal e informal) contrasta con el autor anterior, en cuando al primer tipo de comunicación mencionada dice lo siguiente; "la considerada comunicación formal en las organizaciones tiene direccionalidad, la cual indica la importancia o la intencionalidad de la misma."

Lo que se resumen en un tipo de comunicación cerrada en donde la empresa sólo comunica, no habiendo interacción entre la dirección y empleados.

Después resalta la comunicación informal como un;

Estilo de relaciones que está basado en la espontaneidad, no en la jerarquía; surge de la interacción entre los miembros y del desarrollo del afecto o amistad entre las personas; aunque no precisamente se establecen lazos afectivos entre las personas que nos rodean en el trabajo. La comunicación informal puede beneficiar o perjudicar a las empresas, según cómo se emplee (Castro, 2014).

Flujos de comunicación.

Los flujos de comunicación pueden ser verticales (ascendentes y descendentes), horizontales y diagonales, dependiendo de lo que requiera la situación de la organización es sus procesos administrativos y de comunicación.

Andrade (2005) escribió sobre los flujos de la comunicación describiendo el flujo vertical de esta manera; "la comunicación vertical es la que se da entre los diferentes niveles jerárquicos de la organización; es ascendente cuando la información sube de un nivel inferior a otro superior, y es descendente cuando viaja en el sentido opuesto."

"La comunicación horizontal es la que se da entre las personas que están en el mismo nivel jerárquico, sea que formen parte de la misma área o que pertenezcan a áreas distintas" (Andrade, 2005).

"La comunicación diagonal era la que se establece entre personas de distintos niveles y áreas" (Andrade, 2005).

Esther (2007) indica que los anteriores flujos mencionados también actúan de manera dependiente a la comunicación en sí, recalca que son importantes para el manejo de los procesos cognitivos de los empleados y al cumplimiento de las metas de la organización.

Castro (2014) desde su punto de vista define a la comunicación descendente como; "la dirección o gerencia hacia el personal. Generalmente la constituyen comunicaciones institucionales de la empresa como normas, procedimientos y reglamentos."

En la misma línea explica que la comunicación ascendente se comprende cómo; "Personal hacia la dirección, gerencia o presidencia de la empresa. Esta es fundamental, pues les da a las directivas de la empresa una visión del clima laboral existente, que puede ayudar a aclarar malos entendidos, rumores o incomunicaciones" (Castro, 2014).

Seguido del anterior aparece la comunicación horizontal; "entre el personal de igual jerarquía o pares. Esta es necesaria para la buena coordinación e integración de los departamentos de las empresas y las funciones que desempeñan dentro de su engranaje" (Castro, 2014).

Cómo último menciona a la comunicación diagonal; "entre miembros de departamentos diferentes que se cruzan, no necesariamente cubriendo la línea de forma estricta" (Castro, 2014).

Clima organizacional.

Rivera, Rojas, Ramírez & Fernández (2006) consideran que el ambiente es fundamental en una organización, textualmente dicen lo siguiente:

En las organizaciones es fundamental que exista un clima organizacional democrático, de prosperidad y sosiego, donde haya armonía, respeto entre la Alta Gerencia y el resto

del personal y por supuesto que exista reconocimiento laboral, donde el personal sea motivado, y de esa manera éste aportar valor e inspiración a sus otros compañeros. Según Iglesias & Sánchez (2015) el clima laboral es considerado como; Un filtro por el cual pasan los fenómenos objetivos de una organización, que al ser percibidos por los individuos que la integran, generan un determinado clima que repercute sobre las motivaciones y el comportamiento y obviamente, suscita disímiles consecuencias a la organización.

A raíz de lo analizado se concluye que; primero, la comunicación organizacional en los procesos administrativos es esencial para el cumplimiento de objetivos y metas de una organización, y que a su vez influyen factores que no solamente están dentro de la empresa sino fuera de ella, dependiendo del modo de mando del líder se definirá como serán sus empleados y su accionar cuando se presenten X o Y situación que requiera de una solución inmediata.

Procesos administrativos.

Procesos.

“Conjunto de actuaciones, decisiones, actividades y tareas que se encadenan de forma secuencial y ordenada para conseguir un resultado que satisfaga plenamente los requerimientos del cliente al que va dirigido” (Emilio, 2008).

“Sucesión de actos o acciones realizados con cierto orden, que se dirigen a un punto o finalidad, así como también al conjunto de fenómenos activos y organizados en el tiempo” (Palacios, 2011).

Se puede determinar que un proceso es una serie de acontecimientos o acciones que se dan de manera sistemática u ordenada para alcanzar un objetivo determinado.

Administración.

Hurtado (2008) determina qué;

La administración es de naturaleza humana, dado que se realiza través del pensamiento del hombre. Se encuentra presente en cualquier actividad, por pequeña que sea; esto es así porque la planificación, la organización, la dirección, el control, la toma de decisiones, la coordinación y la comunicación son las categorías que llevan a concretar la producción en las organizaciones.

En discrepancia Luna (2015) explica el arte de administrar como; “el proceso que consiste en aplicar con efectividad, la planeación, la organización, dirección y control en las empresas, utilizando los recursos adecuados para lograr los propósitos fijados.”

En resumen se puede determinar que la administración es un proceso que se encuentra inmerso en cualquier actividad realizada por el ser humano ya sea dentro o fuera de una empresa, de manera coordinada y teniendo en cuenta sus procesos para alcanzar los objetivos fijados.

Procesos administrativos.

“El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral con el propósito de alcanzar los objetivos que se desean” (Córdova, 2012).

Ricalde (2014) menciona en un su libro “Proceso Administrativo” que;

Se le llama proceso administrativo porque dentro de las organizaciones se sistematiza una serie de actividades importantes para el logro de objetivos: en primer lugar estos se fijan, después se determinan los recursos necesarios, se coordinan las actividades y por último se verifica el cumplimiento de los objetivos.

Chiavenato (2001) menciona que; Se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes sean cuales fueren sus aptitudes o habilidades

personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas de la organización a la que pertenece.

Se puede decir que un proceso administrativo es un conjunto de fases que se dan dentro de una organización en la cual se desarrollan actividades para el logro de los objetivos planeados.

Etapas de los procesos administrativos.

Fases mecánicas.

Planeación.

“Consiste en determinar los objetivos y cursos de acción; en ella se determinan: Las metas de la organización y las mejores estrategias para lograr los objetivos” (Ricalde, 2014). Según Luna (2015); La planificación representa el inicio y la base del proceso administrativo. Sin esta lo que se realice en la organización, dirección, y control no tiene razón de ser, dado que funcionaria sin haber determinado los resultados que persigue todo organismo social y esto sería poner en peligro su futuro.

Chiavenato (2001) considera qué; La planificación presenta los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. Son la guía para que las organizaciones obtengan y comprometan los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos propuestos, se desempeñan actividades congruentes con los objetivos y procedimientos elegidos.

Es decir, la planificación es la primera parte de los procesos administrativos y la más importante ya que sin esta los otros procesos no tendrían sentido, tiene como finalidad el determinar que, cuando y donde se realizaran operaciones para el cumplimiento y alcance de los objetivos propuestos.

Organización. “Es el proceso para comprometer a dos o más personas para trabajar juntas de manera estructurada con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas” (Chiavenato, 2001). “Es el diseño y fijación de las estructuras, procesos, funciones, responsabilidades, métodos y técnicas que ayudan a simplificar el trabajo, con el propósito de obtener la maximización de los recursos materiales, financieros, tecnológicos y humanos, para la realización de los fines que la empresa persigue” (Córdova, 2012).

Realizando una síntesis, la organización es la distribución de actividades de manera específica para cada persona y de este modo trabajar estructuradamente en conjunto para alcanzar los fines u objetivos planeados por y para la empresa.

Fases dinámicas.

Dirección.

En base a la explicación de (Córdova, 2012) la dirección; Es la ejecución de las actividades desarrolladas en la planeación y organización, conduciendo y orientando los recursos, mediante la toma de decisiones, comunicación, motivación liderazgo. Se trata de controlar las operaciones por medio de la cooperación y esfuerzo de los subordinados, con el fin de lograr altos niveles de productividad.

“Es el proceso donde se dirige e influye las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera con respecto a una tarea. Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales.” (Chiavenato, 2001)

En la dirección se da la realización de las actividades distribuidas anteriormente en la organización tomando en cuenta los recursos para de este modo lograr un incremento en el grado de productividad.

Control.

Según Chiavenato (2001) “es la última fase del proceso administrativo y el gerente debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización, que de hecho la conducen hacia las metas establecidas.”

Córdova (2012) en cambio determina que “en esta etapa se establecen estándares para evaluar los resultados obtenidos, con el objeto de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente las operaciones.”

El control es el análisis de todas las actividades hechas en los procesos anteriores y la verificación de que estén bien realizadas de lo contrario lo más correcto es implementar correctivos al respecto a través de distintos medios que permitan encaminar de nuevo los procesos de manera correcta para alcanzar los objetivos.

Material y Métodos.

Con la finalidad de investigar la comunicación organizacional en los procesos administrativos se realizó la revisión de bibliografías y trabajos académicos existentes basados en definiciones, conceptos, formas y flujos referentes a la comunicación organizacional y a los procesos administrativos.

La investigación realizada se considera que es de tipo descriptiva, puesto que “se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación, y la revisión documental” (Bernal, 2006).

La población está formada de la siguiente manera: 3 hombres y 14 mujeres, sumando un total de 17 funcionarios de la extensión universitaria, y al ser una población pequeña se aplica la encuesta a la totalidad de la población.

Para la realización del trabajo de campo, se diseñó una encuesta de modelo Servqual, el mismo que “un instrumento de análisis cualitativo/cuantitativo resumido de escala múltiple con un alto nivel de fiabilidad y validez, muy apropiado para dar información sobre la calidad percibida de los servicios que se reciben, tanto de los clientes internos como externos” (Mora Martínez, 2003).

Es importante destacar que los funcionarios fueron informados sobre la investigación que se estaba realizando y que ésta tenía finalidad académica y que los resultados obtenidos se darían a conocer a los directivos y al personal administrativo.

ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Estadísticos de fiabilidad.

Alfa de Cronbach	de	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	de	N de elementos
,813		,804		17

Elaborado por: María Mar Moncayo.

Según el estadístico de fiabilidad (Cronbach) el resultado de la tabulación en la encuesta aplicada al personal administrativo de la ULEAM Extensión Bahía de Caráquez es altamente confiable.

En la encuesta realizada se tomó en consideración la comunicación en todos sus niveles entre las personas que conforman el área administrativa y sus procesos, junto con las herramientas de utilización para las mismas;

Considera adecuadas las estrategias aplicadas para comunicar los procesos desarrollados en la institución (carteleras, página web informativa, correos institucionales, buzón de sugerencias, socializaciones presenciales).

De acuerdo con el tema a encuestar en este ítem el 40% del personal administrativo calificaron las estrategias de comunicación que se emplean dentro de la institución como excelente, el 6,7% como muy bueno, el 46,7% como bueno y el restante 6,7% como regular.

Recibe “en forma oportuna” la información que requiero para el desarrollo de mis actividades laborales.

Según la información receptada, el 13,3% del personal manifestó que existe alta fluidez en el traspaso de la información, calificándola como excelente, el 46,7% como muy bueno, el 33,3% solamente como bueno y el restante 6,7% como regular.

Existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización (jefe-colaborador, colaborador-jefe).

En consideración al nivel de este el 13,3% de los encuestados calificaron a este sistema de comunicación dentro del traspaso de información como excelente, el 60% como muy bueno, el otro 20% como bueno y el restante 6,7% lo califico como regular.

Evalué de manera general la comunicación dentro de la institución.

Enfocados de forma global el 6,7% del personal administrativo calificó la comunicación dentro de la institución de manera general como excelente, la mayoría de los encuestados que conforman el 53,3% la calificó como muy buena, el 26,7% solamente como buena y el restante 13,3% como regular.

DISCUSIÓN.

Sobre los resultados obtenidos se puede concluir que un 46,7% del personal administrativo a quienes se realizó la encuesta, califican como excelente y muy buenas las estrategias aplicadas para brindar una eficiente comunicación dentro de la organización. Con igual porcentaje, esto es 46,7% consideran como buenas estas estrategias, pero que no satisfacen en su totalidad las necesidades de los usuarios y apenas un 6,6% de los encuestados manifestaron que estas herramientas aplicadas para la comunicación institucional son regulares. Pero, con la suma de los porcentajes del personal administrativo que calificaron estas estrategias como buenas y los que calificaron como regulares, se tiene que un 53,3% del personal administrativo no se siente conforme con la aplicación de las diferentes estrategias de comunicación utilizadas por la institución.

Los resultados del punto a discutir sobre el recibo de información de manera oportuna para que el personal administrativo realice sus tareas diarias en la institución, arrojaron que un 60% de los funcionarios que forman parte del desarrollo de los procesos administrativos dentro de la extensión la calificaran como excelente y muy buena, en cambio el 33,3% la calificó sólo como buena, lo que conlleva a que el restante 6,7% la considere regular, la suma de los dos últimos porcentajes estipulados dan como resultado que un 40% de las personas encuestadas determine que este aspecto es ineficiente, que no cubre las necesidades informativas requeridas para realizar su trabajo, esto podría generar la desorganización de las actividades delegadas para cada una de las personas que forman parte del personal administrativo.

Además de la relación de comunicación entre el personal del mismo rango, es importante considerar el nivel de comunicación entre jefe-colaborador, colaborador-jefe, este sistema corresponde al de doble vía, en donde los empleados aportan ideas para el buen funcionamiento de las actividades que se realizan para mejorar sus servicios académicos y viceversa, sólo el 13,3% del personal encuestado la calificó como excelente, es decir,

existen problemas entre la relación que hay entre ambos componentes, seguido, la calificación de muy buena corresponde al 60% de ellos que la calificaron de esta manera, la unión de ambos porcentajes generan que un 73,3% la considere eficiente pero, la suma de los dos adjetivos calificativos (bueno y regular) sobre el sistema comunicacional entre la dirección y los trabajadores arrojan un resultado del 26,7% de los trabajadores del área administrativa que muestran inconformidad o falencias en esta relación comunicacional. El último punto a tratar se centró en la comunicación de forma global dentro de la institución, es preocupante notar que solo el 6,7% la considere excelente, aunque el adjetivo de muy bueno es un porcentaje alto contando con el 53,3%, lo que se busca en cualquier actividad, en este caso administrativa- académica, es la excelencia, además de los resultados anteriores, los porcentajes que se encontraron en la calificación de bueno con un 26,7% y regular que cuenta con un 13,3% conllevaron que la suma de ambos resulte en un 40% de los funcionarios administrativos que la consideran ineficaz e ineficiente en el cubrimiento de esta necesidad básica del ser humano que se realiza también dentro de la institución.

Conclusiones

Un alto porcentaje de personal administrativo que no está satisfecho con las estrategias de comunicación aplicadas en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez, alcanzando un 53,3% una calificación de bueno y regular.

La mayoría de los empleados administrativos están satisfechos con la fluidez de la información, manifestando que reciben a tiempo la información necesaria para el desarrollo de sus actividades; sin embargo, un 40% califica a esa fluidez de información como buena y regular.

Una mayoría representada por un 60% considera de manera general que la comunicación dentro de la institución debe ser calificada como muy buena y excelente, puesto que permite realizar de manera oportuna todos los procesos administrativos institucionales.

Recomendaciones.

Brindar capacitaciones continuas a todo el personal, sobre las bondades de las estrategias de comunicación que aplica la institución, permitiendo y aceptando las sugerencias válidas que puedan mejorar la aplicación de las estrategias existentes o incluir nuevas estrategias que optimicen los recursos y alcancen mejores resultados en la transmisión de información.

Realizar un manual interno de procesos que permita medir la eficiencia de los colaboradores en el manejo de información y comunicación oportuna; identificando los cuellos de botella donde se estanca la información, y tomando las medidas correctivas para superar los problemas comunicacionales.

Desarrollar reuniones permanentes con el personal administrativo, permitiendo una comunicación de doble vía que mantenga informado a todo el personal sobre los procesos que se realizan en la institución y la importancia del trabajo de cada uno de sus integrantes, comunicando cualquier anomalía al siguiente eslabón en la cadena de proceso.

BIBLIOGRAFÍA.

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica* (Primera ed.). España: Netbiblo.

Capriotti, P. (1998). *La comunicación Interna* (Primera ed.). Tarragona, España: Reporte C&D Capacitacion y Desarrollo. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de

- https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=definici%C3%B3n+de+comunicaci%C3%B3n&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DFw2BljvJQJ4J
- Castro, A. d. (2014). *Comunicación organizacional. Técnicas y estrategias*. Bogotá: Universidad del Norte. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WyKVBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR14&dq=info:TDbVmE5g6F8J:scholar.google.com/&ots=edqzRRE3GW&sig=dfOX31FXIzGd3vsl-ZLGFucYGFc#v=onepage&q&f=false>
- Chiavenato, I. (2001). *La Administración, modelo, productividad, administración de productividad total, competitividad, exportaciones y calidad*. Colombia: McGraw-Hill/Interamericana. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de [http://files.alejandro9188.webnode.cl/200000014-d6be3d7b71/Adm%20y%20Productividad%20Competitividad%20\(1\).pdf](http://files.alejandro9188.webnode.cl/200000014-d6be3d7b71/Adm%20y%20Productividad%20Competitividad%20(1).pdf)
- Chiavenato, I., Rodríguez, L., & Álvarez, A. (2014). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (Séptima ed.). MacGraw-Hill/Interamericana. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de https://scholar.google.es/scholar?start=30&q=la+organizaci%C3%B3n&hl=es&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DNzf3vxsJEJoJ
- Córdova, R. (2012). *Proceso Administrativo* (Primera ed.). México: Red Tercer Milenio. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de http://www.utsvirtual.edu.co/sitio/blogsuts/procesoadministrativo/files/2014/05/Proceso_administrativo-Parte1.pdf
- Emilio, S. (18 de Septiembre de 2008). *Consultores Documentales*. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de www.conocimientopractico.ec: <http://sorprendemos.com/consultoresdocumentales/?p=7373>
- Esther, C. (2007). La comunicación de la organización; la retroalimentación como fuente de satisfacción Razón y Palabra Monterrey México 56. *Razón y Palabra*(56), 7. Recuperado el 26 de Mayo de 2019, de <https://www.redalyc.org/html/1995/199520729022/>
- Freijeiro, S. D. (2010). *Técnicas de comunicación. La comunicación en la empresa* (Primera ed.). Madrid, España: Ideaspropias. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IW6->
- APROXIMACIÓN DIAGNOSTICA DE TENSIONES EN EL APRENDIZAJE QUE PRESENTAN GRUPOS ESPECIFICOS DE ESTUDIANTES, RELACIONADOS CON CONTEXTOS DE SOCIALIZACION EN SUS DIMENSIONES FAMILIARES Y COMUNITARIAS: HISTORIAS DE VIDA

AUTORES:

Barbaran Morante Angélica María
Anzules Cusme Jennifer Aidé

COAUTOR:

. Lorena Saltos Dueñas, Lcda.
loresaltos@hotmail.com

RESUMEN

La aproximación diagnóstica de tensiones en el aprendizaje que presentan grupos específicos de estudiantes, relacionados con contextos de socialización en sus dimensiones familiares y comunitarias: historias de vida”, se planteó como objetivo

“Describir características psicosociales de los sujetos que participan del acto educativo en función de su contexto: escolar, familiar y comunitario”, cuya problemática se enfocó en “El sujeto que aprende dentro de su contexto escolar, familiar y comunitario considerando las características psicosociales en su desarrollo social, afectivo y cognitivo”, partiendo de una metodología del enfoque cualitativo con la técnica de la observación, la de revisión de documentos y la entrevista a profundidad utilizando el método biográfico narrativo, obteniendo como resultado que en el contexto familiar los dos sujetos tienen un buen fundamento de los valores y principios, en el contexto escolar son aplicados y tienen como prioridad la ejecución de sus tareas y en el contexto social ambos se involucran con su entorno, llegando a las siguientes conclusiones: En el contexto escolar se determinó que los dos estudios de casos tienen un nivel cognitivo alto y presentan responsabilidad en las presentaciones de tareas. En el contexto familiar ambos casos responden a la estructura familiar, basados en normas y principios impartidos por sus progenitores. En el ámbito social la relación con las personas relacionadas con su entorno contribuyen al mejoramiento de las relaciones sociales teniendo como resultado la integración con los mismos.

Palabras claves: Sujeto, objeto, contextos, características, psicosociales.

SUMMARY

The research had as its theme "Diagnostic approach of tensions in learning presented by specific groups of students, related to contexts of socialization in their family and community dimensions: life stories", the following objective was proposed: "Describe psychosocial characteristics of subjects who Participate in the educational act according to its context: school, family and community ", whose problem focused on" The subject who learns within their school, family and community context considering the psychosocial characteristics in their social, affective and cognitive development ", starting from a methodology in the qualitative approach with the technique of observation, document review and in-depth interview using the narrative biographical method, obtaining as a result that in the family context the two subjects have a good foundation of values and principles, in the context escolar are applied and have as priority the execution of their tasks and in the social context both are involved with their environment, reaching the following conclusions: In the school context it was determined that the two case studies have a high cognitive level and present responsibility in your homework presentations. In the family context both cases respond to the family structure, based on rules and principles taught by their parents. In the social field, the relationship with people related to their environment contribute to the improvement of social relations, resulting in their integration.

Keywords: Subject, object, contexts, characteristics, psychosocial

INTRODUCCIÓN

Diseño Teórico

La investigación biográfica-narrativa de una historia de vida, parte de la interpretación de situaciones observadas del objeto de estudio desde la realidad, escolar, familiar y social. Desde este punto (Moreno ,2011) se refiere: “Una historia de vida es una técnica narrativa que consiste en la elaboración de un relato autobiográfico con finalidad de investigación. Es utilizada en diferentes contextos y disciplinas, o en las investigaciones de tipo sociológico, psicológico o antropológico.” Y que debemos de seguir un método para determinar el hecho en estudio, en este caso (Alcaíd, 2017), menciona.

El método biográfico o historia de vida constituye una metodología de investigación cualitativa, que integra los relatos de toda una vida o de determinadas etapas o

acontecimientos biográficos de relevancia de la persona estudiada, además de toda la información o documentos de los que se pueda disponer sobre la vida del sujeto objeto de estudio, con el propósito de conocer y analizar la percepción de la realidad social de la persona estudiada. **Fuente especificada no válida.**

Cabe señalar que el método biográfico se relaciona a la historia de vida de un individuo, en si en un estudio de caso refiriéndose a una determinada persona, no solo comprende el relato de la historia de vida si no también información o documentación adicional que permitan reconstruir de la forma más exhaustiva y reflexiva posible. El método biográfico constituye una metodología de investigación cualitativa, que integra los relatos de toda una vida o de determinadas etapas o acontecimientos biográficos de relevancia de la persona estudiada. Desde este punto y Según **Fuente especificada no válida.** “El método biográfico se dirige a mostrar el testimonio subjetivo de una persona en el que se recogen acontecimientos que esta persona hace de su propia existencia”.

Toda la información o documentos que se pueda disponer sobre la vida del sujeto, (objeto de estudio) es con el propósito de conocer y analizar la percepción de la realidad social de la persona estudiada. Para **Fuente especificada no válida.** “Un objeto es aquello que se estudia, de la cosa o problema sobre la cual deseamos saber algo” significa que se intenta obtener un conocimiento que concuerde con la realidad del objeto, que lo describa y explique tal cual es y no como desearíamos que fuese. **Sujeto en el aprendizaje.**

Contexto, familiar, escolar y social

La familia es el primer ámbito educativo. Allí aprenderán los niños a respetar al otro, a comportarse y a hacerse entender. Desde este punto (Cuevas, 2004) se refiere: “Las pautas educativas que de haber en la familia para poder educar a los niños”. Por eso el rol de la familia debe ser reinterpretado y trabajado, en este caso **Fuente especificada no válida.** Además la familia determina las características individuales del hombre; las exigencias y estímulos que se generan crean un clima adecuado, lleno de afecto y consideración, que influyen positivamente en la autoestima de los niños. “Dentro de este ámbito los hijos realizan un tránsito determinante de lo biológico a lo social, de la indiferenciación a la individualidad”, según lo expresa García 2017: La familia debe ser consciente del enorme potencial que su pequeño o pequeña está a punto de desplegar, confiando en la escuela y su profesorado como el terreno apropiado donde puede hacerlo, y sentirse miembros partícipes y protagonistas, e incluso, transformadores, de la vida escolar. Participar y disfrutar de las experiencias y vivencias de la escuela con sus hijos e hijas es la forma más bella de implicación en su aprendizaje y educación.

Desde este punto (Valencia, 2012) determina la importancia que tiene la familia para el niño y la niña, especialmente para su desarrollo social, ya que esta representa el primer escenario esencial de la socialización, entonces desde la cultura local la familia se la menciona como un sistema que necesariamente debe de proveer una serie de características basada en principios y valores que la constituyen. La calidad de la relación familiar influye de una manera significativa en el desarrollo de la dimensión social, los estudios de la psicología reconocen la familia como un factor determinante en los procesos de socialización de la primera infancia, por lo que la familia según (BRONFENBRENNER.U, 1987) es el grupo humano primario más importante en la vida del hombre, la institución más estable de la historia de la humanidad. La escuela representa el marco en el que se desenvuelven los actores educativos. Desde este punto **Fuente especificada no válida.** se refirió: “La escuela debe ser abierta, un lugar de encuentro; respetuoso, democrático y participativo que ofrezca muchas oportunidades y espacios donde las familias puedan participar, intercambiar y compartir con el

profesorado, concediendo mucho valor a los momentos cotidianos” El contexto escolar determina la integración del sujeto, es el espacio donde este se comenzará a formar su actitud y a formar su carácter ya que el ser humano por naturaleza necesita relacionarse con otras personas en la que nacen nuevos patrones de relaciones entre familia y escuela totalmente alejadas. Desde este punto **Fuente especificada no válida.**, menciona: “Esta perspectiva ha ido desapareciendo en estos últimos años por la idea de que las responsabilidades son compartidas”. En este sentido la labor del maestro debe ser coordinada con los actores familiares, las experiencias de los padres y madres son influyentes en la vida del escolar, (García, 2008) dice “El vivir es un proceso de construcción colectiva, donde se constituyen tanto la individualidad como la colectividad. Es un proceso comunicativo, donde lo habitual es que las personas intercambien opiniones y certezas sobre ciertos aspectos del mundo, que vivan en consecuencia y muestren evidencias de las mismas.

(Sara, 2015) El contexto social es el conjunto de personas y otros agentes (publicidad, medios de comunicación, la economía, ideologías...) que comparten una cultura y que interactúan entre sí, dando lugar a un conjunto de situaciones, fenómenos y circunstancias que tienen evidentes consecuencias sobre los sucesos que acontecen en dicho entorno.

Para Vygotsky, el contexto social influye en el aprendizaje más que las actitudes y las creencias; tiene una profunda influencia en cómo se piensa y en lo que se piensa. (Sara, 2015) Y (García, 2008) opinan que el contexto social forma parte del proceso de desarrollo y, en tanto tal, moldea los procesos cognitivos. La influencia del contexto es determinante en el desarrollo del niño; por ejemplo: un niño que crece en un medio rural, donde sus relaciones solo se concretan a los vínculos familiares va a tener un desarrollo diferente a aquel que esté rodeado por ambientes culturales más propicios.

El niño del medio rural desarrollará más rápido su dominio corporal y conocimientos del campo; el del medio urbano tendrá mayor acercamiento a aspectos culturales y tecnológicos. (NARVAEZ., 2008).

El desarrollo social es la habilidad de relacionarse con otras personas mediante la comunicación, se origina cuando existe un vínculo de relaciones familiares o personas fuera de nuestro entorno las cuales van a influenciar en el desarrollo psicosocial del sujeto

Características psicosociales en el desarrollo social del sujeto.

Los cambios psicosociales son de vital importancia en el desarrollo del sujeto, estos determinan sus rasgos y características propias de cada individuo en su desarrollo de acuerdo a lo que piensa Elsevier 2015

(Krauskopof, 1999) Refiere que el desarrollo humano tiene por meta el enriquecimiento personal y social progresivo que avanza en la adolescencia mediante la actualización de capacidades que permitan la convivencia social positiva, rescatando las necesidades personales y el progreso colectivo en un ajuste e integración transformadores.

El desarrollo que se produce entre las tendencias individuales, las adquisiciones psicosociales, las metas socialmente disponibles, las fortalezas y desventajas del entorno, nos permite conocer y diferenciar a cada sujeto de acuerdo a su edad.

La construcción social del conocimiento demanda el establecimiento de relaciones consistentes entre los diferentes factores psicosociales que intervienen en el proceso, no se trata de una interpretación o reconstrucción cognitiva de lo que nos rodea asociada con experiencias afectivas para dar lugar a una forma de entender la vida (Doise y Mackie, 1981), también es importante las interacciones de los protagonistas con otros seres sociales activos del entorno en lo que interactúa, por lo que las experiencias afectivo emocionales asociadas, nos dan la pauta de entender como es la vida. Por tanto, este

enfoque no es incompatible con la perspectiva cognitivo-evolutiva (Valsiner, 1996; Vila, 1996) pero se diferencia de esta por la inclusión de las interacciones y sus correspondientes vinculaciones entre los protagonistas, y por tener una visión de las experiencias afectivas asociadas como mediadoras en el proceso. Obviamente el desarrollo personal y social de cada individuo admite otros muchos abordajes, pero los aquí presentados son muy importantes. Se considera, en primer lugar, la incidencia que tienen las interacciones sociales producidas en el proceso de construcción del conocimiento sobre el desarrollo psicosocial. Y, en segundo lugar, se incide en el papel decisivo que los modos de entender la vida juegan en los procesos de socio personalización.

Característica social del sujeto que aprende.

(Rumelhart y Norman, 1978). Proponen tres formas diferentes de aprendizaje por esquemas: aprendizaje por agregación, aprendizaje por reestructuración y aprendizaje por ajuste. Como puede deducirse, esta visión del “que hacer intelectual cognitivo” de un aprendiz organizando sus conocimientos para usarlos luego en la adquisición de nuevos conocimientos es esencialmente una visión constructivista del aprendizaje.

"Hay que destacar, ante todo, que siempre se trata de un proceso activo. Para apropiarse de un objeto, hay que efectuar la actividad correspondiente a la que está concretada en el objeto o el fenómeno considerado. Por ejemplo, cuando decimos que un niño se ha apropiado de un instrumento, significa que ha aprendido a utilizarlo correctamente, y que las acciones y operaciones motrices y mentales necesarias para ello se han formado" (Leontiev, 1983).

(Buron, 1988) propone otras terminologías como “conocimiento autor reflexivo” o “intracognición”. En definitiva, se trata de designar un proceso interno, personal, auto reflexivo sobre nuestros propios procesos de pensamiento y el alcance y los límites de nuestro propio pensamiento y aprendizaje.

El pensamiento es reversible, flexible y mucho más complejo se convierten en lógicos y dejan de ser intuitivo y se basan más en el razonamiento, adquieren mayor noción de sus acciones en donde el pensamiento lógico se desarrolla para llegar a conclusiones abstractas.

Características psicosociales del sujeto que aprende.

Este primer intento de comprender el aprendizaje individual autónomo desde una perspectiva que toma en cuenta de manera sistemática el contexto sociocultural, lleva a la conclusión de que lo que más determina su éxito es el carácter no instrumental de la motivación que se genera, y la manera de involucrarse emocionalmente. La organización del proceso enseñanza-aprendizaje que se realiza dentro de la escuela formal presenta, en gran parte, un contraste fuerte con el aprendizaje autónomo. Es dudoso que la percepción directa de la importancia de un conocimiento y lo inmediato de la vitalidad emocional es clara relación entre el conocimiento o contenido dado y todas sus referencias socioculturales. Mientras no sea el niño quien defina el contenido y la organización de su aprendizaje -a partir de su presencia en lugares habituales y de su participación en situaciones e interacciones ordinarias cotidianas que no se estructuran para la enseñanza -sólo cabe esperar que la motivación característica del aprendizaje autónomo sufra alteraciones significativas. (Bruner, 1973).

Esta inquietud ayuda a explicar en parte el carácter de la motivación que siente la niña, la tensión y el estar alerta. Pero su motivación se caracteriza también por una estimulación fuerte, por el entusiasmo y el gozo que siente. Es como sentirse literalmente llena de vida. No parece que su placer en la actividad tenga que ver con el orgullo o la satisfacción de haber logrado un conocimiento en particular o por haber mostrado una capacidad, sino

que se siente tan bien porque está participando en una actividad que tiene valor social. Su logro le ha permitido compartir con los demás una actividad de central importancia en sus vidas. descrito como "el gusto del trabajo en cuanto sea participación" (Lee, 1961). (Philips, 1972) expresa que el aprendizaje "informal", a edades relativamente tempranas llegan a estar capacitados para realizar varias actividades, entre ellas las mismas que efectúan los adultos para conseguir el sustento básico. Se espera que el niño tome la iniciativa en el aprendizaje, de quien aprende tenga una participación pasiva. Cuando el niño practica su destreza, cuando manipula y experimenta con objetos que tienen que ver con lo que está aprendiendo. Lo hace por su lado sin que alguien esté allí corrigiendo o evaluando.

METODOLOGÍA

Nivel de investigación- La investigación cualitativa:

La investigación cualitativa es el procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes para (Hernández, 2012) es construir un conocimiento de la realidad social, en un proceso de construcción-comprobación teórica, pues se trata de comprender el conjunto de cualidades interrelacionadas que caracterizan a un determinado fenómeno. Este procedimiento se basa en la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados según (Flick, (2012.) la observación, conversación y documentación. En este sentido la perspectiva cualitativa de la investigación intenta acercarse a la realidad social a partir de la utilización de datos no cuantitativos.

Método.- La investigación biográfica narrativa, constituye una metodología de investigación cualitativa, que integra los relatos de toda una vida o de determinadas etapas o acontecimientos biográficos de relevancia de la persona estudiada, ((UVEG), 2017 -) menciona que toda la información o documentos de los que se pueda disponer sobre la vida del sujeto objeto de estudio, es con el propósito de conocer y analizar la percepción de la realidad social de la persona estudiada.

El enfoque biográfico se construye a partir de los relatos personales que los sujetos narran a los investigadores. (Donoso1, 2017) Refiere que estas narraciones pueden dar cuenta de toda la vida de una persona o ser una narración más acotada a ciertos sucesos o acontecimientos de interés para quien investiga, en la que nos permitió con la aplicación de este método llegar a determinar las características psicosociales del sujeto que aprende en los diferentes contextos en la que este se desarrolla.

Técnicas y procedimientos.- La Observación: Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su análisis. (Puente, 2001-2017) Expresa que la observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Esta técnica fue utilizada para observar el contexto psicosocial del sujeto de estudio, en varios momentos. En un primer momento en la selección y escogimiento del sujeto objeto de estudio dentro y fuera de las aulas, en la que se observaron una serie de aspectos y determinar de la población en estudio, el caso o casos para su análisis e interpretación de la investigación, recurriendo a información de los Docentes en la orientación de características sobresalientes de algunos estudiantes que sobresalían en su comportamiento de acuerdo a criterios observados. En segunda instancia observamos el contexto familiar y social, en la que nos acercamos a conocer de manera directa la manera de cómo vive y se desarrolla el sujeto objeto de estudio, determinado ciertas características que son propias de este.

Análisis documental.- Consiste en seleccionar las ideas informativamente relevantes de un documento (Corral, 2015) se refiere a expresar su contenido sin ambigüedades para recuperar la información en él contenida. En referencia (Yohan, 2009) expresa que es un instrumento o técnica de investigación general cuya finalidad es obtener datos e información a partir de fuentes documentales con el fin de ser utilizados dentro de los límites de una investigación en concreto. Esta técnica la utilizamos para la revisión del record académico, comportamiento disciplinar y aspectos conductuales del sujeto en el ámbito escolar para conocer su nivel académico.

Entrevista a profundidad.- (ÁNCHEZ & GÓMEZ-ESTERN, 2014) Determina que el objetivo principal es indagar de manera exhaustiva a una sola persona, de forma de que la misma se sienta cómoda y libre de expresar en detalle sus creencias, actitudes y sentimientos sobre un tema en estudio. (Laura Díaz-Bravo, 2013) Lo define como una conversación que adopta la forma de un diálogo coloquial, comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Esta técnica la utilizamos para conocer de manera sistemática al objeto de estudio en sus diversas etapas según Piaget, información recopilada en el contexto de la familia.

Procedimiento.- Realizamos un instrumento “los estadios evolutivos según Piaget” las cuales aplicamos a los padres en función del contexto

El primer paso fue la realización de dos instrumentos “Ficha de observación” la cual fue aplicada para observar las cualidades, comportamiento y rasgos del objeto de estudio; además de la “entrevista” al directivo del área para determinar ciertas características y actitudes del grupo para poder seleccionar nuestra muestra.

Paso siguiente realizamos un instrumento “los estadios evolutivos según Piaget” las cuales aplicamos a los padres en función del contexto, en el cual los padres expresaron las diversas etapas del desarrollo del sujeto de estudio, determinando que el comportamiento psicosocial del sujeto se debe al entorno familiar, escolar y social.

Población: Estudiantes de la Unidad Educativa “Eugenio Espejo”

Muestra: Los sujetos de estudios fueron la Srta. Génesis Noelia Estrada Rosales y el joven Chica Chica José Wilter.

RESULTADOS

Conocer el contexto familiar del alumnado permitió acceder al entorno en el que crecieron y a comprender mejor su forma de ser, pensar y actuar. En primer lugar se debe señalar que las/os alumnas/os conviven en un entorno familiar armonioso con una base de valores y principios como consecuencia de la relación que existe entre la madre que ha estado siempre al frente de la niña haciéndose responsable en las actividades de ella y a la vez le ha permitido que tenga un concepto claro definido de familia, sin embargo la niña tiene una dirección en cuanto a la parte familiar, ya que la mamá tiene experiencia de vida y ha sabido orientarla, en relación al joven el entorno familiar es agradable, la madre una señora con experiencia y estricta, lo orienta sobre el respeto hacia los demás. Así pues, hacen referencia a muchos de sus familiares a la hora de comentar sus experiencias personales demostrando el gran vínculo que les une y que los tienen muy presentes. Igualmente no dudan en admitir la influencia de sus familiares en sus propias decisiones, lo que nos deja ver lo *importantes que son en sus vidas, en sus diferentes etapas del desarrollo cognitivo*, propuesta por Piaget referida para este estudio sobre el sujeto que aprende. En el contexto escolar nos permitió observar las características del sujeto-objeto, sus características personales en relación al entorno, se pudo describir que ambos casos la sociabilización dentro del aula no se realiza de

manera espontánea a causa de los demás chicos que son en gran parte conflictivos e imperativos, lo que trae como consecuencia que dentro del aula de clases sean chicos callados, pero en el momento de integrarse a realizar trabajos dentro del aula se integran en beneficio de sus desempeño académico, no son conflictivos y respetan a sus compañeros y a sus docentes. Esto nos permitió seleccionar nuestra muestra significativa para el estudio de caso. Observar el contexto social, permitió determinar las características del lugar donde viven los chicos; en el primer caso el lugar que reside es un barrio donde se puede notar personas de mala reputación, además el ruido a causa de la música hace que no haya un lugar tranquilo y armónico para la convivencia social, dando como resultado que la familia no se relacione con las personas del entorno y sobreprotegiendo al adolescente a causa de estos problemas. La convivencia del segundo caso, es un lugar tranquilo y agradable, los vecinos se relacionan y cuidan de los demás, organizan mingas para el bien de la comunidad, en consecuencia el orden predomina en este lugar. **Etapas sensorio – motora o sensomotriz (0-2 años)**

Lo que define a esta etapa es la obtención de conocimiento a partir de la interacción física con el entorno inmediato, el desarrollo cognitivo se articula mediante juegos de experimentación, teniendo presente su crecimiento y desarrollo, en este sentido, los sujetos de estudio, que son los objetos de investigación indistintamente repiten palabras como mama, papa, reconocen el entorno a temprana edad, como de juguetes u otros recurso para la diversión.

Es importante que en esta etapa se estimule al niño a desarrollar sus destrezas cognitivas y motricidades físicas, es importante que ellos experimenten e interactúen con el medio ambiente, ya sea por el juego o por la curiosidad a la repetición de acciones

Etapas pre operacional (2 a 7 años)

En esta etapa los niños comienzan a participar en el juego simbólico y aprenden a manipular objetos y símbolos, además de actuar y jugar siguiendo roles ficticios como jugar al papa y a la mama, buscan autonomía e independencia es decir comienzan a valerse por sí mismo y a desarrollar su lenguaje.

Este periodo es el más importante, es donde el niño comienza a experimentar y a desarrollar el pensamiento lógico en los objetos físicos, van relacionando números, áreas, volumen etc.

Etapas de las operaciones concretas (7 a 11 años)

La descripción de esta etapa se caracteriza por el desarrollo del pensamiento organizado y racional, es decir, marca el comienzo del pensamiento lógico aunque aún no son capaces de pensar de una manera abstracta, adquieren habilidades para resolver problemas de manera lógica siendo capaces de inferir que la cantidad del líquido contenido en un recipiente no depende de la forma que adquiere este líquido, ya que se conserva su volumen.

Se destacan cambios sociales que implican la disminución del egocentrismo, ambos casos empezaron a estar más presentados en cuanto su apariencia física, en el primer caso la relación social con otras personas es dificultosa, ya que es un chico tímido debido al círculo social del lugar donde vive y la sobreprotección de la madre, en relación con la joven que es sociable y se involucra en las actividades escolares y sociales teniendo bases fundamentadas de la responsabilidad y valores.

Etapas de operaciones formales

En este periodo inicia la adolescencia y el desarrollo de la madurez, en esta etapa se empieza a desarrollar una visión más abstracta y un pensamiento más lógico deductivo, se desarrollan habilidades cognitivas más sofisticadas y avanzadas, se forman conceptos teóricos y se usa la lógica para solucionar problemas.

Esta etapa es de madurez cognitiva, aunque la edad no determina la madurez; van adquiriendo capacidad para pensar de manera abstracta manipulando ideas y desarrollando habilidades para resolver problemas y dar sugerencias soluciones, ambos casos son chicos que opinan sobre posibles soluciones ante cualquier problema, sin embargo el primer caso es un chico que es sobreprotegido, no tiene una dependencia propia, en el caso de la joven aunque es una chica tranquila tiene dependencia en cuanto a lo que quiere ser y realizar, pero siempre contando con los consejos de parte de su progenitora, es una chica responsable y dedicada a sus estudios.

DISCUSIÓN

En el primer caso; el ambiente en el que convive es agradable y armonioso, la madre está pendiente de sus necesidades, la familia está conformada por padre, madre y dos hermanos, aunque el chico es tímido para relacionarse con otras personas, debido al entorno social en que vive, ya que es un lugar donde se evidencia personas de mala reputación él no ha optado por vincularse en ese mundo; además de existir mucho ruido de parte de los vecinos (música a muy alto volumen) el no sale de su casa, con todos estos problemas sociales la madre ha sabido guiarlo e impartirle valores que él tiene claro como el respeto y a decir “no” antes cosas que no estén correcta.<

El segundo caso; el entorno familiar en el que se desarrolla está integrado por sus padres quienes la cuida y guía, la chica tiene un pensamiento claro y definido de su personalidad, es humilde y sencilla y valora el esfuerzo que hacen sus padres para educarla, aunque su progenitora la tuvo a edad mayor ha sabido inculcarle el respeto, la humildad y la unión en familia, no se evidencia gente de mala reputación en el lugar, la adolescente se integra en las actividades que se realizan en el colegio y en la comunidad, tiene poca relación con el sexo opuesto; pero cuando se trata de realizar trabajos con ellos, ella se integra y ayuda a los que tienen problemas académicos.

Estas dos investigaciones no dan como resultado que el ambiente social y familiar influye en la personalidad de cada individuo, ya que en el primer caso el alumno es un chico tímido debido a la sobreprotección de la madre, lo que ha tenido como consecuencia que le sea difícil socializar con las personas, en cuanto a sus tareas el joven tiene como prioridad la ejecución de las mismas, teniendo como resultado que se uno de los alumnos con mejor desempeño académico dentro del aula de clases.

En el segundo caso la joven es independiente y social, se involucra en las actividades tanto del ámbito escolar y social, relacionándose con personas con un pensamiento significativo, teniendo como prioridad la ejecución de sus tareas antes cualquier otro evento, en el contexto familiar es cariñosa y mantiene una buena comunicación con su progenitora a la cual respeta y considera, además de ayudarla con la realización de las tareas del hogar.

CONCLUSIONES

- La calidad de la relación en el contexto familiar influye de una manera significativa en el desarrollo de la dimensión social, los estudios reconocen a la familia como un factor determinante en los procesos de socialización de la primera infancia, en este sentido las características que sobresalen en estos caso son valores humanos tales como. El respeto, la puntualidad, juicioso, responsable, gusta de la tareas en casa, los trabajos extracurriculares los realiza antes de realizar otra actividad en el hogar, y en particular un caso tiene hábito lector.
- El contexto social influye en el aprendizaje más que las actitudes y las creencias; tiene una profunda influencia en cómo se piensa y en lo que se piensa forma parte del proceso de desarrollo y, en tanto tal, moldea los procesos cognitivos, es muy poco para relacionarse y no se involucra en actividades sociales.

- La familia es el primer ámbito educativo, allí aprenderán los niños a respetar al otro, a comportarse y hacerse entender, las pautas educativas que debe haber en la familia para poder educar a los niños, determina las características individuales del sujeto. Las exigencias y estímulos que se generan crean un clima adecuado, lleno de afecto y consideración, que influyen positivamente en la autoestima de los niños.

BIBLIOGRAFIA

- ÁNCHEZ, M. J., & GÓMEZ-ESTERN, B. M. (30 de abril de 2014). *La entrevista en profundidad como recurso pedagógico en los estudios de Trabajo Social y Educación Social. Potencialidades y retos para el aprendizaje teórico-práctico*. Obtenido de <http://reined.webs.uvigo.es/index.php/reined/article/view/272>
- BRONFENBRENNER, U. (1987). *Contexto familia, contexto escuela*. Obtenido de <https://www.educacioninicial.com/c/004/309-contexto-familia-contexto-escuela/>
- Contexto familia, c. e. (s.f.). *Contexto familia, contexto escuela*.
- Corral, A. M. (2 de marzo de 2015). *¿Qué es el Análisis Documental?* Obtenido de <https://archivisticafacil.wordpress.com/2015/03/02/que-es-el-analisis-documental/>
- Cuevas, F. (2004). *El sujeto de aprendizaje*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=11863&id_libro=571
- Donoso, G. R. (octubre de 2017). *Narrativas y enfoque biográfico. Usos, alcances y desafíos para la investigación interdisciplinaria*. Elsevier España, S. (6 de NOVIEMBRE de 2015). *Desarrollo psicosocial del adolescente*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0370410615001412>
- Flick, U. ((2012).). *Introducción a la investigación cualitativa*, pp. 15-42. Relevancia, historia y rasgos.
- García, B. M. (26 de agosto de 2008). *El aprendizaje de la cultura y la cultura de aprender*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000300011
- Hernández, M. (12 de diciembre de 2012). *TIPOS Y NIVELES DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>
- Krauskopof, L. D. (1999). *El desarrollo psicológico en la adolescencia*. Obtenido de http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-41851999000200004
- Laura Díaz-Bravo, U. T.-G.-H.-R. (13 de mayo de 2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Mimenza, O. C. (s.f.). *Adolescencia tardía: qué es y características físicas y psicológicas*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/desarrollo/adolescencia-tardia>
- Moreno, K. S. (marzo de 2011). *LA HISTORIA DE VIDA: MÉTODO CUALITATIVO*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccsc/11/kshm.htm>
- NARVAEZ., J. M. (3 de marzo de 2008). *LA TEORIA DEL APRENDIZAJE Y DESARROLLO DE VYGOTSKY*.

Preescolar, C. d. (s.f.). *La familia en el proceso educativo*. Obtenido de <http://campus-oei.org/celep/celep6.htm>

Puente, W. (2001-2017). *TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

PROBLEMAS EN LA REDACCIÓN DE INFORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN EN LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

AUTORES

Cedeño Chávez Byron Alexander
e1314954221@live.ulead.edu.ec
Chica Espinoza María Andrea
e1313239099@live.ulead.edu.ec
Franco Muñoz Melissa Nicole
e0927648055@live.ulead.edu.ec
Medranda Zambrano Keneth Samuel
e1313402198@live.ulead.edu.ec
Mendoza Zambrano Cinthya Gisella
e0706736022@live.ulead.edu.ec
Mera Cornejo Rubén Darío
e1313977082@live.ulead.edu.ec
Rojas Zambrano Eva Gisella
e1351581309@live.ulead.edu.ec
Velarde Marín Javier Andrés
e1315701845@live.ulead.edu.ec
Zambrano Zambrano Valeria Estefanía
e1313045013@live.ulead.edu.ec

TUTORES

Lilia Villacis Zambrano. PhD.
lilia.villacis@ulead.edu.ec

RESUMEN

En la presente investigación se procedió analizar los problemas en la redacción de información e investigación en la carrera de Contabilidad y Auditora, por esta razón el método que se implementó fue mixto con el fin de explorar y conocer las capacidades y errores de redacción en los estudiantes de la universidad laica Eloy Alfaro, la cual por medio de herramientas técnicas como son las encuestas se pudieron reflejar resultados negativos y falencias por partes de los estudiantes, dicho análisis muestra que los alumnos desconocen el proceso y estrategias que se utilizan al momento de realizar un análisis ensayo o redacción de textos. Una gran parte de los estudiantes expresan no conocer los procesos al momento de realizar redacciones de textos, ensayos entre otros contenidos y también existen alumnos que desconocen las estrategias que ayudan al momento de realizar dicha redacción, ya que el problema viene de los estudiantes mas no de los docentes ya que en la institución se han impartido cátedras donde se enseñan todas las estrategias y herramientas adecuadas a utilizar, es decir que existe poco interés por parte del estudiante ya que ellos ignoran dichos procesos.

El objetivo de esta investigación es hacer que el estudiante pueda realizar una buena redacción de texto ya que estos alumnos están cursando un nivel superior donde existe más exigencia en el campo tanto estudiantil como laboral y es necesario que puedan dominar el tema para que no tengan problemas futuros y logren desenvolverse sin dificultades.

Palabras claves: Redacción, información, investigación, aprendizaje.

SUMMARY

In the present investigation the problems in the writing of the information and in the accounting and auditing career are processed, for this reason the method that was implemented was a mixture in order to explore and know the skills and the writing errors in the students of the Eloy Alfaro secular university, which is the medium of the technical tools such as the surveys can be reflected the results the results are shown. Essay analysis or text writing. A large part of the students expressing themselves do not know the processes at the time of writing the texts, essays to the other contents and also to the students who do not know the strategies that help at the time of writing, and that the problem comes from the students but not What teachers and what in the institution have been taught? Have you taught all the strategies and have they used them?

The objective of this research is to make the student able to make a good text writing and that these students are studying a higher level where there is a greater demand in the field for both employees and for work. Futures and logistics.

Keepwords: writing, information, research, learning.

INTRODUCCIÓN

Los estudiantes del primer semestre de Contabilidad y Auditoría deben aprender a corregir cualquier tipo de falencias cuando se proceda a redactar un documento ya sea de índole investigativo o laboral, cabe recalcar que mejorando el léxico se obtendrá un lenguaje técnico conforme lo necesite la situación, esto perfeccionará la entrega de los informes, documentos, declaraciones o cualquier tipo de documento que se vaya a realizar enriqueciendo e innovando nuestro trabajo con investigaciones que aportará de manera positiva a la ética profesional y contable volviéndose más fluida, de esta manera se podrá aplicar en el ámbito profesional. De esta manera se podrá identificar cual es el problema específico de los estudiantes, pueden ser los signos de puntuación, la dificultad de

elaborar oraciones primarias o secundarias, y en muchos casos se presenta la mala utilización de verbos y conectores lógicos.

(Pérez, 2014) “Muchos problemas de las empresas se deben a conflictos con las personas que trabajan en ella, esto puede darse por falta de conocimientos, de habilidades, de valores o problemas de personalidad que entorpecen los procesos.”

Como se menciona la presencia de personal no idóneo en una organización es un riesgo ya que ocasionará un incumplimiento en las responsabilidades de los trabajadores por ende habrá a una ineficiencia en la entrega de información generada, dando como resultado conflicto entre los integrantes de la organización, para lograr el cumplimiento de los procesos operativos y por ende como resultado el cumplimiento de sus objetivos, pero para ello es necesario que las organizaciones sigan un proceso adecuado para la selección del personal. (Merino, 2008), dice “La redacción requiere de coherencia y cohesión textual. Dado que el orden de las palabras dentro de una oración puede modificar la intención del autor, es necesario que el redactor organice en su mente las ideas que desea trasladar al papel o la computadora.”

La redacción debe pretender una relación y conexión exacta literal, ya que el mandato del léxico íntimamente de una oración puede alterar la intención del autor.

(Mendoza, 2018), dice “La redacción se denomina la acción y efecto de redactar como tal, es el acto en el cual se pone por escrito un conjunto de ideas ordenadas lógicas y coherentemente dentro de un texto.”

La redacción es el proceso de escritura por medio del cual se copila una serie de ideas principales de todo un texto, de manera que produzcan una secuencia lógica caracterizada por la cohesión y la coherencia lógica.

(Salazar, 2013), dice “Es una actividad comunicativa de primer orden, que implica un estado cultural avanzado de quien la ejercita”.

Esto quiere decir que la redacción es una herramienta de ayuda para las personas que desean comunicarse de manera correcta, la cual suele ser difícil de aplicar pero si se realiza desde muy temprano y con práctica diaria se lograra hacerlo de la forma correcta. (Díaz, 2010) Dice: “Redactar un informe en ciertas ocasiones es directo e impersonal y para que éste sea eficaz ha de exigirse en el auditor un gran esfuerzo de atención, objetividad, creatividad y moralidad profesional. Un informe de auditoría requiere que el auditor tenga sobriedad sin aspereza o brevedad, evite la gramática complicada, la verborrea y la hojarasca, no sea infiel al sentido de los hechos, destierre los sentidos de parcialidad, cancele el servilismo, elimine la pasividad y tome las precauciones posibles para que su opinión esté fundamentada.

Al redactar un informe, se debe tomar en cuenta los aspectos necesarios e importantes de un documento, saber aplicar el léxico de forma correcta en la transcripción que se está desarrollando.

(Moreta, 2012) “La planificación estratégica en el ámbito público es una herramienta que nos ayudará al establecimiento de prioridades, objetivos y estrategias como apoyo a la definición de los recursos que necesitamos para lograr los resultados esperados”.

Como se menciona en la cita la investigación ha sido parte de nuestro crecimiento y desenvolvimiento educativo, ya que la docencia busca despertar nuestro interés por aprender más cada día, cultivando nuestro intelecto enseñándonos más de la vida misma. (Ramírez, 2012), dice “La difusión del uso en investigación a través del ordenador y flujos de información a través de internet, adquiere una importancia estratégica decisiva en las sociedades desarrolladas.”

La información en investigación es un instrumento necesario; puesto que ayuda a la sociedad a estar al corriente de los nuevos avances de un campo de conocimientos

determinado, se recurre a distintas fuentes de información las cuales ofrezcan respuestas concretas a unas determinadas cuestiones previamente planteadas

Cabe recalcar que cuando se realiza una investigación su finalidad es consultar varias fuentes de información ya que obtendremos diversos conceptos, ideas y esto nos brindará varias opciones de contenido, distinguiendo y seleccionando las fuentes de información más adecuadas para el contenido consultado, también se encontrara información de profesionales en libros digitales, páginas web o libros físicos lo cual ayudará a enriquecer nuestro contenido.

MATERIALES Y MÉTODOS

El procedimiento manejado en esta investigación fue mixto, porque se utilizó el método cuantitativo a través de encuestas realizadas dentro de la Universidad Laica Eloy Alfaro extensión Bahía de Caráquez y cualitativo porque se tomó como referencia las diversas opciones de respuestas de los estudiantes para tener conclusiones que permitieron desarrollar una clara hipótesis del proyecto en cuestión. La población tomada fue de 432 estudiantes de los cuales se extrajo con una muestra de 90 sujetos de diversos semestres de la institución universitaria, para así poder obtener una respuesta general, usando el programa de tabulaciones SPSS con la intención de poder adquirir la media.

Al mismo tiempo esta investigación es de carácter exploratorio, debido a que se hizo investigaciones para así obtener un resultado que se desconoce.

RESULTADOS

Tabla No. 1

1) ¿Conoces los procesos de producción de textos escritos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	32	35,6	35,6	35,6
Válidos no	58	64,4	64,4	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de la ULEAM– Extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de primer semestre de Contabilidad y Auditoría.

De acuerdo a los estudiantes universitarios encuestados el 35,6% que equivale a 32 personas si conocen este método literario, por otra parte el 64,4% de los universitarios que equivale a 58 personas dicen no conocer el proceso de los textos escritos.

Basados en los datos estadísticos obtenidos en las encuestas realizadas a los estudiantes de la ULEAM-BAHIA se estima una falencia significativa de conocimientos sobre la información Lingüística

Tabla No. 2

2) ¿En tus sesiones de clase tomas en cuenta los procesos de producción de textos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	45	50,0	50,0	50,0
Válidos NO	45	50,0	50,0	100,0

Total	90	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

Fuente Estudiantes de la ULEAM– extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de primer Semestre de Contabilidad y Auditoría.

Según se manifiesta en las encuestas realizadas el 50% que equivale 45 personas, demostraron no haber tomado en práctica los procesos de producción de textos en clases, mientras el otro 50% equivalente a la misma cantidad de personas si conocen sobre el tema dado.

Los procesos de producción de texto tienen como objeto crear estrategias para escribir y comunicar a los lectores el tema o proceso de interés seleccionado

Tabla No. 3

3) ¿Conoces alguna estrategia para producir textos escritos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	20	22,2	22,5	22,5
Válidos no	69	76,7	77,5	100,0
Total	89	98,9	100,0	
Perdidos Sistema	1	1,1		
Total	90	100,0		

Fuente: Estudiantes de la ULEAM– extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de primer Semestre de Contabilidad y Auditoría.

Según la encuesta realizada el 22.2% de los encuestados equivalente a 20 personas si conocen estrategias para producir textos escritos, mientras el 76.7% equivale a 70 personas las cuales respondieron que no conocen nada sobre el tema expuesto y el 1.1% de los estudiantes ignoraron la pregunta.

Los estudiantes presentaron mayor índice en desconocimiento para producir un texto escrito, ya que no han sido preparados ni capacitados.

Tabla No. 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	42	46,7	46,7	46,7
Válidos No	48	53,3	53,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

4) ¿En tus sesiones de clase tomas en cuenta los procesos de producción de textos?

Fuente: Estudiantes de la ULEAM– extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de primer Semestre de Contabilidad y Auditoría.

De los 90 estudiantes encuestados el 46,7% equivalente a 42 personas expresaron que si aplican estrategias para producir textos escritos; mientras que el 53,3% correspondiente a 48 personas revelaron no aplicar estos procesos.

Los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro extensión Bahía de Caráquez, expresan no tener muchos conocimientos de los procesos de producción por lo cual no son utilizadas en la producción de textos.

Tabla No. 5

5) ¿Redactas actividades o resúmenes después de escuchar un tema de clase a partir de la observación de imágenes en secuencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	71	78,9	78,9	78,9
Válidos no	19	21,1	21,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de la ULEAM– Extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de primer Semestre de Contabilidad y Auditoría.

De 90 estudiantes encuestados el 78,9% de estudiantes conocen y realizan la redacción después de escuchar un tema de clase mientras que el 21,1% lo desconoce totalmente.

La mayor parte de la comunidad universitaria encuestada puede realizar resúmenes o actividades, a través de la observación de una imagen o varias imágenes en secuencia puesto que se les facilita el entendimiento de clases.

Tabla No. 4

6) ¿Utiliza conectores relacionados con las partes del texto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	61	67,8	67,8	67,8
Válidos no	29	32,2	32,2	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de la ULEAM– extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes de primer Semestre de Contabilidad y Auditoría.

Según las encuestas el 67.8% de los estudiantes si utilizan los conectores relacionados con las partes de un texto, mientras que el 32.2% no utilizan los conectores relacionados con las partes del texto.

Se puede dar a conocer que la mayoría de estudiantes no implementan estos recursos de texto literario para la realización de ensayo, tesis, proyectos, etc. Y una pequeña parte de la muestra estudiantil si conoce los conectores relacionados con las partes del texto.

DISCUSIÓN

Los estudiantes universitarios tienen errores en el dominio de la redacción de textos que se evaluó a través de una encuesta en el cual los datos obtenidos indican que los estudiantes desconocen los procesos y estrategias de producción al momento de redactar un texto y la razón de estos resultados negativos es la falta de interés por la lectura, lo cual se debe a muchos factores como el uso excesivo de las redes sociales, ocupaciones personales, falta de interés, despreocupación académica por parte del estudiante, entre otros factores.

CONCLUSIONES

- Los universitarios encuestados expresaron no conocer la producción de textos escritos, desconocen las estrategias y métodos al momento de redactar un documento, ya que la producción de textos escritos comprende actividades que van más allá de la escritura misma por lo tanto tienen que aprender a ser meticulosos y observadores.
- Los estudiantes deben fortalecer sus disciplinas y actitudes una vez realizada una vida académica, al haber recorrido una buena parte de su plan de estudio se hace necesario mejorar la escritura y redacción mediante un incremento productivo de lectura puesto que el auto educarse aportara un enriquecimiento al léxico
- El problema que se presenta en algunos casos es que los estudiantes vienen con esta falta de conocimiento desde la secundaria muchas veces y su poco interés por aprender además no leen con la suficiente atención para tomar en cuenta cada proceso que conlleva la redacción

RECOMENDACIONES

- Se sugiere que cuando se vaya a producir un texto escrito empiece a planificar las ideas así escogerá el tema o problema adecuado del que se vaya a estudiar.
- Es importante pensar la forma en que los maestros están vinculando a los estudiantes en prácticas dinámicas de producción de texto, validando su conocimiento y así promover la participación en todo tipo de proceso investigativo, como eventos académicos tales como: foros, debates, charlas y conferencias académicas e incluso concursos que fomenten la lectura y escritura aportarán al intelecto del estudiante.

- Adquirir el conocimiento correcto para usar los signos de puntuación y así realizar las pausas debidas cuando se lea y se redacten textos ya sean académicos o laborales.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, G. P. (2008). *Propuestas y avances de investigación*. Obtenido de <https://journals.openedition.org/polis/3551>
- Ángel, M. (2015). *Los planes de estudio en la universidad*. Obtenido de Algunas reflexiones para el cambio: <https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/2289>
- Basulto, H. (mayo de 2017). *Evaluación de la Calidad de la Redacción de los Estudiantes Cursantes del Primer Año Universitario en la UMSA*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2518-82832017000100008&script=sci_arttext
- Castillo. (2012). *La medición de datos cualitativos, una tendencia en investigación social*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/461/46125172004/>
- Díaz, M. (2010). *Science Direct*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0034745014601542>
- Escalante, C. (2015). *Propuesta pedagógica para fortalecer la lectura crítica en los estudiantes de los programas de Licenciatura*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/13642>
- Gómez. (1988). *El informe de investigación*. Obtenido de <http://148.202.18.157/sitios/catedrasnacionales/material/2010b/ortiz/infmic.pdf>
- Hernández, B. (Baltazar Hernández Gómez, 2010). *Literatura y educación: hacia una didáctica fundamentada en la lectura, la escritura y la libertad de pensar por uno mismo I*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5230>
- Hernández, W. M. (15 de septiembre de 2017). *Repositorio Institucional*. Obtenido de <http://repositorio.iucesmag.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/51>
- Mendoza. (2018). *Guía de redacción científica*. Obtenido de de la investigación a las palabras: <https://dugic.cayetano.edu.pe/images/pdf/Alerta-Bibliografica-MAYO-2018.pdf>
- Merino, P. y. (2008). *Recopilación de trabajos de investigación de pre-grado en la Universidad de El Salvador, en la temática socio ambiental, realizada en la década de 1995-2005*. Obtenido de <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/3096/>
- Moreta, A. (26 de Noviembre de 2012). *El desarrollo de la motricidad fina y su incidencia en el logro de aprendizajes significativos*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/2506>

PROMOCION DE LA CULTURA MONTUBIA PARA RECUPERAR LA HISTORIA DE LOS PUEBLOS ANCESTRALES.

AUTORES

Luis Gabriel Charcopa Montaña
e1313291195@live.ulead.edu.ec

Daniela Andrea Ponce Lora
e1350940159@live.ulead.edu.ec

Melany Melissa Valencia Zamora
e1315144921@live.ulead.edu.ec

Carlos Alfredo Soledispa Valencia
e1313117754@live.ulead.edu.ec

Alex Rolando López Cabal
e1350465728@live.ulead.edu.ec

Alex Steven Martínez Reyes
e1314932714@live.ulead.edu.ec

Jorman Jasmany Toral Vilela
e1351857774@live.ulead.edu.ec

Jhinson Gustavo Vergara Cevallos
e1314708569@live.ulead.edu.ec

TUTORA

Dra. Lilia Moncerrate Villacis Zambrano
lilia.villacis@uleam.edu.ec

Mirna Delgado Baird

mirna.delgadobaird@gmail.com

RESUMEN

El turismo ha provocado un gran interés en el Ecuador, porque está generando al país divisas, inversiones privadas, desarrollo de empresas, creando así nuevos empleos, lo que hace que de una forma directa, por medio del turismo ayude a valorar las tradiciones y costumbres de un pueblo. Ser montubio es una identidad cultural sellada por sus tradiciones, símbolos, creencias, modos de comportamientos y costumbres, una de las tradiciones más representativas, es su forma de hablar popular, el rodeo montubio, sus amorfinos que acostumbran a recitar en las fiestas, convirtiéndose todo esto en manifestaciones culturales que deben ser rescatadas y valoradas en la parroquia. En la evolución de la sociedad hasta la actualidad, poco a poco se ha ido perdiendo la identidad nacional, por lo que resulta conveniente de forma primordial crear conciencia en la presente y en las futuras generaciones. Se realizó un estudio sobre las costumbres y tradiciones, que se originan desde las primeras poblaciones y el turismo que se fomenta en la parroquia de San Isidro. En este artículo se procedió a realizar un análisis, y encuestas sobre la tradición montubia, El objetivo principal es ayudar, a través de la promoción de la cultura montubia para recuperar la historia de los pueblos ancestrales como parte de las tradiciones montubias del Ecuador.

Palabras claves: tradiciones, turismo, promoción, recuperar.

SUMMARY

Tourism has caused a lot of interest in the Ecuador, because it is generating foreign exchange, development of companies, thus creating new jobs, which means that in a direct way, through tourism, it helps to value the traditions and customs of a people. To be Montubio is a cultural identity sealed by its traditions, symbols, beliefs, behaviors and customs, one of the most representative traditions, it is its popular way of speaking, the Montubio rodeo, its compliments who accustom to recite at parties, becoming all this in cultural manifestations that must be rescued and valued in the parish. In the evolution of society

up to the present, little by little the national identity has been lost, so it is convenient in a primordial way to create awareness in the present and in future generations. A study was carried out on the customs and traditions that originate from the first populations and the tourism that is fostered in the parish of San Isidro. In this article an analysis was carried out, and surveys on the montubia tradition, the main objective is to help, through the promotion of the montubia culture to recover the history of the ancestral peoples as part of the montubias traditions of Ecuador.

Keywords: traditions, tourism, promotion, recover.

INTRODUCCIÓN

Los montubios ecuatorianos son un pueblo mestizo de origen campesino que habita en las zonas rurales de las provincias costeras del país. Están diseminados por las provincias de Guayas, Los Ríos, El Oro y Manabí, y en otras zonas en menor proporción. Los montubios representan el segundo grupo poblacional del Ecuador.

Son un pueblo laborioso, profundamente regionalista y amante del campo que posee costumbres y características culturales propias. Entre sus características socio-económicas culturales más destacadas están su vocación para las actividades agrícolas, su espíritu combativo y guerrero, y su probada destreza para domar caballos.

Su origen se sitúa en la Colonia luego de la Conquista española del Ecuador por el cruce de indígenas, blancos y negros africanos esclavos. El pueblo montubio ha sido protagonista de la historia del Ecuador desde la Guerra de Independencia hasta la actualidad. El aporte del pueblo montubio al desarrollo económico y social del país y al enriquecimiento de cultural del Ecuador ha sido significativo, al punto que desde el año 2008 los montubios fueron reconocidos en la Constitución de la República como un grupo étnico o cultura del Estado ecuatoriano. (Contreras)

Cuando se habla de ellos solo se piensa en rodeo. O, en el peor de los casos, en parodias que se ven en la televisión ecuatoriana. Pero resulta que ellos son mucho más que eso.

Pertenecen a una estirpe de luchadores que puede verse en zonas de San Isidro afrontando una serie de vicisitudes en el momento de la siembra, por el fuerte invierno. Su vida es una lucha constante, desde que se levantan a ordeñar hasta el trasiego con los animales que tratan de abrirse paso entre caminos anegados, la razón que nos impulsó hacer este artículo es de promocionar a la cultura montubia para recuperar la historia de los pueblos ancestrales, sus ganas de salir adelante, de querer cuidar y recuperar sus tradiciones por amor a su historia, su gente y su lugar de origen ya que montubio es el hombre que vive en el campo, la selva, la manigua del interior de la costa ecuatoriana. Estas personas son una etnia social, una cultura y una identidad regional de la costa tropical del litoral del Ecuador, son sociedades, comunidades y pueblos integrados por hombres, mujeres, niños y ancianos que hacen de la vida rural y agropecuaria su modo de vida. En ella se expresa lo que hacen cultural y simbólicamente. Constituyen una etnia social porque los montubios participan de ciertas características y comparten, entre ellos, un conjunto de ideas, creencias, valores, hábitos, costumbres, normas, rituales, símbolos y un imaginario sociocultural que aceptan y reconocen como propios del hombre o mujer del campo ya que los montubios son una cultura mestiza de la costa ecuatoriana. Se configuran históricamente como una cultura porque la cultura se refiere a la forma de vida de toda sociedad. Los montubios tienen su modo de vida, valores y rituales específicos y característicos que lo diferencian de otros grupos étnicos y sociales de la región y del país. Según (Paredes, 2014) El montubio pertenece a un grupo de gente con características, que son muy apreciadas por los que comparten con ellos, ya que él es, por naturaleza, alegre y jovial, divertido, conversador y muy sociable, pero además trabajador, acostumbrado a labores rudas, como lo requieren las tareas del campo. El historiador Wellington Paredes

afirma que los montubios “son básicamente tres cosas: una etnicidad, una cultura y una fuerza social que sustenta la agro economía de mercado interno y de exportación”

Hace referencia que las culturas con tal son de características únicas es por ello que hay que mantener las costumbres tradiciones porque esa es la atracción que tiene el Ecuador y sobre todo son etnias únicas que merecen ser recordadas.

Según (Viviana, 2016) coordinadora de investigaciones del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP, la palabra montubio se origina del espacio geográfico donde se encuentran, es decir el monte a los pies de los cerros. Indicó que son muchas cosas que caracterizan a este grupo partiendo de sus vestimentas, amorfinos, viviendas, artesanías, labor agrícola y ganadera, entre otras situaciones.

En este artículo manifiestan el valor que tiene esta palabra como tal y lo importante que es para los ecuatorianos conservar esas culturas y tradiciones.

(Barres, 2017) Define el amorfino “como una composición lírica que posee ciertas características con respecto a su fondo y a su forma. Con respecto al fondo se puede decir que se trata de una forma sentenciosa que transmite un saber popular. En efecto, muchos amorfinos tienen una finalidad “moralizante”

Como tal una de las características importantes de las culturas manabitas son sus amorfinos ya que frecuentemente se utilizan en los pueblos de las costas ecuatorianas y son costumbres que no deberían de perder su esencia como tal.

Según (García, 2016) Esta actividad está a la espera de ser nominada como Patrimonio intangible del Ecuador por parte del Instituto Nacional de Patrimonio. Así lo consigna el artículo de El Comercio, que dice que el rodeo montubio “En Ecuador tiene identidad propia, que se la imprime el montubio del País, por lo que se puede considerar también un patrimonio del inmaterial, a la espera de la declaratoria oficial como Patrimonio intangible de la Nación, que está en proceso en el Instituto Nacional de Patrimonio.

Como manifiesta el autor es importante que dicha cultura se convierta en patrimonio del Ecuador ya que es algo con lo que se caracterizan los manabitas y se debería conservar dichas tradiciones. Lo más concreto y evidente es que también la cultura montubia tiene muchos factores a resaltar como la economía agroexportadora y la demanda interna de gran cantidad y variedad de productos agrícolas de la costa, tales como: banano, café, cacao, arroz, maíz, algodón, frutas, etc., ésta riqueza no es posible sino solo por el trabajo de los montubios. El trabajo productivo y la actividad económica de los montubios los convierte en el sector social que más riqueza crea para nuestro comercio exterior. Este es el aporte que no debemos olvidar. En sequía o con inundación los montubios están adheridos a la zona rural: trabajando la tierra, cuidando los campos, sembrando y cosechando.

MATERIALES Y METODOS.

Para la realización de esta investigación se utilizarán los métodos cualitativo y cuantitativo ya que el método cuantitativo ayudara a comprobar la importancia de la cultura montubia y con el método cualitativo se podrá realizar el estudio de la cultura montubia en el proceso de formación socioeconómica, cultural y política en la comunidad presta a investigación como es la parroquia San Isidro.

En el proceso de recopilación de información de los métodos teóricos y empíricos se utilizaron herramientas como la encuesta para seleccionar información de experiencias de las personas que habitan en dicho sector, para esta indagación se tomaron de muestra 40 personas que habitan en la parroquia de San Isidro para obtener resultados exactos

RESULTADOS

Figura No. 1

¿Sabía usted que en la comunidad se promociona la cultura montubia a través de otros?



Fuente: Estudiante

Elaboración: Estu

Se evidencia que d

el 90% si conoce s

a estos resultados s

el lugar de investigaci

on y si no desconocen s

obre la cultura montubia.

Figura No. 2

¿Sabía usted que en la comunidad se promociona la cultura montubia a través de la artesanía?



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes de contabilidad y auditoría.

Las evidencias demostraron que de los 40 habitantes de la parroquia San Isidro que fueron encuestados el 90% de la comunidad si conoce sobre la promoción de la cultura montubia a través de la artesanía. De acuerdo a estos resultados se puede identificar claramente que los habitantes están promocionando el lugar de investigaci

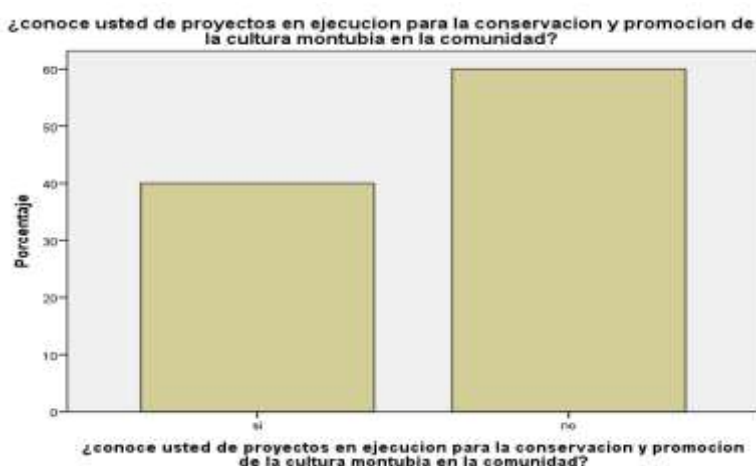
on a través de la artesanía.

De acuerdo a estos resultados se puede identificar claramente que los habitantes están promocionando el lugar de investigaci

on a través de la artesanía.

Figura No. 3

¿Conoce usted de proyectos en ejecuci3n para la conservaci3n y promoci3n ed la cultura montubia en la comunidad?



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes de contabilidad y auditoría.

Las evidencias demostraron que de los 40 habitantes de la parroquia San Isidro que fueron encuestados el 60% de la comunidad si conoce sobre los proyectos en ejecución para la conservación y promoción de la cultura montubia de la comunidad y el otro 40% desconoce sobre los proyectos que se están realizando. Dado los resultados de la investigación se puede deducir que la mayoría de los habitantes de la parroquia San Isidro si tienen el conocimiento sobre los proyectos que llevan a cabo para promocionar el lugar de investigación.

DISCUSIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas nos podemos dar cuenta que en la parroquia de San Isidro sus habitantes son personas muy interesadas en hacer un cambio, donde se enfoca en recuperar y promocionar su identidad como marca ciudad, su cultural y tradiciones para no perder su historia, es por ello que en los resultado de la investigación fueron factibles ya que el 100% de personas nos comentó directamente y por medio de las encuestas que si sabían que la comunidad promocionaba su cultura a través de gastronomía, trajes típicos, historia, bailes folclóricos entre otros, es decir que todos estaban informados de acuerdo a las encuestas realizadas, Así mismo el 100% de los habitantes estaban informados que en la comunidad también promociona la cultura montubia a través de la artesanía ya que muchos de ellos desarrollaban y se desenvuelven en la actividad y creación de artesanía además por otro lado el un 60% de los habitantes estaban informados sobre los proyectos que se realizaban en dicho lugar para promocionar y crear una marca como tal recuperando tradiciones y culturas.

CONCLUSION

- Las culturas con tal son de características únicas es por ello que hay que mantener las costumbres tradiciones porque esa es la atracción que tiene el Ecuador y sobre todo son etnias únicas que merecen ser recordadas.
- Promoción de la cultura montubia tiene como objetivo promover y fortalecer la identidad del pueblo montubio como aporte para la construcción de una sociedad intercultural e incluyente.
- El Montubio ecuatoriano es un hombre de mucho valor tanto hombres y mujeres de gran admiración es por eso que se deben recuperar las culturas ya que Ecuador se caracteriza por sus tradiciones únicas y sus misteriosas historias que genera interés en el turista como tal.

RECOMENDACIONES

- Comprometerse con el pueblo mismo para que el objetivo de recuperar tradiciones y costumbres sea cumplido y así mismo sentirse orgulloso de las mezclas de ideas y conductas.
- Seguir generando proyectos para promocionar la ciudad, sus lugares turísticos, gastronomía en si todo lo referente a la parroquia de San Isidro hacer de ello un lugar afluente de turistas.
- seguir fortaleciendo los lugares turísticos y gestionar para la implementación y desarrollo de actividades turísticas

Bibliografía

- Barres, M. (julio de 2017). *DOCPLAYER*. Obtenido de LA CULTURA MONTUBIA Y SUS TRADICIONES: APORTE PARA EL TURISMO RURAL EN LA COSTA ECUATORIANA: <https://docplayer.es/55640074-La-cultura-montubia-y-sus-tradiciones-aporte-para-el-turismo-rural-en-la-costa-ecuatoriana.html>
- Contreras, S. (s.f.). *lifeder.com*. Obtenido de Montubios Ecuatorianos: Origen, Características y Costumbres: <https://www.lifeder.com/montubios-ecuatorianos/>
- García. (2016). *LA CULTURA MONTUBIA Y SUS TRADICIONES: APORTE PARA EL*. Obtenido de la cultura motubia y sus tradiciones : <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/58-la-cultura-montubia-y-sus-tradiciones.pdf>
- Paredes. (2014). *la cultuta montubia y sus tradiciones* . Obtenido de LA CULTURA MONTUBIA Y SUS TRADICIONES: APORTE PARA EL: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/58-la-cultura-montubia-y-sus-tradiciones.pdf>
- Viviana, I. (8 de JUNIO de 2016). Montubios, tradiciones y costumbres. *EL TIEMPO DIARIO DE CUENCA* .

RAÍCES MONTUBIAS Y RECUPERACIÓN DE LA IDENTIDAD ANCESTRAL: SAN ISIDRO

AUTORES

Benalcázar Chusquillo Jennifer
e1725929366@live.ulead.edu.ec
Balda Ramírez Miguel Angel
e1316393717@live.ulead.edu.ec
Fariás Valencia Sonia Yanina
e1313916312@live.ulead.edu.ec
Gilces Albán Alex Argenis
e1313120303@live.ulead.edu.ec
Lucas Lucas Cristhian Alexander
e1315627925@live.ulead.edu.ec
Mera Vega Tania Lizeth
e0950330258@live.ulead.edu.ec
Rengifo Fuentes María Angélica
e1314768647@live.ulead.edu.ec
Semanate Sambonino Yilda Magaly
e1350394579@live.ulead.edu.ec
Zambrano Calderón María Fernanda
e1313111351@live.ulead.edu.ec

COAUTORES

Lilia Villacis Zambrano PhD.
lilia.villacis@uleam.edu.ec
Mirna Delgado Baird
mirna.delgadobaird@gmail.com

RESUMEN

El trabajo investigativo permitió conocer las raíces montubias, el mismo que posibilitó la recuperación de la historia identidad de las raíces montubias de la parroquia San Isidro para no perder la ancestralidad, fortaleciendo y concientizando a las personas de que es un componente fundamental e importante para obtener como resultado el rescate de las creencias y tradiciones culturales de esta parroquia, puesto que sin ellas carecemos de identidad étnica, histórica y cultural. La Costa ecuatoriana cuyos ancestros provienen de los habitantes prehispánicos de estas tierras quienes evolucionaron en el aspecto político, económico y cultural hasta constituir pueblos organizados como señoríos, ligas de mercaderes etnias como la cultura Jama-Coaque, Chorrera, Valdivia, Manteña, Bahía, Manteña, el pueblo manabita está formado por individuos de un territorio de origen propio, historia, cultura, costumbres.

Se aplicó métodos cualitativos y cuantitativos en la encuesta determinando el nivel de conocimiento que poseen los habitantes referentes a su identidad y prácticas ancestrales y su aportación al turismo. En el método estadístico descriptivo a partir del levantamiento de información se utilizó SPSS 21. Se verificó que la cultura no es un fósil, es algo dinámico. No es algo simplemente a conservar sino que es una realidad viva y creativa

que el ser humano debe responder a los retos que le vienen de dentro y de fuera por lo que es importante que el montubio manabita ame lo que es, lo que tiene y sus proyecciones futuras para las nuevas generaciones en la sociedad del conocimiento.

Palabras claves: Cultura, montubio, identidad, crecimiento.

ABSTRACT

The investigative work because it allowed to know the roots montubias, the same made possible the recovery of the history of the identity to not lose its ancestrality, the Ecuadorian Coast whose ancestors come from the prehispanic inhabitants of these lands who evolved in the political, economic and cultural aspect until constituting organized towns like señoríos, leagues of ethnic merchants like the culture Jama-Coaque, Chorrera, Valdivia, Manteña, Bay, Manteña, the town manabita is formed by individuals of a territory of own origin, history, culture, customs. Qualitative and quantitative methods such as the survey were applied, determining the level of knowledge that the inhabitants have regarding their identity and ancestral practices and their contribution to tourism. In the descriptive statistical method based on the collection of information using SPSS 21 to measure the interest that people have in knowing the origins of the different traditions, customs that are lost, culturing a foreign identity that takes away the human capacity to know what is their own, to be unique and unrepeatable in order to exercise the identity of the Montubio people. It was verified that culture is not a fossil, it is something dynamic. It is not something simply to conserve but it is a living and creative reality that the human being must respond to the challenges that come from inside and outside so it is important that the Manabí montubio loves what it is, what it has and its future projections for the new generations in the knowledge society.

Keywords. Culture, montubio, identity, growth.

INTRODUCCIÓN

Las raíces e identidad es lo que hace únicas a las personas. "El carácter o la personalidad distintiva de un individuo". El trabajo investigativo que se expone a continuación es concerniente a la recuperación de las raíces montubias para revivir las costumbres ancestrales, este trabajo define varias características del pueblo montubio puesto que es importante construir, asumir y mantener una identidad social y cultural afín a las raíces. Los montubios del litoral ecuatoriano son considerados, de una u otra forma, parte de un pueblo producto del mestizaje costeño, con identidad propia. Avoca saldar una deuda social que ha impedido reconocer y valorar su forma de vida, no obstante, la contribución económica, social y humana que desde el área rural ha aportado. En esta investigación se reconoce y valora el importante rol que desempeña el montubio en la vida social y cultural del Ecuador, reconocimiento efectuado a través de una caracterización de su forma de vida, dada en sus diferentes contextos de actuación. Esto se lo asume como una cuestión de reeducación sociocultural que, al vivirla, se convierte en un proceso capaz de construir una nueva cosmovisión pertinente a la realidad y así poder mantener las raíces ancestrales de los antepasados.

Definir las raíces culturales, es tratar de encontrar la identidad de un pueblo. Por cierto esta responde a un proceso dinámico que se da a lo largo del tiempo y por influencia de diversos factores. El espacio geográfico cuyas características son las primeras que pesan en la condición humana y en la conducta como personas y como sociedad.

La relación familiar tiene sus raíces en las relaciones del pasado, porque las conexiones ancestrales dan significado a las del presente. La misma idea prevalece si se considera a las personas cultura de una nación sobre guardando sus raíces ancestrales y sus lazos primordiales. (Roigè, 2006)

Es importante resaltar que las conexiones ancestrales dan un valor significativo a las relaciones presentes, reviviendo nuestras raíces y reforzando los lazos familiares (Rodríguez, 2018) “La existencia de las culturas ancestrales demuestra la identidad, la cultura, las luchas y la resistencia de los pueblos”.

La esencia de los pueblos la encontramos en aquellos saberes empíricos que ayudan a la consolidación de las culturas ancestrales y para promover mejores aspectos que enriquezcan la originalidad de las raíces para poder ofrecer el origen y que a los demás les interese la identidad de esta cultura y a la vez ayudar en la lucha por revivir las raíces montubias

Según (Iturralde w. O., 2014) El montubio a lo largo de su historia fue inconscientemente invalidando su creación obligado por el feudo, el señorío y la Iglesia. No obstante, pudo imaginar otras formas de recuperar la memoria desde el festejo escondido en las montañas donde el patrón no podía entrar ni enramarse.

Por otra parte podemos ver que la creación de la cultura montubia fue un proceso, para recuperar los festejos de un campesino, debido a que los montubios siguen siendo uno de los más importantes pueblos considerados dentro de las minorías excluidas. El pueblo montubio constituye parte de la identidad mestiza del litoral, trabajador agrícola y pecuario, formado en valores, amante y respetuosa de la naturaleza, alegre, “saludador”, como él se autodenomina, solidario con los animales que lo ayudan en sus faenas. Hábil con el machete y ágil trepando árboles, de allí el sobrenombre de “mono”, muy espontáneo y celoso de su prestigio de varón y hombre honrado.

La historia montubia puede contribuir a crear una imagen más real del pasado, las vidas y sentimientos, se define al pueblo montubio como todo grupo social y étnico que se encuentra o estuvo asentado en la zona rural de la costa ecuatoriana y zonas subtropicales de nuestro país. El montubio es un ser diverso por su apariencia física, procedencia, color de piel, y por sus prácticas laborales. La cotidianidad del montubio es vivir acompañado de los animales domésticos son verdaderos maestros en la montura. Unos son más dedicados a la ganadería, otros son artesanos, otros comercian, tejen, etc. Aman la música y la guitarra, siendo el estilo que lo representan el pasillo, pasacalle y amorfinos, que unas veces los recitan y otros los cantan. (Thompson, 1988)

La cultura montubia se caracteriza por ser única en sus costumbres y tradiciones, los montubios son originarios del campo, se dedican a la artesanía y a la agricultura para su propio consumo y también para la venta, su cotidianidad es vivir con los animales domésticos los cuales son de mucho beneficio para sus labores diarias. Son fanáticos de la música como los pasillos, entre otros, recitan versos amorfinos y son fanáticos de las festividades

(Marín, 2002) Un pueblo, una familia o una persona sin pasado, es como un árbol sin raíces. No posee vida, es frágil y cualquier viento lo puede derribar. Saber de dónde viene uno es fundamental para poder enfrentar los desafíos del presente y del futuro. Es estar “bien plantado”, firme y seguro de todo lo que hemos sido, orgullosos de todo lo que somos ahora y confiado de todo lo que deseamos ser para el futuro.

Mantener una Cultura viva, permanente, no es el atraso, ni estar en la miseria de transformarse y evolucionar como pueblo, todas las Culturas están en constante movimiento y transformación, por lo que se trata día a día de conservar los rasgos ancestrales para tener una directriz hacia un futuro.

Dentro de una sociedad mayor, en el estado ecuatoriano, los montubios de acuerdo a (Buenaño, 2008): “son un pueblo, el cual poseen ciertas características, comparten un conjunto de ideas, creencias, valores, costumbres, rituales, normas, un habla común que

se caracteriza por su tipicidad y arcaísmos, un imaginario simbólico y sociocultural que aceptan y reconocen como propios”.

Él montubio ecuatoriano lo distingue su habla, debido a que el arcaísmo que posee porque hacen uso de palabras que comúnmente se utilizaban en el pasado, también el amorfino hace parte de su cultura porque son rimas populares tradicionales de los pueblos ecuatorianos, mezclan lo romántico, los sentimientos producidos por el amor, con el humor y así logran hacer de sus festividades algo único. Él montubio ecuatoriano, desde sus identidades en la danza, la poesía popular a través del amor fino y la música expresa su arte y amor por sus raíces. (Iturralde W. O., 2012). El montubio ecuatoriano, manifiesta sus raíces, expresándolas por medio de los bailes tradicionales, la poesía, amorfinos y la música que caracteriza a su pueblo. (Cuadra, 1937), crea un nuevo concepto de identidad del costeño ecuatoriano a través de símbolos relativos a la naturaleza por su arraigo a la fuerza y resistencia más que a la sociedad clasista que lo intentaba marginar. Plasmado principalmente en los títulos de sus tres partes: "El tronco añoso", "Las ramas robustas" y "Torbellino en las hojas"; abarca parámetros antropológicos y sociológicos, que amplían de esta manera horizontes de lectura³ y detener el asociar al montubio como simples "campesinos".

El montubio ecuatoriano de José de la Cuadra ha representado uno de los más serios intentos por definir un componente fundamental de la nación ecuatoriana, describe la identidad física y cultural del montubio, la geografía donde habita y su forma de aproximarse al mundo. Ha amparado su estudio en una serie de datos históricos, testimonios y referencias de autoridades eruditas que certifican lo contado por el autor.

MATERIALES Y METODOS

La investigación tuvo centrada en el método cuantitativo – cualitativo, se realizó una encuesta a 45 personas a los habitantes de San Isidro la cual tiene la finalidad de analizar el complejo mundo de las experiencias vividas enfocadas en las raíces montubias desde el punto de vista de la personas que habitan en la parroquia de San Isidro y a la vez cuantificar los resultados que arroja la encuesta para poder determinar el nivel de pérdida de la cultura montubia, ciertamente el pueblo montubio se caracteriza por ser de carácter sencillo, trabajador, amante al campo y a las actividades agrícolas con un elevado sentido regionalista y una identidad cultural.

Por lo tanto, esta técnica de investigación proporciona información viable de datos y experiencia provenientes de la realidad actual y a partir de los resultados obtenidos se comprobará con certeza si en realidad con el paso del tiempo se están perdiendo las raíces montubias de la Parroquia San Isidro. No obstante, se recalca la importancia de las raíces montubias ancestrales, dado que es la muestra real del origen de cada persona.

Todos estos datos se procesarán mediante el Software SPC que ofrece completas herramientas para la gestión de datos y metodologías de evaluación estadística que se adaptan a los fabricantes de todos los tamaños y configuraciones para tabular los datos y ser presentados en el proyecto El desarrollo de la presente investigación está estructurado en 5 fases:

Fase 1. Realizar una revisión bibliográfica que se fundamente en el estado del arte y la práctica investigativa.

Fase 2. Investigar el nivel de conocimiento sobre la cultura montubia y sus tradiciones.

Fase 3. Comprobar si aún se puede rescatar la cultura montubia para mantener viva las tradiciones, ayudar a conservar la cultura popular de la parroquia San Isidro.

Fase 4. Analizar el nivel de la cultura popular que tiene la población joven de San Isidro, la pérdida de las costumbres y la memoria anteriormente mencionada, a causa de las diferentes influencias del exterior en el constante cambio social.

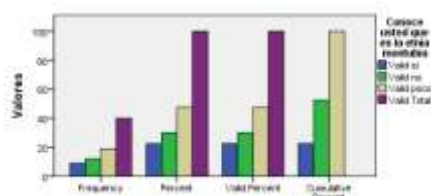
Fase 5. Proponer una formación desde la reeducación de la cultura, recobrando la identidad desde sus manifestaciones culturales, sociales y económicas.

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

- **Lectura científica:** Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial reuniendo aportaciones de diversos autores y el análisis de técnicas que permitan evaluar niveles de conocimiento de las leyendas y mitos.
- **Encuesta:** Se aplicó este modelo de entrevista tomando como referencia una muestra de 46 personas de la parroquia de San Isidro.
- **Instrumentos:** Se empleó una encuesta con preguntas identificando el interés que tienen los adultos para que los jóvenes conozcan de sus tradiciones con la finalidad de identificar el interés y conocimiento que poseen por conocer sus raíces como cultura popular de su pueblo para esto se utilizó el software estadístico SPSS 21.00 para procesar la encuesta y realizar el análisis de los resultados obtenidos.

ANALISIS DE RESULTADOS

Grafico No. 1

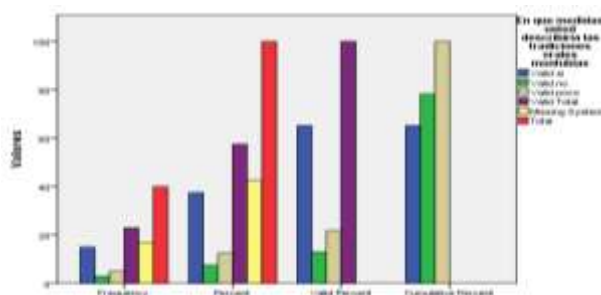


FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Según los resultados la población conoce poco el 22.5% que posee conocimiento sobre la etnia montubia, mientras que un 30% dijo que no y un 47.5% dijo que tenía poco conocimiento sobre esto.

Grafico No. 2

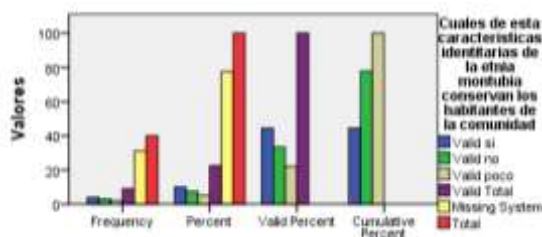


FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Referente a las tradiciones orales montubias un 30% dijo que si tenían conocimientos, mientras un 20% no y 50% refiere poco conocimiento.

Grafico No. 3

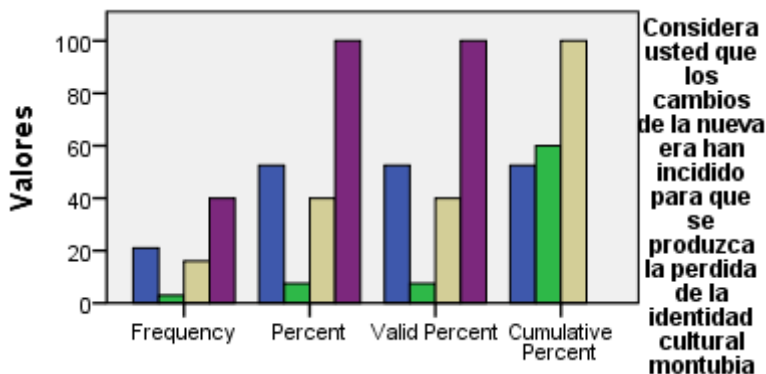


FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Las características de la etnia montubia se mantienen muy poco se obtuvo un porcentaje del 10% que posee conocimiento sobre la etnia montubia, mientras que un 7,5% dijo que no y un 72,95% dijo que tenía poco conocimiento sobre esto.

Grafico NO. 4

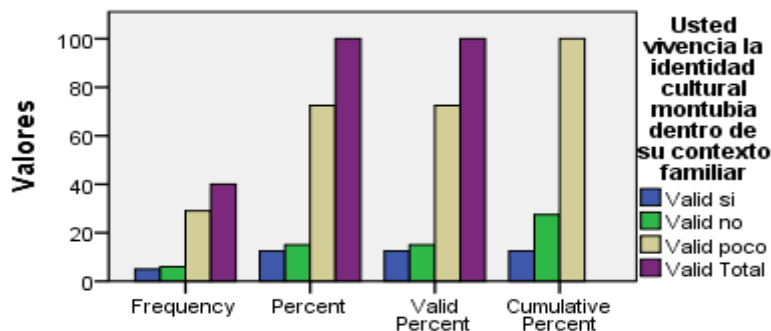


FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria

Según los resultados obtenidos mediante las encuestas nos dicen que 52% que el cambio de la nueva era ha incluido en la perdida de la cultura montubia mientras un 7,5% dice que esto no afecta nada y un 40% nos dice que estos cambios han sido poco.

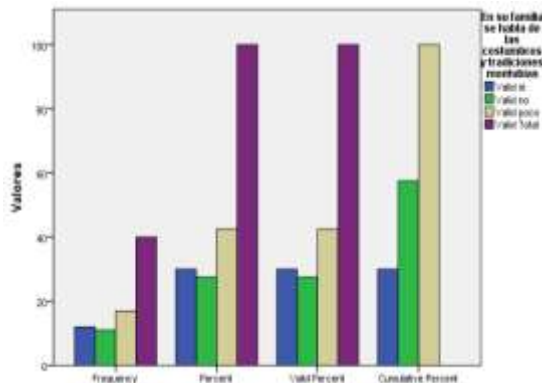
Grafico No. 5



FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoria Des las personas entrevistadas el 12,5% nos dicen que han experimentado la cultura montubia mientras el 15% nos dicen que no han experimentado, 72,5 han experimentado poco.

Grafico No. 6



FUENTE: Habitantes de San Isidro

ELABORACION: Grupo de estudiantes de 1° de Contabilidad y Auditoría De los resultados obtenidos nos dice que un 57,5% si tiene conocimiento sobre las viviendas tradicionales montubias mientras que un 5% no tiene conocimiento y 10% posee poco conocimiento.

DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo determinar la situación actual de la Parroquia San Isidro para la recuperación de las raíces montubias y revivir las costumbres ancestrales. Se determinó la relación que existe entre los habitantes de la parroquia y las costumbres que aún siguen estando vigentes dentro de las cuales se desarrollan las etnias montubias, los trabajadores campesinos, las culturas y sitios turísticos donde se muestra la riqueza ancestral del sitio.

Los resultados demuestran que los habitantes de San Isidro tienen aproximadamente un 89.9%, de pérdida de identidad cultural montubia, debido a los avances de la tecnología y la forma o estilo de vida los habitantes que han ido perdiendo poco a poco, situación que debe ser tomada en cuenta por los grupos que buscan fomentar el desarrollo de las culturas ancestrales y sus raíces.

Los resultados demuestran que los referentes que manejan los jóvenes, no tienen mucho impulso para mantener la cultura, no se da la debida importancia trascendental que tiene el plantar los valores culturales como una tradición, valorizando lo que fueron, es y serán. Es indiscutible que falta mucho por hacer desde la compilación de la información, la reeducación.

Empezar a erradicar la culturización desde nuestros hogares. Cuidar nuestra presencia en los momentos de religiosidad popular, dar importancia a estar y convivir con la gente en actitud de escucha, que el conocimiento de su cultura sea desde la vida y no desde lo puramente intelectual.

Los dilemas que representan la conservación del patrimonio, por un lado, pero también el sentimiento de pertenencia por el otro, se convierten en tarea pendiente a resolver en los momentos que la significación de lo cultural, abarca toda forma de manifestación.

CONCLUSIÓN

Sensibilizar a la población por el rescate de tradiciones, llevarlas a reflexionar qué es necesario meditar para vitalizar estas costumbres que cada día se van perdiendo más, y cómo proyectar acciones que sirvan de valor agregado al producto turístico, en el que pueda mostrarse a los turistas lo positivo de la cultura local e involucrarlos como participantes en esta manifestación cultural.

Es un precepto que ratifica la idea de que no se necesita crear una cultura nueva para mostrar a los turistas, sino explotar todas las potencialidades con que contamos al máximo, para insertar a los turistas, en la cultura que es más nuestra, mientras más pueda mostrar los valores desde una praxis, desarrollando el conocer, el ser y el hacer que vaya a redundar en la comunidad.

Bibliografía

- Buenaño, A. (2008). *Reconociendo el importante rol que desempeña el pueblo Montubio en el contexto sociocultural del Ecuador*. Guayaquil: La técnica.
- Cuadra, J. d. (1937). *el montuvio ecuatoriano*. GUAYAQUIL: ilustrada.
- Iturralde, W. O. (2012). *Alma montubia: de la música y el baile en el Litoral ecuatoriano*. Berkeley: Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión (CCE), 2012.
- Iturralde, w. O. (2014). *Amorfino, canto mayor del montubio*. Quito: Pedro Jorge Vera - Sede Nacional.
- Marín, G. (2002). *nuestras raices*. california: Editorial Tlatocan.

Rodríguez, A. (2018). *El Largo Camino del Taki Unkuy*. Quito: Huaponi ediciones .
Obtenido de CIVALLERO, Edgardo (2008). «Culturas ancestrales en universos modernos» [artículo en línea]. Digithum. N.º 10. UOC.

Roigè, X. (2006). *familias de ayer, familias de hoy*. Cataluña: Institut Català d'Antropologia. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=RbNKQR-8OvYC&pg=PA471&dq=familias+de+ayer,+familias+de+hoy+Roig%C3%A8,+Xavier&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjBi6OfrefiAhVDD6wKHTuED3UQ6AEIKDAA#v=onepage&q=familias%20de%20ayer%2C%20familias%20de%20hoy%20Roig%C3%A8%2C%20Xav>

Thompson, P. (1988). *La voz del pasado*. España: Edicions Alfonsos el Magnanim.

PRODUCTOS TURÍSTICOS ARQUEOLÓGICOS PARA LA MEJORA DEL TURISMO EN EL CANTÓN SAN VICENTE

AUTORES:

Verónica Gabriela Navarrete Andrade
e1314286285@live.ulead.edu.ec

TUTORES:

Arturo S. De la Rosa Villao
arturo.delarosa@uleam.edu.ec
Carlos Chica Medranda
carlos.chica@ulea.edu.ec

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es identificar y jerarquizar los productos turísticos para la mejora del turismo en el Cantón San Vicente. La investigación desarrollada es de tipo descriptivos y se utiliza los métodos cuantitativos y cualitativos. Entre las principales herramientas utilizadas se puede mencionar: revisión bibliográfica y documental, la observación, encuesta, entrevista y la jerarquización a partir de la guía establecida por el MINTUR. Para el procesamiento y análisis de información se utilizó el software Excel. Entre los resultados fundamentales obtenidos se pueden citar: se identificaron los recursos arqueológicos del Cantón San Vicente, se jerarquizó el atractivo turístico Río Muchacho, la identificación y jerarquización se realizó en función de la revisión bibliográfica efectuada, se clasificaron los recursos turísticos del Cantón San Vicente, se valoró el estado actual de los recursos arqueológicos del cantón.

Palabras claves: Turismo, productos turísticos arqueológicos, turismo patrimonial.

SUMMARY

The objective of this research is to identify and prioritize tourism products for the improvement of tourism in the San Vicente Canton. The research developed is descriptive and uses quantitative and qualitative methods. Among the main tools used are: bibliographic and documentary review, observation, survey, interview and hierarchy of the guide established by MINTUR. For the processing and analysis of information Excel software was used. Among the fundamental results obtained we can mention: the archaeological resources of the San Vicente Canton were identified, the tourist attraction Río Muchacho was hierarchized, the identification and ranking was carried out based on

the bibliographic review carried out, the tourist resources of the San Vicente Canton were classified, the current state of the archaeological resources of the canton.

Keywords: Tourism, archaeological tourism products, heritage tourism

INTRODUCCIÓN

Esta investigación identifica los productos turísticos arqueológicos, los jerarquiza y aporta en el conocimiento de estos productos en el Cantón San Vicente con el fin de incrementar el turismo en la zona; se elabora una propuesta en valor turístico de los productos arqueológicos del Cantón San Vicente, con el fin de identificar los medios posibles para la creación de programas y proyectos en beneficio económico derivados del aprovechamiento turístico y cultural del sitio arqueológico. (Catarina, catarina.udlap.mx, 2018). Se busca crear conciencia social entre los ciudadanos de la población local del municipio, el mismo que genera una expectativa de valor histórico para esta población, los lugares con patrimonio tienen que preservarse en el tiempo, en especial los sitios arqueológicos. La realización de un plan de desarrollo turístico adecuado puede contribuir a la generación de entradas importantes de divisas para crear apoyos de conservación y difusión del Cantón. (Catarina, 2018)

El Diseño Teórico de la investigación tiene como Problema científico es: la escasa identificación y jerarquización de productos arqueológicos del destino San Vicente, está afectando al desarrollo turístico, económico y social del Cantón. Basado en el Objeto de estudio los Productos arqueológicos por lo que el Campo es el Turismo, como Objetivo general Identificar y jerarquizar los recursos turísticos arqueológicos para la mejora del turismo en el Cantón San Vicente.

MATERIALES Y MÉTODOS

La modalidad de investigación fue de carácter bibliográfico. Se utilizaron como instrumentos los antecedentes de otros proyectos relacionados al turismo arqueológico como fuente fundamental para el turismo cultural. El tipo de investigación es descriptiva por el análisis del problema realizado. Se utilizó métodos empíricos son la observación para detectar probabilidades de levantar un recurso arqueológico en el corto, mediano y largo plazo; y la encuesta se aplicó a turistas y funcionarios del GAD de San Vicente

DESARROLLO

Productos turísticos arqueológicos, según Acerenza, 2006, “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”

El turismo arqueológico es la actividad turística que conlleva visitar lugares que formen parte del patrimonio arqueológico. Este tipo de turismo también recibe el nombre de arqueoturismo. Por esta razón, la Arqueología es un gran recurso para conocer un pueblo y también para atraer turistas. (Carreton, 2013)

El producto turístico es, actualmente el componente esencial de la actividad turística, y surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos turísticos y servicios. (Nohelia, 2011)

La Organización Mundial del Turismo define al producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores. (OMT, 1998)

Los productos turísticos, son todos aquellos bienes o servicios atractivos, integrados por los recursos, patrimonio turístico, factores externos de un país (sociales, económicos, Políticos, etc.) y la oferta. (Guerrero Perla, 2014)

Los productos turísticos contienen elementos tangibles (materia prima de productos, recursos turísticos del entorno, infraestructura básica y elementos complementarios) e

intangibles (servicios, gestión de recursos de la empresa, imagen de marca). Están dirigidos al consumo en un cierto segmento de mercado, de acuerdo a determinados estilos, actividades y motivaciones que satisfagan la experiencia del viaje. (Guerrero Perla, 2014). Todos estos elementos caracterizan al turismo, el mismo que provoca movilidad social, dando lugar a diversos tipos de turismo: experiencial, de patrimonio, cultural, arqueoturismo, entre otros.

El turismo experiencial se ha convertido en la tendencia del presente en el sector, donde la experiencia es objeto esencial del viaje y el cliente siente cada vez más la necesidad de experimentar un destino para optimizar su vivencia del mismo. Al integrar aspectos como la cultura y las tradiciones de las gentes del lugar, el turista se siente inmerso en su forma de vida local y obtiene una imagen positiva del destino visitado.

Según Schmitt (2003), uno de los primeros autores en acuñar el término Marketing Experiencial, existen cinco formas de promover la experiencia del consumidor: (1) A través de la experiencia sensorial (Sense); (2) A través de la experiencia emocional (Feel); (3) A través de la experiencia física o estilo de vida (Act); (4) A través de la experiencia cognitiva y creativa (Think) y (5) A través de la experiencia de identidad social (Relate). Respecto al *turismo de patrimonio*, según DeCarly, 2007, el patrimonio es el conjunto de los bienes naturales, culturales de un pueblo o nación recopilando historias, tradiciones, costumbres y hechos que sucedieron en el pasado y presente que ahora son motivos de visitas de muchas personas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera que dentro de las formas de manifestación del turismo existe una modalidad denominada “turismo cultural” en la cual predominan las motivaciones de tipo cultural. El “turismo cultural” es la inmersión en la historia natural, el patrimonio cultural, las artes, la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones. Dentro de esta modalidad turística podemos incluir el “turismo de patrimonio” que es la visita de personas no pertenecientes a la comunidad anfitriona, motivadas total o parcialmente por el interés en el patrimonio que ofrece una región, comunidad, grupo e institución. Como se puede apreciar estos tipos de turismo están relacionados entre sí. La persona que los practica, le gusta contactar con otras culturas para apreciar su patrimonio, colocando más énfasis en el desarrollo de la personalidad, a través de experiencias relacionadas con el conocimiento, que en el descanso o la diversión.

Moreno Delgado (2008, pp.38-41) define al *Turismo Cultural* como “la actividad turística en la que se produce un acercamiento total o parcial de los visitantes hacia el patrimonio cultural (material e inmaterial) a través de la gestión cultural y turística en el territorio visitado, y en el cual tiene lugar la ocurrencia de un conjunto de experiencias de diferente intensidad, de acuerdo a cuan intenso sea el encuentro entre el turista y los atractivos patrimoniales”.

Todo turismo implica el consumo de los productos y de experiencias (Urry, 1990; Richards, 1996), los activos culturales del patrimonio deben ser transformados en productos culturales de turismo. Para poder desarrollar un producto turístico es necesario determinar los recursos turísticos o atractivos turísticos. La OMT definió los recursos turísticos como “todo aquello que tenga la posibilidad de atraer a los visitantes” (OMT, 1980) y que se encuentran ubicados en un espacio natural.

El arqueoturismo o turismo arqueológico es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. El arqueoturismo comprende como actividad principal visitar, museo, sitios arqueológicos, monumentos y edificios históricos o antiguos. (Turística, 2018)

En la actualidad las personas disfrutan hacer turismo arqueológico visitando lugares en donde el tiempo, la historia y la actualidad se fusionan en un presente apasionante. El turismo de arqueología es una manera poderosa para salir de la rutina diaria y eliminar el stress. (Turística, 2018)

El Ministerio de Cultura ejerce la rectoría para todo el sistema nacional, sin embargo no alcanza a cubrir toda la demanda que existe para la protección de sitios con fuerte evidencia arqueológica, por lo tanto estos lugares quedan a expensas de los conocidos huaqueros, que aun ven en los objetos materiales un negocio para la venta de estas piezas en el mercado negro de antigüedades, a pesar de que las leyes en el país se han endurecido con el patrimonio cultural, se siguen perdiendo cientos de piezas que no son puestas en los lugares donde pertenecen por su origen Cultura, e identidad desde la arqueología. Es difícil colocar límites a una identidad cultural con relación a la ocupación del territorio como categoría política actual, en la provincia de Manabí se hace notorio esta densidad poblacional hacia el sur, a partir de San Clemente, San Jacinto y Charapotó, actual Cantón Sucre, y luego en las distintas zonas de vida que se encuentran en los cantones Montecristi, 24 de Mayo, Jipijapa, Puerto López, Machalilla y Manta, zona nuclear de los antiguos Manteños. (Hernández, 2011).

Aunque en la época prehispánica se halla el registro cultural más antiguo de este grupo, hay que considerar que estas poblaciones sufrieron un proceso de desestructuración y reestructuración a partir de la invasión de los españoles. El resultado final propende a un mestizaje con fuertes expresiones milenarias que se presentan en la producción de sus propios planteamientos culturales, basados en la pesca artesanal, la agricultura, los cuentos, mitos, creencias, las artesanías, los ingredientes para la preparación de alimentos, entre otros. Su célula básica es una unidad familiar o de parientes que busca la autosuficiencia a través del acceso a distintos nichos ecológicos, que los tiene Manabí. Ecuador como potencia turística El Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2009-2013 ya contaba con el sector turístico para alcanzar el cambio de la matriz productiva. En el largo plazo miraba al turismo especialmente a su lado comunitario como parte de las industrias que generarían un valor agregado y que ayudarían en la “sustitución selectiva de importaciones” y en la profundización de la (re) distribución de la riqueza.

La meta era: “Alcanzar el 15,1% de participación del turismo en las exportaciones de bienes y servicios no petroleros hasta 2013”. De acuerdo a las cifras del Banco Central del Ecuador y del Ministerio de Turismo, las cifras subieron, pero no se alcanzó la meta propuesta. La Organización Mundial de Turismo (OMT. 2018) explica que para observar adecuadamente el desarrollo turístico hay que tomar en cuenta otro indicador: las llegadas de los visitantes.

Cuadro 1. Ingresos de turistas extranjeros al Ecuador 2014 - 2017

Tipo de movimiento	2014	2015	2016	2017
Llegadas (nacionalidad)	1.556.991,00	1.544.463,00	1.418.159,00	1.617.914,00
Salidas (Ecuatorianos)	1.278.336,00	1.398.167,00	1.550.898,00	1.555.727,00
Variación				
Llegadas (nacionalidad)	14,14%	0,80%	8,18%	14,09%
Salidas (Ecuatorianos)	12,34%	9,37%	10,92%	0,31%

Fuente: Anuario entradas y salidas 2006 – 2018 Ministerio de Turismo

Estas cifras demuestran que el Ecuador crece en turismo extranjero. El crecimiento del turismo receptivo en este año es el resultado de la nueva estrategia de promoción que el Ministerio de Turismo (Mintur) viene aplicando desde agosto de 2017, con el ingreso al

sistema de Agencias de Viajes Internacionales Online (OTA, por su definición en inglés). Este sistema facilita a los viajeros de varios países del mundo, donde se desarrolla la campaña de promoción inteligente, la posibilidad de conocer de manera inmediata los diversos servicios de calidad que tiene el país en materia turística.

Con esta nueva estrategia de promoción y facilitación turística, Ecuador está a la vanguardia tecnológica. Recordar que esta Secretaría de Estado basa su gestión en tres ejes fundamentales: fomento al turismo interno; incremento del turismo receptivo y la atracción de inversiones. A esto se suma el mejoramiento de la conectividad que está apalancada con la política de cielos abiertos que adoptó el Gobierno Nacional a inicios de 2018. **Tendencias (emprendimientos) del turismo en Ecuador**

El Ministerio de Turismo de Ecuador presenta la convocatoria 'Emprende Turismo', una iniciativa que reconocerá a los mejores y más innovadores emprendimientos turísticos a nivel nacional; tiene como objetivo el desarrollo y consolidación de emprendimientos o productos turísticos nuevos diferentes a los existentes, que contribuyan al fortalecimiento y diversificación de los atractivos turísticos en el Ecuador, para posesionarlo como un destino preferente por su excepcional diversidad cultural y natural. (Mintur, 2018)

La convocatoria está abierta para ecuatorianos y extranjeros, con residencia permanente en Ecuador, mayor de 18 años y para personas jurídicas. El principal requisito es tener un proyecto en actividades turísticas como: servicios de alimentación y bebidas, servicio de alojamiento, intermediación, operadores turísticos, transporte turístico, relacionado con experiencias en turismo o turismo sostenible enmarcados en generar desarrollo económico y socio ambiental; los proyectos deberán tener entre cero y 12 meses de funcionamiento.

El turismo patrimonial en la provincia de Manabí

Las áreas arqueológicas de Manabí se han convertido en verdaderos centros históricos que aportan a la investigación, educación y el turismo; desde la puesta en marcha de proyectos de investigación en sitios arqueológicos, los mismos se han posicionado como una puerta abierta a la historia de aquellas sociedades que habitaron la costa del Ecuador antes de la llegada de los colonos españoles, entre ellos Francisco Pizarro, Pedro de Alvarado entre otros. (Uleam, 2018)

En la zona norte de Manabí, sobre las narraciones del padre Juan de Velasco señala dentro de la historia del Ecuador, que hace miles de años existió una cultura llamada Carán o Caras, que este grupo humano subió a la región andina para luego constituirse en el reino de Quito que es génesis de lo que hoy es Ecuador.

La zona norte se ha encontrado presencia de la cultura Valdivia, Chorrera, Bahía, Jama Coaque y Manteña más hacia el sur, lo que constituye un asentamiento importante para el desarrollo de proyectos arqueológicos que reconstruyan la historia de estas sociedades complejas que habitaron esta tierra hace miles de años, y que según los expertos son más antiguas que culturas de centro América como los Mayas y los mismos Incas en el Perú; es fundamental que los GAD locales se apropien de su patrimonio cultural y sea puesto en valor para desarrollo de proyectos turísticos, arqueológicos y educativos.

El turismo en el cantón San Vicente

El Cantón San Vicente basa su economía en comercio y turismo como fuentes principales, seguido de la agricultura y afines, su gente trabaja por alcanzar desarrollo económico sostenible en las diferentes actividades. El sector comercial y de servicios en el Cantón San Vicente genera aproximadamente el 37% de ingresos por sus diversos lugares turísticos, infraestructura, hospedaje, restaurantes, centros nocturnos, comercio, transporte y más, que ayuda a la parte del desarrollo del cantón; se debe tener presente los impactos económicos, socio-culturales y ambientales, los cuales hay que considerar y

respetar para mantener el turismo activo y continuar con las actividades principales del Cantón. (REDATAM, 2010). El turismo en su mayoría se ha concentrado en la playa de Canoa, que tiene una extensión de casi 2 Km., se la conoce como “segunda Montañita” por su ambiente e infraestructura hotelera. Para los amantes de la naturaleza, rodeando la zona hay dunas de arena y existe una plataforma para la práctica de parapente y alas delta. La playa de Canoa se puede disfrutar a cualquier hora, el mar ofrece condiciones ideales para la práctica de muchos deportes, uno de los más populares el surf, se han hecho incluso campeonatos nacionales, dando un impulso al turismo que beneficia a toda la zona, los propietarios de muchas hosterías son inversionistas extranjeros. (GAD. 2012) Como es notorio el turismo en el cantón San Vicente está enfocado fundamentalmente en sol y playa, por lo que otros aspectos relacionados al eco turismo, aviturismo, turismo de arqueología ha sido pobremente desarrollado, sin contar que el lugar tiene condiciones para el desarrollo del turismo de naturaleza, se ha encontrado durante los últimos años una cantidad importante de yacimientos arqueológicos, que son valiosos para el desarrollo del turismo histórico – cultural – arqueológico para un segmento que se lo considera totalmente intactos sin alteraciones del lugar o su aspecto, para esto se requiere de la intervención de expertos en arqueología para desarrollar proyectos novedosos relacionados a los restos encontrados en los diferentes lugares

RESULTADOS

El trabajo in situ fue realizado en el cantón San Vicente, a través de una encuesta a 30 turistas, cuyos gráficos fueron elaborados por Verónica Navarrete; y una entrevista realizada a un funcionario del GAD de dicho cantón.

Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a turistas que llegaron al Cantón San Vicente.

Grafico 1. Recorridos que llaman la atención a los turistas.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018.

A los visitantes les llama la atención sobre todo el recorrido en la naturaleza y el de aventura.

Grafico 2. Manera en que llama la atención el turismo de arqueología



Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018

Con criterios de muy importante e importante a los visitantes le llama la atención el turismo de arqueología

Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018

Con criterios de bastante y mucho los turistas consideran que San Vicente tiene patrimonio arqueológico para el desarrollo del turismo histórico

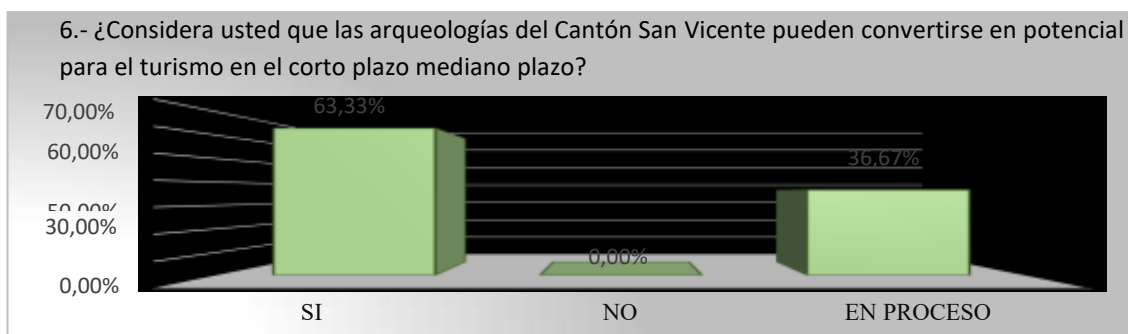
Grafico 3. Arqueología del cantón y la desaparición de piezas por el mercado negro



Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018

Los turistas consideran que la arqueología del cantón San Vicente está siendo desaparecida por efectos del mercado negro de piezas antiguas

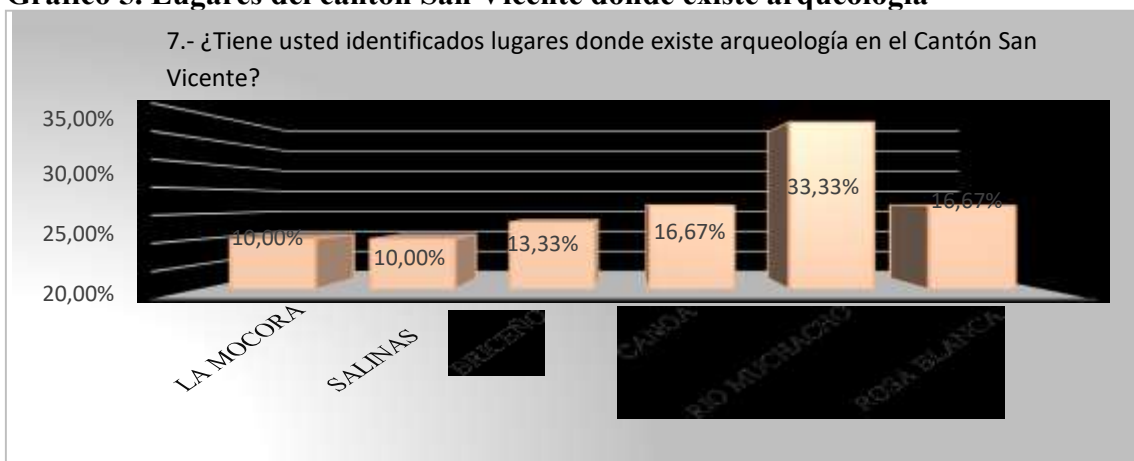
Grafico 4. La arqueología en San Vicente como potencial turístico



Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018

Los turistas consideran que la arqueología del cantón San Vicente puede convertirse en potencial turístico.

Grafico 5. Lugares del cantón San Vicente donde existe arqueología



Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018

Los turistas identifican a Río Muchacho, Rosa Blanca y otros lugares del cantón San Vicente donde existe arqueología

Grafico 6. El turismo arqueológico y la afluencia turística



Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018

Los encuestados consideran que el turismo arqueológico puede mejorar la afluencia de turistas hacia el cantón San Vicente

Grafico 7. Apoyo del GAD de San Vicente para levantar sitios arqueológicos.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018

Los turistas manifiestan que desconocen si existe apoyo o no hay ningún apoyo del GAD de San Vicente para el levantamiento de sitios arqueológicos

Grafico 8. El turismo arqueológico y su posicionamiento a nivel internacional.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas. 2018

Los encuestados consideran que falta promoción para posicionar el turismo de arqueología a nivel internacional.

Autor de gráficos: Verónica Navarrete

Interpretación

Los resultados muestran que llaman la atención el turismo de naturaleza y de aventura; es muy importante el turismo de arqueología; el cantón tiene mucho patrimonio arqueológico; que sus piezas arqueológicas desaparecen por el mercado negro; que es muy relevante el patrimonio arqueológico; que la arqueología puede convertirse en un potencial turístico; que identifican lugares turísticos como Rio Muchacho, Rosa Blanca, Canoa, Briceño; el turismo arqueológico si puede mejorar la afluencia turística; existe poco apoyo del Gad. El cantón San Vicente posee muchos productos turísticos, los proyectos se encaminan en el sentido que el turista no venga sólo por sol, playa, gastronomía sino por la parte histórica y cultural que tiene este cantón, se creará varias rutas en el cantón para fomentar el turismo. Entrevista realizada a un funcionario del GAD del Cantón San Vicente.

Las preguntas formuladas para identificar productos turísticos del cantón, fueron:

- 11) ¿Qué productos turísticos considera usted que son un atractivo de primer orden del cantón San Vicente?
- 12) ¿Considera usted que el cantón San Vicente posee productos turísticos culturales y cuáles son?
- 13) ¿Considera usted que la arqueología se puede incorporar como un producto turístico estrella para el cantón San Vicente??
- 14) ¿Usted ha escuchado que existe restos arqueológicos en todo el cantón San Vicente?
- 15) ¿Cuál es el objetivo fundamental del proyecto mastodonte que está desarrollando el GAD de San Vicente?

Resumen

- 1) El funcionario considera que los atractivos que tiene el cantón San Vicente en el orden de prioridad son las playas, de San Vicente, Briceño, Napo, Canoa y otros más, estas playas cuentan con accesibilidad como vías, bares, restaurantes, sistema de seguridad de Ecu 911, la gastronomía, la hospitalidad de su gente.
- 2) Que el municipio de San Vicente posee algunos atractivos de orden cultural y cuenta que se ha hecho un levantamiento con el INPC un producto turístico cultural fundamental como es el tema religioso, el mismo que es un bien cultural inmaterial, tienen algunas manifestaciones como San Vicente de Ferrer que se celebra el 5 de abril; San Vicente cuenta con mitos y leyendas que son parte del atractivo hoy se construye un mirador.
- 3) El funcionario de turismo considera estar de acuerdo que la arqueología es otro producto estrella, donde se ha encontrado mucha evidencia desde San Miguel de Briceño todo este trayecto hasta llegar a San Isidro que es la meca de los hallazgos arqueológicos más importante encontrados hasta ahora, la zona de Bahía de Caráquez, San Vicente, y otros sitios de este territorio.
- 4) El funcionario afirma que San Miguel de Briceño tiene muchas evidencias donde Don Pedro Romero tiene la habilidad de ver que sitios tiene restos de arqueología que en el argot popular le dicen mocarros, se ha encontrado evidencias de las culturas Chorrera, Guangala, Jama Coaque y la misma cultura Bahía, por lo que se considera que Manabí mismo en toda su expresión debe ser un patrimonio cultural para todo el Ecuador
- 5) En el año 2008 un habitante del cantón Don Galo Rivadeneira dueño de una propiedad en el sitio la Unión y por falta de agua decide hacer un hoyo de exploración para buscar agua para su ganado, y atrás de su casa cuando la maquinaria empezó a extraer elementos tipos huesos de tamaño grande o gigantes, la Politécnica hizo estudio de los restos encontrados en el lugar, se concluye que se trata de un

mastodonte de 6 metros de altos por 12 metros de largo; se busca financiamiento para realizar un museo de sitio donde fue encontrado y otro proyecto el museo en San Vicente, estos dos productos serán la carta de presentación del GAD de San Vicente; el museo tendrá características antropológicas para resaltar los hallazgos de San Vicente, también se resaltarán la cultura montubia con su cholo del lugar y de la tierra manabita; se creará varias rutas en el cantón como de la tortilla, de la gastronomía, de los mastodonte entre otras evidencias importante para el turismo.

DISCUSIÓN

Conforme con los resultados se observa que el turismo de naturaleza y de aventura tiene preferencia, sin embargo consideran que el turismo arqueológico le llama la atención, y que el cantón San Vicente tiene mucho para tal efecto a pesar que las piezas están siendo desaparecidas por acción del comercio ilegal, pero que el patrimonio arqueológico puede ser un producto turístico muy relevante, pudiendo convertirse en un potencial turístico; los turistas tienen identificados lugares donde existe arqueología que puede mejorar el turismo, pero existe falta de apoyo del Gad del cantón para levantar sitios arqueológicos a pesar de que existen dos proyectos de museos, sobre el mastodonte y la cultura montubia, y además faltan estrategias de promoción para posicionarlo a nivel internacional.

Propuesta: Diseño de un programa de ruta histórica – cultural y arqueológica en el cantón San Vicente.

El objetivo es laborar un programa de ruta histórica – cultural y arqueológica en el cantón San Vicente; para tal efecto, se establecerá un mapa tipo ruta para turistas nacionales y extranjeros que llegan hasta el cantón San Vicente, y diseñar un itinerario de viaje que incluya el atractivo histórico – cultural y arqueológico. Macro localización de la ruta histórico – cultural y arqueológico. Manabí es una provincia con una riqueza cultural de evidencia arqueológica, que según los expertos es simplemente incontable, y que talvez nunca se conocerá la totalidad de lo que sucedió aquí hace cientos de años, pero actualmente se observa en excelentes exhibiciones museográficas, piezas que pueden contar con mayor amplitud la dinámica de estas sociedades, su tecnología, en el barro, metalurgia, agricultura, organización etc.

Imagen 1. Macrolocalización de la ruta histórico – cultural y arqueológico.



En el contexto amplio, el proyecto programa de ruta histórica-cultural y arqueológica en el cantón San Vicente, estará localizado en la provincia de Manabí, como lo muestra la imagen.

Fuente: GAD del cantón San Vicente

Imagen 2. Microlocalización de la ruta histórica – cultural – arqueológica



La ruta, como se muestra en la imagen 2, tiene más de 10 lugares identificados con historia – cultura y arqueología, es un potencial para el desarrollo del turismo cultural en este cantón, el balneario de Canoa es el mayor polo turístico, existen nuevos proyectos que son significativos para el turismo nacional e internacional.

Fuente: GAD del cantón San Vicente

Presupuesto general para implementar ruta histórico – arqueológica.

El presupuesto general de creación de una ruta histórica - arqueológica dentro del cantón San Vicente, tiene la cifra de \$ 4.700,00 el mismo que está organizado y distribuido de la siguiente manera:

Cuadro 2. Presupuesto general de la ruta turística

Diseño de la ruta		500,00
Gastos de Inventario de sitios arqueológicos		200,00
Impresión de vallas publicitarias iluminado	100 Metros	500,00
Gastos de capacitación para la comunidad	10 talleres	300,00
Impresión de fotos de lugares con interés arqueológicos – históricos - culturales	100 fotos	.500,00
Impresión de material de promoción		300,00
Letreros identificación de los sitios históricos		500,00
Elaboración de mapa de ubicación sitios históricos		300,00
Impresión de mapas turísticos e informativos		200,00
Viaje de familiarización		1500,00
Total gastos para la Implementación		4.700,00

Elaborado por Verónica Navarrete

Imagen 3. Mapa de recorrido de ruta arqueológica histórica



La imagen tomada de [www.Google.com/maps/place/San +Vicente](http://www.Google.com/maps/place/San+Vicente) sirvió de base a la autora para ubicar la ruta histórica – cultural y arqueológica en el cantón san Vicente, que incluye río, cueva, tolas, corrales de punta Napo, iglesia.

Fuente: <https://www.google.com/maps/place/San+Vicente/>

Incorporación de los lugares con evidencias históricas arqueológicas

San Miguel de Briceño, Punta Napo, Balneario de Briceño, Balneario de Canoa, Río Muchacho, Cabuyal, Barlomi Chico, La Unión, San Isidro, San Vicente

Cuadro 3. Itinerario de un día y descripción del tour histórico arqueológico

8h00	Información previa al tour recogida en hotel
8h15	Se inicia recorrido visitando la iglesia de San Vicente para conocer sobre sus vitrales y la historia de San Vicente de Ferrer
9h00	Salida Punta Napo para observar los corrales antiguos que utilizaron algunas culturas para la captura de peces
9h20	Salida y llegada San Miguel de Briceño para visitar familia campesina y jornada montubia, recorrido por tolas o cementerios antiguos guiadas por los comuneros, lunch de media mañana con verde y salprietá
10h45	
11h00	Salida y llegada a Canoa, observación de cuevas comunicantes
12h15	Salida y llegada sitio Río muchacho, almuerzo
13h15	Recorrido por el proyecto Río Muchacho, finca orgánica y visita de sitio con restos arqueológicos
15h30	Retorno San Vicente fin de servicios

Elaborado por Verónica Navarrete

Cuadro 4. Programa genérico precios. Ruta histórica - cultural – arqueológica

Programa	Número de PAX					
	1	2	3	4	10	16
Precio Neto/Persona	\$60	\$40	\$40	\$35	\$30	\$25

Elaborado por Verónica Navarrete

Los precios incluyen recorrido por lugares mencionados, traslados hotel – excursión – hotel, transporte, almuerzo: tonga de gallina criolla, break y agua. No incluye bebidas adicionales con licores.

Beneficiarios

Pobladores de los sitios y sus comunidades, estudiantes de diversos niveles, operadoras y servidores de turismo, el cantón San Vicente

Impacto ambiental de la propuesta.

Los estudios de especialistas en turismo confirman que esta es una actividad de no contamina, pero al llevar visitantes a lugares donde antes las personas no lo hacían, en alguna forma genera impacto, en este caso se considera que es positivo, ya que los recursos económicos de visita a lugares históricos y culturales, permiten que el gasto promedio del turista se distribuya entre las comunidades que han logrado proteger y cuidar ese patrimonio.

CONCLUSIONES

- Se identificaron los recursos arqueológicos del Cantón San Vicente
- Se identificó diez recursos turísticos arqueológicos potenciales en el cantón San Vicente.
- Se jerarquizó el recurso turístico mastodonte paleontológico, la identificación y jerarquización se realizó en función de la revisión bibliográfica efectuada
- Se valoró el estado actual de los recursos arqueológicos del cantón y se realizó una jerarquización parcial de los recursos arqueológicos, utilizando la ficha del Mintur del Ecuador.

BIBLIOGRÁFICAS.

Acerenza, M. A. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas.

Catarina. (2018). *catarina.udlap.mx*. Obtenido de *catarina.udlap.mx*: http://catarina.udlap.mx/udla/tales/documentos/lhr/munguia_a_y/capitulo1

Carreton, A. (febrero de 2013). *arqueoblog*. Obtenido de *arqueoblog*: <http://arqueoblog.com/turismo-arqueologico/>

DeCarly, G. (2007). Museo y Patrimonio Local. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/360619709/DeCarli-patrimonio-pdf>

GAD, 2012. Memoria del sector económico y turístico del cantón San Vicente.

Guerrero Perla, R. R. (2014). Introducción al turismo. En R. R. Guerrero Perla, *Introducción al turismo* (pág. 89). México: Grupo Editorial Patria.

Hernández-Ramírez (2011) "Etnogénesis como práctica: arqueología y turismo en el pueblo Manta (Ecuador)". *Revista de Antropología Iberoamericana*

Ministerio de Cultura y Patrimonio Misión. Disponible en: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-ministerio/>. (Último Acceso: 20 de Mayo del 2015).

Ministerio de turismo del Ecuador. 2018. *Emprende Turismo, una iniciativa para fomentar el turismo en Ecuador*. Boletín.

Nohelia, C. N. (2011). Administración de Servicios Turísticos. En C. N. Nohelia, *Administración de Servicios Turísticos* (pág. 21). Bogotá: Ideas Propias.

OMT. (1994). *Entorno turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp->

OMT. 2018. <http://www.dinero.com/economia/articulo/ranking-de-principales-destinos-turisticos-del-mundo/254169>

Redatam, 2010

http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=104&Itemid=76.

Schmitt, B.H. (2003): *Consumer experience management: a revolutionary approach to connecting with your customers*. Jhon Willey and Sons, New York.

Turística, H. (2018). Arqueoturismo. *Revista Digital Honduras Turística*

Uleam, 2018, Proyecto arqueológico de investigación de la extensión Bahía de Caráquez, UNESCO. (2018). *UNESCO*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/intangible-heritage/>

VIVENCIAR LA CULTURA MONTUBIA, PARA MANTENER LAS TRADICIONES, EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, ECUADOR

AUTORES

Mera Domínguez Alexandra Victoria
e1313393454@live.uleam.edu.ec

TUTORES

Juan Ramón Echevarría, Ing.
Lilia Moncerrate Villacis Zambrano
Lilia.villacis@uleam.edu.ec

RESUMEN

El trabajo investigativo tiene como propósito rescatar la tradición oral del campesino montubio, recurriendo a su caracterización y divulgación, para fortalecer la identidad en la juventud, para que ésta asuma su propia identidad. Es importante recoger los valores de la cultura y la concepción de vida del pueblo, hacer conciencia de ella. También es cierto que la cultura que viene tiene sus valores. Es preciso reforzar la cultura ancestral para que pueda darse un enriquecimiento mutuo y no una imposición o destrucción. Se

aplicaron métodos cualitativos y cuantitativos, como la encuesta, determinando el nivel de conocimiento que poseen los habitantes, referente a su identidad y prácticas ancestrales y su aportación al turismo. En el método estadístico descriptivo, a partir del levantamiento de información utilizando SPSS 21 para medir el interés que poseen las personas por conocer los orígenes de las diferentes tradiciones y costumbres, que se van perdiendo, culturizando una identidad foránea que quita al ser humano la capacidad de conocer lo propio, ser único e irreplicable para ejercer la identidad del pueblo montubio. Se verificó que la cultura no es un fósil, es algo dinámico. No es algo simplemente a conservar, sino que es una realidad viva y creativa; que el ser humano debe responder a los retos que le vienen de dentro y de fuera, por lo que es importante que el montubio manabita ame lo que es, lo que tiene y sus proyecciones futuras para las nuevas generaciones en la sociedad del conocimiento.

Palabras claves: Cultura, montubio, identidad, crecimiento

SUMMARY

The purpose of the research work is to rescue the oral tradition of the Montubio peasant, using its characterization and dissemination, to strengthen the identity of the youth, so that it assumes its own identity. It is important to collect the values of the culture and the conception of life of the people, to be aware of it. It is also true that the culture that comes has its values. It is necessary to reinforce the ancestral culture so that mutual enrichment can occur and not an imposition or destruction. Qualitative and quantitative methods were applied, such as the survey, determining the level of knowledge that the inhabitants possess, regarding their identity and ancestral practices and their contribution to tourism. In the descriptive statistical method, from the collection of information using SPSS 21 to measure the interest that people have to know the origins of the different traditions and customs, which are lost, culturizando a foreign identity that takes away the human capacity to know what is their own, to be unique and unrepeatable in order to exercise the identity of the Montubio people. It was verified that culture is not a fossil, it is something dynamic. It is not something simply to preserve, but it is a living and creative reality; that the human being must respond to the challenges that come from inside and outside, so it is important that the Manabí montubio loves what it is, what it has and its future projections for the new generations in the knowledge society.

Keywords: Culture, montubio, identity, growth

INTRODUCCION

“El conocimiento nos hace libres, la cultura y la identidad nos hace trascendentes, esperanzadores y humanos” (Liviza)

Vivimos junto al pueblo manabita, peregrinamos con él y estamos implicados en el mismo destino. Sentimos la necesidad de reconocer las manifestaciones culturales y descubrir las raíces que las sustentan. Creemos en nuestro pueblo y que dentro de él hay un mundo de concepciones, valores y realidades desde las que hay que seguir construyendo su destino inacabado y la evangelización.

Percibimos que este mundo cultural está en permanente cambio; que durante quinientos años ha sufrido diversos envites que ha debido afrontar para recrear una concepción de vida desde la que sustentarse como pueblo. Las diversas culturas originarias al enfrentarse con los retos históricos han ido definiendo una manera de ser y estar en el mundo; se puede hablar de la conciencia de ser manabita.

El análisis nos lleva a constatar que en la actualidad hay una entrada agresiva de la cultura dominante y un cambio grande de valores culturales. Y, al mismo tiempo, consideramos que es un tiempo privilegiado de afirmación y de reconocimiento de las auténticas raíces culturales del proceso evangelizador y de creatividad cultural.

Cuando los antropólogos hablan de una cultura humana normalmente se refieren al estilo de vida total, socialmente adquirido, de un grupo de personas, que incluye los modos pautados y recurrentes de pensar, sentir y actuar. M. Harris (1981): "Cultura se refiere a los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas que pactan y a los bienes materiales que producen. Los valores son ideales abstractos, mientras que las normas son principios definidos o reglas que las personas deben cumplir". Anthony Giddens (1989)

La cultura tradicional manabita es una cultura poco compleja, de expresiones primarias y manifestaciones simples y, en este sentido, permeable a la asimilación de nuevas culturas y necesitada de hacer permanentemente el ejercicio de adaptación a nuevas realidades para subsistir.

Los etnólogos y antropólogos británicos y estadounidenses de las postrimerías del siglo XIX retomaron el debate sobre el contenido de cultura. Estos autores tenían casi siempre una formación profesional en derecho, pero estaban particularmente interesados en el funcionamiento de las sociedades exóticas con las que Occidente se encontraba en ese momento. En la opinión de estos pioneros de la etnología y la antropología social (como Bachoffen, Mc Lennan, Maine y Morgan), la cultura es el resultado del devenir histórico de la sociedad. Pero la historia de la humanidad en estos escritores era fuertemente deudora de las teorías ilustradas de la civilización, y, sobre todo, del darwinismo social de Spencer.

Creemos que su alma está viva, que la cultura es positiva, creativa, que lo que importa es el ser humano, su dignidad de hijo de Dios encarnado en el mundo. Admitimos nuestra realidad cultural de la que provenimos sin complejos de superioridad ni inferioridad. Admitimos nuestra dificultad cultural para definir la concepción de vida de este pueblo y al mismo tiempo sentimos el gozo y la gracia de estar implicados en esta tarea y sabemos que no tenemos otro quehacer que profundizar en ella, permaneciendo al lado de los pobres, parte de cuyo proyecto liberador pendiente junto al vivir cristiano de cada día es descubrir sus propias raíces culturales. Desde ahí recogemos algunos rasgos culturales, que son un sencillo esbozo y que es preciso desarrollar más.

La Cátedra UNESCO en su documento "Turismo Cultural Inmaterial" en sus reflexiones refiere un importante elemento a tener en cuenta y es el razonamiento de que "...el patrimonio no es algo museístico, estático o referencial del pasado, sino algo vivo, portador de una identidad que debe reflejarse en las políticas públicas y en las decisiones. Por consiguiente, toda reflexión sobre este tema, debería inscribirse en una mirada de largo plazo y con un enfoque altamente participativo..." (UNESCO, 2012).

El pueblo manabita hace visible sus manifestaciones religiosas, sociales culturales a través de una práctica y de unas acciones de la vida cotidiana, como son la familia, alumbramientos, compadrazgo, enfermedad, finados, velorios, trabajo, la naturaleza, la tierra.

Hay teorías psicosociales que tratan de explicar la crisis de identidad en los jóvenes. Para Erick Erikson (2003). Que el niño o joven moldee y acepte lo que es, esto es su identidad, puede darse en un ambiente de ansiedad, para lo cual ensaya varios roles e ideologías en pos de seleccionar el que más se adecúe a él; si pasa este período con un sólido sentido de identidad personal estará preparado para iniciar la edad adulta, lleno de confianza y certeza de sí mismo; si sucede lo contrario sufrirá la crisis de identidad. Además, considera parte importante de su teoría la presencia de la cultura, al formar parte del patrón de conducta del joven.

La familia tradicional manabita es una familia numerosa, compuesta por varias generaciones, en la que entran también entenados, nietos entregados a los abuelos, niños

regalados, criados. Todos tienen su lugar y su papel, aunque la familia se asienta en la autoridad de los padres hacia los hijos y del varón hacia la mujer. Es reconocido el puesto importante que juegan los ancianos como elementos fundamentales y el papel de la mujer en la educación de los hijos.

La pareja es algo natural en la vida de la gente. La sexualidad es un valor. No se concibe el estar solo en esta sociedad. Las personas son alguien en relación a un grupo social que les da identidad. Al niño se le prepara desde pequeño para emparejarse. La manera socialmente aceptada de formar la pareja es el compromiso. El chico roba a la chica y se huyen. Los familiares y vecinos contribuyen a la fuga. Los padres aceptan el compromiso de la hija, con el perdón posterior después de que la hija regresa al hogar y la madre la castiga. Otras veces, el joven se dirige a los padres de la chica para pedirla y formalizan el compromiso o el matrimonio. El nacimiento de un niño es un acontecimiento relevante que da identidad social a la pareja. Se prepara el quemado para brindar a los vecinos y celebrar el nacimiento. Llegan los familiares y vecinos a visitar siempre llevando algún presente y se les acoge ofreciéndoles el quemado.

La enfermedad, compañera habitual del pobre, es uno de los aspectos que produce mayor inseguridad, una especie de misterio que descompone la vida social. La mayor riqueza de una comunidad de pobres es la salud. La enfermedad produce un gran desequilibrio económico: malvenden lo que tienen, quedan gastados, prestan, se endeudan, comprometen la cosecha, a veces pierden las tierras.

No es el pasado el que produce el presente, sino a la inversa, el presente quien configura al pasado (G. Lenclud: 1987). El presente es el legado cultural en marcha, con significado social, que carga a la tradición de sentido. La tradición, de tal modo, más que padre es hija del presente.

En torno al finado y a su velación se establecen lazos sociales profundos. Las rezadoras tienen un papel preponderante; a veces, llegan de lejos. Cuando se está velando el cadáver, llegan los familiares que desarrollan un diálogo semi tonado ante el difunto, donde repasan la vida pasada, rememorando sus virtudes y lamentándose de los errores. Descargan la emotividad y así pasan las horas de velación. Al momento de sacarlo al cementerio, se produce una especie de lucha entre los hombres que quieren tomar el féretro y las mujeres que a gritos los impiden.

En palabras de Gérard Lenclud (1987): "... la tradición integra el pasado y el presente en el futuro en vez de sustituirlo...". Es decir, es un proceso inacabado de creación-recreación, producción-reproducción, continuidad-discontinuidad; un sistema en constante renovación.

El velorio de santos es un hecho colectivo de magnitud en el que se une lo religioso y lo social. La familia que tiene devoción a la Virgen o a un santo, celebra durante una noche el velorio. Es un momento de encuentro con sentido de fiesta: se reza, se come, se bebe y se baila durante toda la noche. Es una relación a nivel más amplio de la familia. Tiene sentido de unión de familias, algunas llegan de lejos y se celebran en días señalados para que puedan participar todos. La invitación es personal, aunque luego se pegan todos. Los invitados llevan velas o algún donativo. Suele haber padrinos.

El patrimonio, utilizando la expresión de Pierre Bourdieu (1999), es un capital simbólico vinculado a la noción de identidad. Es decir, debe ser protegido no tanto por sus valores estéticos y de antigüedad, como por lo que significa y representa.

Momentos, situaciones y acontecimientos en que el pueblo manabita vive su relación con la naturaleza, como dice la región andina el MUNAY. La palabra Munay es el nombre del tercer código andino que representa un estado de conciencia en donde está unido el Amor, el Deseo y el Poder. El código Munay es considerado el "Código de la magia y la

alquimia” ya que nos permite la transformación de todo a partir de modificar las cosas a nivel energético, (se transforma en Munay) el amor a la naturaleza desde el cuidado a la conservación y a la armonía

La tierra constituye para el manabita la vida, una realidad indómita que se hace viva en su identificación con ella. La tierra es vida; la vida y la muerte están ligadas a la tierra. De la tierra se sacan los productos y ella da cobijo a los muertos, siendo toda ella un lugar vivo de culturas y restos de los antepasados.

Es decir la identidad se fundamenta en una construcción real y en una construcción ideológica, que jerarquiza y fetichiza unos símbolos supuestamente propios, mediante los que se canalizan, cíclicamente, las energías y los sentimientos colectivos; porque los procesos de construcción de las identidades son, como observara Juan José Pujadas (1993), procesos ideológicos (conjunto de representaciones, valores, creencias y símbolos), procesos políticos (con la finalidad de marcar los límites entre nosotros y ellos) y procesos culturales (la historia y la tradición), que representan el vínculo genealógico y la herencia cultural.

La aspiración del montubio es vivir en su misma tierra, en su propio campo y morir en ella. Conseguir un pedazo de tierra cuando no se tiene, es una liberación grande. La tierra es la madre. La relación del montubio con la tierra no es acumulativa, es relación de vida, de celebración.

El ciclo vital de la naturaleza da identidad al ser manabita. La siembra, el invierno, la espera de la cosecha, la recogida, la preparación del campo, la lucha contra la naturaleza agreste que trata de ganar espacio al ser humano, constituyen algunos de los aspectos que definen el alma y los rasgos del pueblo manabita: la paciencia, el esfuerzo, la contemplación, la resistencia, la agresividad.

Se da un diálogo de la gente con las plantas, las encomiendan a Dios cuando van a sembrarlas, hay personas que tienen buena mano para tales plantas y otras no. Las plantas sienten y la gente siente con las plantas: cuando van creciendo, cuando están dispuestas, cuando se las corta. Saben pasar horas sin hablar y sin hacer nada, contemplando.

La pequeña huerta, las eras, las plantas medicinales, la maceta, las flores: toda forma parte de la tierra madre. Sin ello, el manabita no podría vivir.

Los momentos, situaciones y acontecimientos más importantes en que el pueblo manabita vive su relación con Dios.

Los santos de mayor devoción son: San Pablo, San Antonio, San Ramón, Santa Rosa, San Isidro, San Martín de Porres, la Virgen en sus distintas advocaciones: La Merced, la Dolorosa, El Carmen, Monserrate; Jesucristo como santo: Jesús del Gran Poder, el Señor de la Buena Esperanza, el Niño Dios; y otros como el Hermano Gregorio que es santo para el pueblo.

Los santos permiten una mediación con Dios: se pueden ver, sentir y tocar; también velarles (ponerles una ‘vela’ y acompañarles mientras se consume). Le ponen la vela al santo movidos por un cierto temor, porque el santo se puede molestar y hay que contentarle. Los santos son buenos cuanto más milagrosos son.

El altar, donde se colocan los santos, ocupa un lugar destacado de la casa y en él se guardan las cosas preciadas. Al anoecer, se prende la vela. La manera de relacionarse con los santos y, a través de ellos, con Dios, es por medios antropomorfos.

La permanencia en el tiempo de la identidad es un factor relevante. Laing (1961) define a la identidad como “aquello por lo que uno siente que es ‘él mismo’ en este lugar y este tiempo, tal como en aquel tiempo y en aquel lugar pasado o futuros; es aquello por lo cual se es identificado”.

Las fiestas son manifestaciones comunitarias de la religiosidad del pueblo. Sus elementos más fundamentales son el bautismo y la procesión. El bautismo es el principal sacramento del cristiano. La procesión tiene el sentido de bendición del lugar al paso de la imagen. El valor de la manifestación religiosa está en la masividad; el individuo tiene su referencia en la colectividad que se reúne; la fiesta ha estado buena si ha asistido mucha gente. Se realizan mandas al santo; se cumplen las promesas por algún favor concedido.

Tajfel (1981) ha definido a la identidad social como aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia. Asimismo, asocia esta noción con la de movimiento social, en la que un grupo social o minoría étnica promueve el derecho a la diferencia cultural con respecto a los demás grupos y al reconocimiento de tal derecho por las autoridades estatales y los ex grupos.

METODOLOGIA

El trabajo investigativo en lo concerniente al rescate de la cultura montubia, para mantener las tradiciones, en la parroquia San Isidro, a partir de Valles (1999), el análisis cualitativo se identifica con unas determinadas funciones y fases dentro del proceso de investigación social, que según este autor, intenta dar una aproximación global de las situaciones sociales y plantea diferentes estrategias metodológicas situadas en estudios cualitativos con cierta perspectiva histórica, explorándolos desde un ambiente natural y en relación con el contexto.

Se utilizó el método descriptivo, según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010): “El estudio descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis”. De ahí se infiere que se requiere conocer el contexto, las tradiciones, las creencias, las prácticas, por medio de una descripción exacta de las formas de interactuar de la población seleccionada. Así mismo Vásquez (2013) amplía el concepto de lo descriptivo, cuando sostiene que: Describir es pintar con palabras, dibujar con lenguaje lo que ven nuestros ojos, delinear con cuidado: rasgo a rasgo, detalle a detalle. Volver nuestra mirada una lupa, una lente afinadísima para no pasar por alto, para no dejar de lado aspectos o elementos fundamentales de alguien, de cierto hecho o cierta situación

La opción de nuestros informantes clave, quienes según Goetz y Le Compte (1988) son personas “en posesión de conocimientos, status o destrezas comunicativas especiales y que está(n) dispuesto(s) a cooperar con el investigador”, se realizó a través de estudiantes, amigos, adultos y conocedores del tema; de este primer acercamiento a la población, se hizo la selección de la muestra representativa, no tomada al azar, es decir del tipo no probabilístico por conveniencia, que algunos expertos desde el método Delphi donde la muestra fue de 40 personas. La presente investigación fue desarrollada para constar el conocimiento que se tiene de la cultura montubia y los referentes que tienen de ella a partir de las tradiciones, se utilizaron tanto métodos cualitativos como cuantitativos.

El desarrollo de la presente investigación está estructurado en 5 fases:

Fase 1. Realizar una revisión bibliográfica que se fundamente en el estado del arte y la práctica investigativa.

Fase 2. Investigar el nivel de conocimiento de la cultura montubia y sus tradiciones que tiene la población de San Isidro

Fase 3. Comprobar si aún se puede rescatar la cultura montubia para tener vivas las tradiciones ayuda a mantener la cultura popular de la parroquia San Isidro.

Fase 4. Analizar el nivel de la cultura popular que tiene la población joven de San Isidro desde los referentes que les transmiten los padres, la pérdida de las costumbres y la

memoria anteriormente mencionada, a causa de las diferentes influencias del exterior en el constante cambio social.

Fase 5. Proponer una formación desde la reeducación de la cultura recobrando la identidad desde sus manifestaciones culturales, sociales, económicas,

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

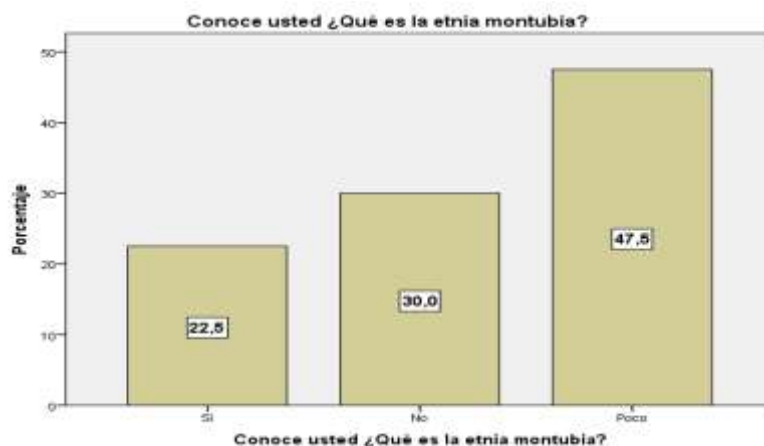
- Lectura científica: Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial reuniendo aportaciones de diversos autores y el análisis de técnicas que permitan evaluar niveles de conocimiento de las leyendas y mitos.
- Encuesta: Se aplicó este modelo de entrevista tomando como referencia una muestra de 40 personas de la parroquia de San Isidro.

Instrumentos: Se empleó una encuesta con preguntas identificando el interés que tienen los adultos para que los jóvenes conozcan de sus tradiciones con la finalidad de identificar el interés y conocimiento que poseen por conocer sus raíces como cultura popular de su pueblo para esto se utilizó el software estadístico SPSS 21.00 para procesar la encuesta y realizar el análisis de los resultados obtenidos.

RESULTADOS

Conoce usted ¿qué es la etnia montubia?

Grafico No.1



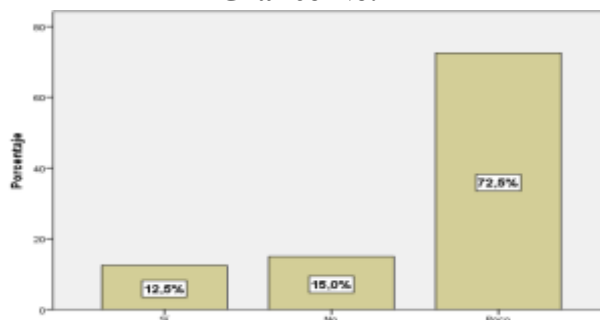
Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes primero de Auditoria y Contabilidad

El 22,5% del total de encuestados manifestaron que si conocen qué es la etnia montubia, el 30,0% no la conocen y el 47,5% contestaron que poco la conocen. Como se puede evidenciar que la población joven desconoce sus propias raíces.

¿Usted vive la identidad cultural montubia dentro de su contexto familiar?

Grafico No.2



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes primero de Auditoria y Contabilidad

El 12,5% contestó que si viven la identidad cultural montubia dentro de su contexto familiar, el 15,0% que no y el 72,5% que la viven poco. Los resultados demuestran que la nueva generación no tiene referentes que aseguren la cultura, por ende si no se forma desde las primeras edades se irán introduciendo culturas foranes y no habrá un reconocimiento de lo propio

DISCUSIÓN

Los resultados demuestran que los referentes que maneja la gente joven, no tienen tanta fuerza para mantener la cultura, no se le da la importancia trascendental que tienen el cultivar los valores culturales como una tradición, valorizando lo que fueron son y serán. Es indiscutible que falta mucho por hacer desde la compilación de la información, la reeducación. Empezar la inculturación por nuestra vida y nuestras propias casas: sencillez, acogida, apertura. Cuidar nuestra presencia en los momentos de religiosidad popular, permanecer más tiempo con la gente, no sólo ir "a lo nuestro". Dar importancia a estar y convivir con la gente en actitud de escucha. Que el conocimiento de su cultura sea desde la vida y no desde lo puramente intelectual. Los dilemas que representan la conservación del patrimonio, por un lado, pero también el sentimiento de pertenencia por el otro, se convierten en tarea pendiente a resolver en los momentos que la significación de lo cultural, abarca toda forma de manifestación.

CONCLUSIONES

Concienciar a la población que debe caminar por el rescate de tradiciones, que merece la pena reflexionar en qué es necesario repensar para vitalizar esta tradición y cómo proyectar acciones que sirvan de valor agregado al producto turístico, en el que pueda mostrarse a los turistas lo genuino de la cultura local e involucrarlos como participantes en esta manifestación cultural, que es muestra viva de lo que somos.

Es un precepto que ratifica la idea de que no se necesita crear una cultura nueva para mostrar a los turistas, sino explotar todas las potencialidades con que contamos al máximo, para insertar a los turistas, en la cultura que es más nuestra, mientras más pueda mostrar los valores desde una praxis, desarrollando el conocer, el ser y el hacer que vaya a redundar en la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, L. (2010) Conferencia Internacional sobre Derecho de Autor. UNESCO. Río de Janeiro – Brasil

Bachoffen, McLennan, Maine y Morgan, Antropología del parentesco (1981)

BOURDIEU, P. (1999): La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Edit. Taurus. Madrid, 1979

Cuche, Denys (1999) Noción cultura ciencias sociales (Portland, ME, Estados Unidos de America

Giddens, Anthony (1989), Capitalism and modern social theory: An analysis of the writings of Marx, Weber and Durkheim, Cambridge, UK: Cambridge University Press. Versión en español: (1994), El capitalismo y la moderna teoría social, Barcelona: Lab

Jesús Mosterín (1993) Filosofía de la cultura. España, Ed. Alianza

Jesús Mosterín (2009) La cultura humana. Madrid, Pozuelo de Alarcón

LAING, RONALD D. El Yo y los Otros. La permanencia en el tiempo de la identidad es un factor *relevante*. Laing (1961)

MARCOS ARÉVALO, J. (2001): “La tradición, el pasado vivo en el presente”, en Tradición. Cien respuestas a una pregunta. Centro de Cultura Tradicional de la Diputación de Salamanca e Instituto de Investigaciones Antropológicas de Castilla y León. Gráficas Lope. Salamanca

PUJADAS, J. J. (1993): Etnicidad. Identidad cultural de los pueblos. Eudema. Salamanca.

RODRÍGUEZ BECERRA, S. (1997): “Patrimonio cultural, patrimonio antropológico

Thompson, (2002) Ideología y cultura moderna, UAM Xochimilco, México

UNESCO (2003): Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Paris

UNESCO (2012) Compendio mundial de la educación, oportunidades perdidas y museos de antropología”, B.I.A.P.H.21:42-52. Sevilla

LA ALIMENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA ULEAM Y SU INCIDENCIA EN EL APRENDIZAJE.

AUTORES

Génesis Macías Santana

genesismacias98@gmail.com

Karina Gabriela Alarcón Bailón

kari98ab@gmail.com

TUTORES

Karen Gisela Pinargote Montenegro

karen.pinargote@uleam.edu.ec

Nuri Lupita Palacios Briones

nuri.palacios@uleam.edu.ec

RESUMEN

La forma de alimentación se enseña desde los primeros años de estudios, en la primaria y secundaria, debido a la importancia de mantener una vida sana, a través de una buena alimentación y la realización de ejercicios, permitiendo tener un estado de salud adecuado. Sin embargo, a veces no se aplica por el interés, el nivel cultural y económico de los estudiantes; al llegar a la universidad, en muchos casos ya no se desarrolla la actividad física y deporte, por las múltiples tareas, trabajo, sumado a ello la situación económica, que no permite que los estudiantes se alimenten de manera adecuada, afectando directamente en el rendimiento que debería tener un estudiante universitario.

En la etapa estudiantil universitaria existen diversos motivos que obligan a los estudiantes a llevar hábitos alimenticios no saludables, donde el estrés por la acumulación de deberes, el trabajo, alimentación desbalanceada y el poco tiempo que disponen para actividades físicas repercuten en su buen estado de salud. Dentro del campus de la matriz de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) y fuera de este, se puede encontrar varios establecimientos de comidas rápidas, que incitan el consumo de hamburguesas, papas fritas, hot dogs entre otros.

Uno de los objetivos principales de esta investigación, es diagnosticar la situación actual de los estudiantes de la ULEAM en cuanto a su alimentación, y determinar su incidencia en el aprendizaje; por lo que, mediante un estudio exploratorio y descriptivo de enfoque cualitativo, se aplicó encuestas a los estudiantes de dicha IES. Los resultados denotan una deficiente alimentación generada por una débil atención e importancia al tipo de alimentación ingerida, por lo que es necesario capacitar por parte de la institución a los estudiantes, considerando el valor que ejerce este factor dentro del desarrollo del aprendizaje de los estudiantes.

PALABRAS CLAVES

Estudiantes universitarios, alimentación, salud.

Abstract

The educational process of the primary and secondary school teaches its students the importance of maintaining a healthy life, considering for it a good diet and the performance of exercises that allow them to carry an adequate health; upon arrival at the university this is interrupted due to physical inactivity and unhealthy habits to which university students are exposed.

In the university student stage there are several reasons that force students to carry unhealthy eating habits, where stress due to the accumulation of duties, work, unbalanced diet and the little time they have for physical activities have an impact on their good health. Within the campus of the matrix of the University Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) and outside of it, you can find several fast food establishments, which encourage the consumption of hamburgers, French fries, hot dogs among others.

One of the main objectives of this research is to diagnose the current situation of ULEAM students regarding their nutrition, and to determine in this way the factors that affect it; therefore, by means of a descriptive study of qualitative approach, surveys were applied to the students of said HEI. The results denote a deficient diet generated by a weak attention and importance to the type of food ingested, for what it is necessary to train on the part of the institution to the students, considering the value that this factor exerts within the development of the learning of the students.

KEYWORDS

University students, nutrition, health.

INTRODUCCIÓN

A través de los años, la alimentación de los individuos ha cambiado paulatinamente. Se han notado cambios en la manera en que se alimentaban nuestros antepasados, con relación a la que se tiene en la actualidad. La alimentación moderna es menos natural, debido al excesivo consumo de alimentos procesados, dejándole de dar importancia al consumo de alimentos sanos (Contreras, 1995)

La salud y la educación son los pilares básicos para el desarrollo de las sociedades y para consolidarlos se necesita el cumplimiento de varios factores, uno de ellos y muy básico es la alimentación (Alán, 2008).

“Una mala alimentación puede repercutir en el rendimiento de aprendizaje, por lo que su capacidad de aprender se puede ver comprometida al no tener la suficiente energía para sus actividades, indicó Ivonne Flores, asesora médica de la Jefatura de Prestaciones Médicas del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). (Flores, 2013)

La población estudiantil es un conjunto de personas vulnerables, a conllevar una alimentación no saludable, por muchos factores ya sean por apuros económico, la moda, la publicidad, la situación de convivencia, el comportamiento alimentario de sus compañeros, etc. (Román, 2012)

(Duncan, 1986) Los estilos de vida son determinados por la presencia de factores de riesgo y factores protectores para el bienestar de cada individuo.

Entre los grupos etarios claves para condicionar estilos saludables de vida se encuentran los adultos jóvenes que desarrollan una vida académica. Estos últimos tienden a moldear una identidad personal en esta etapa, en la que surgen actitudes de riesgo, entre las que destaca una inadecuada calidad de la alimentación. (Claudia Troncoso, 2011)

El presente proyecto de investigación se realiza con el propósito de analizar la realidad que vive la comunidad universitaria sobre la cultura alimenticia que esta emplea, además se investigará en artículos indexados las situaciones a la que se exponen los alumnos para no llevar un buen control en su nutrición en esta etapa de la vida, la cual requiere de una adecuada alimentación para lograr una mejor concentración en horas de clase. El consumo de comidas con alta cantidad de calorías, grasas y azúcares, se ha convertido en una problemática que atenta a la salud, debido a las consecuencias que recaen sobre ella, surgiendo enfermedades que dificultan el buen estado físico de los estudiantes.

Trabajos previos antecedentes

Según la Universidad Católica de Valparaíso (2011) Los hábitos de vida saludable en la población, provocan una serie de consecuencias que perjudican el estado de salud de las personas y finalmente influyen en su calidad de vida. Llevar un estilo de vida saludable, está relacionado con la disminución de las enfermedades crónicas no transmisibles. Una etapa crítica en la adquisición de estos buenos hábitos, ocurre en la infancia, pero también en la vida universitaria, donde los estudiantes pasan de una rutina regular de actividad física a nivel escolar a una rutina cargada de inactividad física, típica de la vida universitaria. Finalmente se refleja en hábitos de vida poco saludables en la vida adulta profesional.

Algunos estudiantes que provienen de lugares lejanos a los centros universitarios de estudios, empeoran su estilo de alimentación, producto de la falta de tiempo, para cocinar, comer o conocer la preparación de alimentos saludables que probablemente en sus casas acostumbraban a consumir en su etapa escolar. Ambos factores influyen fuertemente en el aumento de las posibilidades de tener sobrepeso, grasa corporal aumentada y otros factores de riesgo de la enfermedad cardiovascular. (Luis Espinoza O., 2011)

Paulina Hernández J. (2012) Asegura que la mala calidad de la alimentación de la población chilena a través de todo su ciclo vital. Los principales problemas alimentarios se vinculan con bajos consumos de frutas, verduras, leguminosas, pescados y lácteos y alto consumo de alimentos industrializados, que generalmente contribuyen a un aporte excesivo de calorías, grasas, azúcar y sal. Existe también una alta prevalencia de tabaquismo, obesidad y enfermedades crónicas vinculadas con los estilos de vida, al igual que en muchos otros países.

La preocupación por el sedentarismo y la alimentación se basa en sus efectos directos en la calidad de vida de las personas, por su fuerte asociación con enfermedades cardiovasculares, diabetes mellitus tipo 2, hipertensión arterial, enfermedades osteoarticulares y algunos tipos de cáncer. La obesidad puede llegar a reducir la esperanza

de vida hasta en diez años y representa una elevada carga económica para la sociedad. (RINAT RATNER G., 2012)

El portal de Universidades Españolas UNIVERSIA (2013) indagó sobre la necesidad de mejorar la capacidad de concentrarse y estudiar. Para ello no sólo es necesario contar con las mejores técnicas de estudio y trucos para memorizar, así como un buen compañero de estudios y buenos apuntes, sino que se debe tener una dieta acorde a la energía física y mental que utilizas por día. Por ello los siguientes alimentos son claves para estudiar mejor y de tal forma tener una mejor calidad de vida:

Aguacate y Salmón: Son altamente recomendados por los expertos gracias a sus altos contenidos de ácidos grasos Omega 3 que mejoran el nivel de concentración.

Arándanos: Un estudio de la revista Forbes demuestra que esta fruta fortalece la capacidad de memoria a largo plazo. Son antioxidantes ricos en vitamina C y ayudan a activar las enzimas que protegen el cerebro y mejoran la memoria. Además, tienen potasio que ayuda a generar impulsos nerviosos.

Avena: Es altamente beneficioso para la piel y el sistema nervioso por tener mucha vitamina B1, así como proteínas y grasas saludables que mejoran la memoria a corto plazo.

Huevo: La yema y la colina poseen aminoácidos y vitamina B que mejoran la capacidad de atención y memoria a largo plazo. Sin embargo, recuerda consumir huevo con moderación porque si lo haces en exceso puede generar picos de colesterol.

Leche (desnatada): Un estudio de la Universidad de Tufts indica que la vitamina B12 que posee la leche, el pollo, el pavo y los huevos es fundamental para proteger y mantener las habilidades cognitivas, evitando el deterioro mental.

Nueces y almendras: Este fruto seco es altamente recomendable para combatir el colesterol y mejorar la capacidad intelectual por ser rico en fósforo. Las almendras por su parte mejoran la memoria, indica una investigación de la Universidad de Illinois.

Plátano: Posee un alto contenido de potasio y vitamina C por lo que es fundamental para los atletas y estudiantes. La vitamina B6 que contiene también ayuda a la producción de neurotransmisores asociados a la concentración como la serotonina o la dopamina.

Zanahorias: Además de beneficiar a nuestra piel, el antioxidante beta-caroteno que contiene aumenta la capacidad de retención, explica el estudio de la revista *The Archives of Internal Medicine*. (Universia, 2013)

En sentido antagonista los alimentos que más afecta la capacidad del cerebro de las personas son aquellos que posee alto contenido de grasa y calorías en los alimentos fritos aumenta el riesgo de numerosos problemas de salud. Según Sahara Romero (2017) los alimentos más dañan el cerebro son:

Los alimentos fritos: El aceite vegetal se convierte en otra forma de grasas, llamadas saturadas, que ayudan al colesterol a ubicarse en las arterias. Una vez fritos, los alimentos destruyen lentamente las células nerviosas del cerebro, deteriorando nuestra capacidad para aprender y para formar nuevos recuerdos. (Davidson, 2011) Alega “Comer en exceso alimentos no saludables puede conducir al sobrepeso, pero mirando más allá, hemos encontrado un enlace preocupante entre una dieta rica en grasas saturadas y las enfermedades relacionadas con el cerebro”.

El azúcar: El consumo a largo plazo de azúcar puede causarnos una gran cantidad de problemas neurológicos y afectar a la memoria, reduciendo nuestra capacidad de aprender. Según la revista *Journal of the American Medical Association (JAMA, 2014)* el exceso de azúcar a un riesgo más alto de muerte por cardiopatía. El estudio dijo que las personas que consumían entre el 17 y 21 por ciento de sus calorías de azúcares agregados

tenían un riesgo de 38 por ciento más de morir por enfermedad cardiovascular, comparado con aquellos que ingerían el ocho por ciento de sus calorías por azúcar agregada.

La comida rápida: La comida rápida o fast food ha demostrado provocar cambios en la química del cerebro, provocando síntomas similares a la abstinencia, entre ellos ansiedad y depresión. La comida rápida también afecta la producción de dopamina, hormona que también participa en la función cognitiva, concretamente en la capacidad de aprendizaje, la motivación y la memoria.

Los alimentos procesados: Los alimentos procesados químicamente están repletos de altos niveles de azúcar, fructosa, sodio, aceites parcialmente hidrogenados (conocidos como grasas trans). “Los alimentos procesados y los alimentos que son hiper-alergénicos pueden dañar la salud del cerebro”, según el especialista (Mentore, 2015). La comida procesada o precocinada afecta el sistema nervioso central y eleva el riesgo de desarrollar un trastorno neurodegenerativo como la enfermedad de Alzheimer.

Las grasas trans: La revista *Neurology* publicó un estudio cuyas conclusiones demostraban que una alta ingesta de grasas trans (presentes las patatas fritas, por ejemplo) está vinculado a la contracción del cerebro. Según el nutricionista Tori Holthaus (2016) “las dietas altas en grasas trans aumentan el beta-amiloide en el cerebro, que se asocia con la enfermedad de Alzheimer”. Y es que las grasas trans no solo son perjudiciales para el corazón o el sobrepeso, sino también para nuestro órgano pensante. Estas grasas ralentizan los reflejos y nuestra capacidad de respuesta cerebral y aumentan el riesgo de sufrir un derrame.

La cafeína: La Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (2017) afirma que 600 miligramos de cafeína al día pueden provocar dolores de cabeza, elevar la ansiedad y los trastornos relativos al sueño. Una ingesta exagerada de cafeína puede causar confusión, alucinaciones y, en última instancia, la muerte.

La fructosa: El sustituto del azúcar, la fructosa, el jarabe de maíz de alta fructosa, obstaculiza el funcionamiento de las células del cerebro y cómo estas almacenan la energía necesaria para procesar tanto el aprendizaje como los pensamientos. Este componente reduce así nuestra capacidad para aprender y para recordar información, según una investigación publicada en *The Journal of Physiology* (2013).

La sal: El exceso de sal afecta a tu inteligencia, ya que los alimentos salados tienen un eco negativo en nuestra salud cardíaca y nuestra presión arterial pero también en nuestro cerebro, ya que perjudican nuestra capacidad para pensar. De hecho, un estudio publicado en la revista *Neurobiology* concluyó que las dietas altas en sodio estaban asociadas a una mala salud vascular, lo que a su vez conduce a que la disminución cognitiva sea más rápida.

Los edulcorantes artificiales: Los componentes presentes en los edulcorantes artificiales, si se toman durante mucho tiempo, pueden provocar daños cerebrales y problemas con la capacidad cognitiva. A pesar de que aportan muchas menos calorías que el azúcar, a largo plazo las consecuencias son mucho más negativas. Entre estos ingredientes artificiales también se encuentran los conservantes, los colorantes o los que aportan sabor o textura. Ninguno de ellos le hace ningún bien a nuestro cuerpo y menos a nuestro cerebro.

Los alimentos con glutamato monosódico: también conocido como GMS, es comercializado por la industria alimentaria como un potenciador del sabor, debido a que equilibra y resalta el matiz de otros sabores. Es muy popular en la cocina asiática pero sus componentes afectan a la química de nuestro cerebro a través de la sobreexcitación de sus células hasta el punto de daño cerebral. “El GMS está oculto en diversas fuentes, entre ellas: sabores naturales, especias, proteínas hidrolizadas, caldos o proteína aislada de soja”, afirma el quiropráctico Chad Laurence. Según la Administración de Alimentos y

Medicamentos, diversos estudios han demostrado que las inyecciones de glutamato en ratones de laboratorio han provocado daño en las células nerviosas del cerebro, asociadas con patologías como la enfermedad de Huntington o el alzhéimer. Una ingesta excesiva de estos alimentos puede provocar además dolores de cabeza, fatiga, desorientación, obesidad y depresión. (Romero, pág. 1)

METODOLOGÍA

La presente investigación emplea la metodología de investigación cualitativa por medio de un estudio exploratorio y descriptivo realizado en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en la que existen 24.0000 estudiante y es la tercera IES con mayor población de estudiantes en Ecuador, a quienes se les realizó una encuesta orientada al tipo de alimentos que consume en los bares de la ULEAM.

El trabajo se basa en un estudio realizado en el mes de junio del 2019 por los autores de la presente investigación, en la cual se realizaron encuestas en diferentes lugares estratégicos de la ULEAM, utilizando para el efecto un muestreo probabilístico finito.

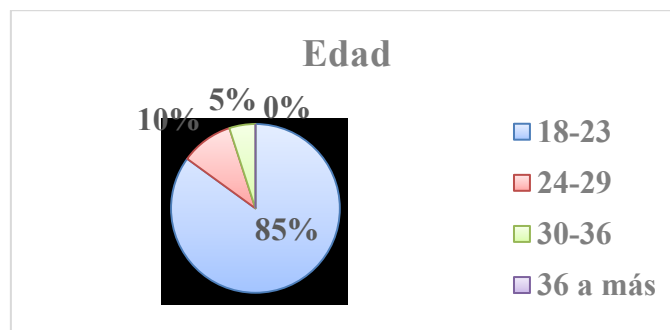
Resultados

Edad

Tabla 2

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
18-23	34	85%
24-29	4	10%
30-36	2	5%
36 a más	0	0%
Total	40	100%

Figura 2: Edad



Autores; Alarcón Bailón y Macías Santana

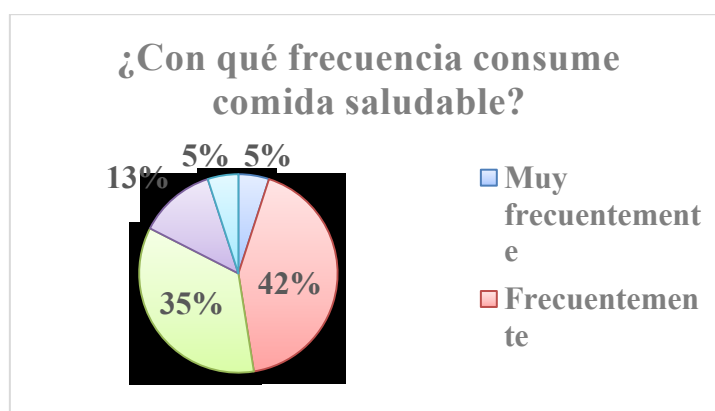
La pregunta número 2 de la encuesta, en edad de las personas encuestadas fueron de 18-23 con 34 personas correspondiente al 85%, 24-29 con 4 persona correspondiente a 5%, 30-36 con 2 personas correspondiente a 5%, 36 a más se obtuvo ninguna respuesta.

¿Con qué frecuencia consume comida saludable?

Tabla 3

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	2	5%
Frecuentemente	17	42%
Ocasionalmente	14	35%
Raramente	5	13%
Nunca	2	5%
Total	40	100%

Figura 3: ¿Con qué frecuencia consume comida saludable?



Autores; Alarcón Bailón y Macías Santana

La pregunta número 3 de la encuesta, se descubrió que el 42% de la población encuestada con 17 personas consume comida saludable Frecuentemente, el 35% muy Ocasionalmente correspondiente a 14 personas dejando en tercer lugar al 13% con Raramente correspondiente a 5 personas.

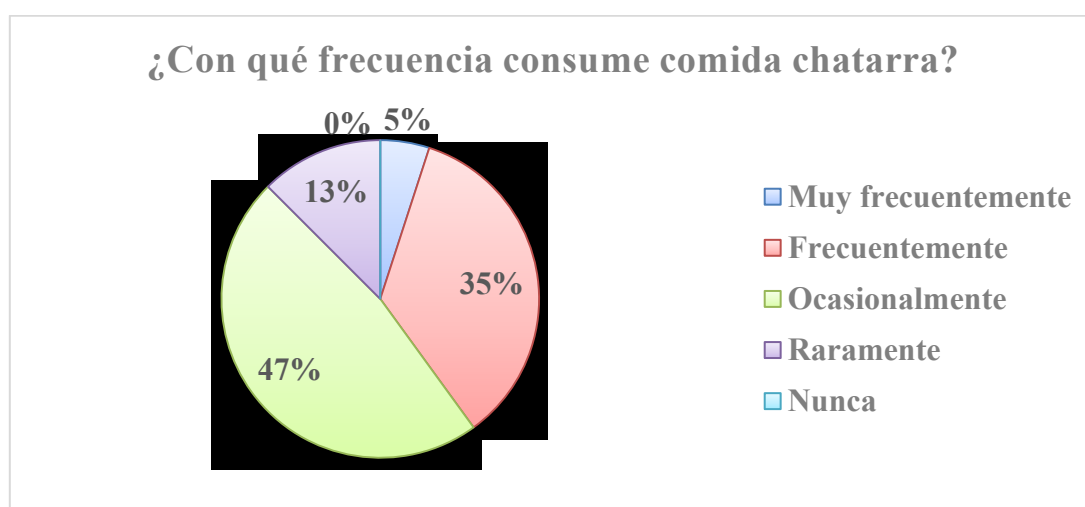
¿Con qué frecuencia consume comida chatarra?

Tabla 4

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
----------	----------	------------

Muy frecuentemente	2	5%
Frecuentemente	14	35%
Ocasionalmente	19	47%
Raramente	5	13%
Nunca	0	0%
Total	40	100%

Figura 4: ¿Con qué frecuencia consume comida chatarra?



Autores; Alarcón Bailón y Macías Santana

La pregunta número 4 de la encuesta, se descubrió que el 35% de la población encuestada con 14 personas consume comida chatarra Frecuentemente, el 47% muy Ocasionalmente correspondiente a 19 personas dejando en tercer lugar al 13% con Raramente correspondiente a 5 personas.

La pregunta número 5 de la encuesta, se descubrió que el 43% de la población encuestada con 18 personas consume comida sana a la semana casi siempre, el 40% muy a veces correspondiente a 17 personas dejando en tercer lugar al 10% con casi nunca correspondiente a 4 personas.

PREGUNTA 6

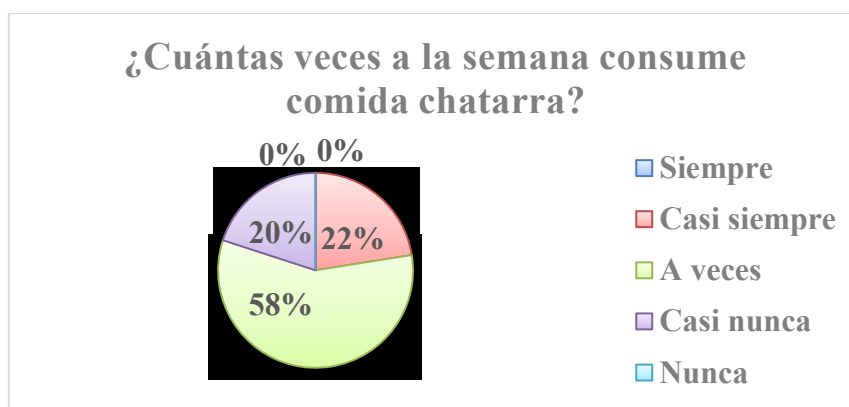
¿Cuántas veces a la semana consume comida chatarra?

Tabla 6

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%

Casi siempre	9	22%
A veces	23	58%
Casi nunca	8	20%
Nunca	0	0%
Total	40	100%

Figura 6: ¿Cuántas veces a la semana consume comida chatarra?



Autores; Alarcón Bailón y Macías Santana

La pregunta número 6 de la encuesta, se descubrió que el 22% de la población encuestada con 9 personas consume comida chatarra a la semana Casi siempre, el 58% A veces correspondiente a 23 personas dejando en tercer lugar al 20% con Casi nunca correspondiente a 8 personas.

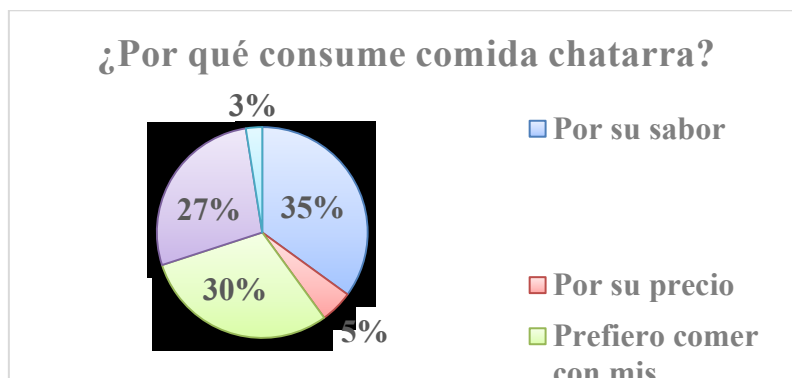
¿Por qué consume comida chatarra?

Tabla 7

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por su sabor	14	35%
Por su precio	2	5%
Por comer con amigos/compañeros/colegas	12	30%
Falta de tiempo para preparar comida	11	27%

No consumo	1	3%
Total		

Figura 7: ¿Por qué consume comida chatarra?



Autores; Alarcón Bailón y Macías Santana

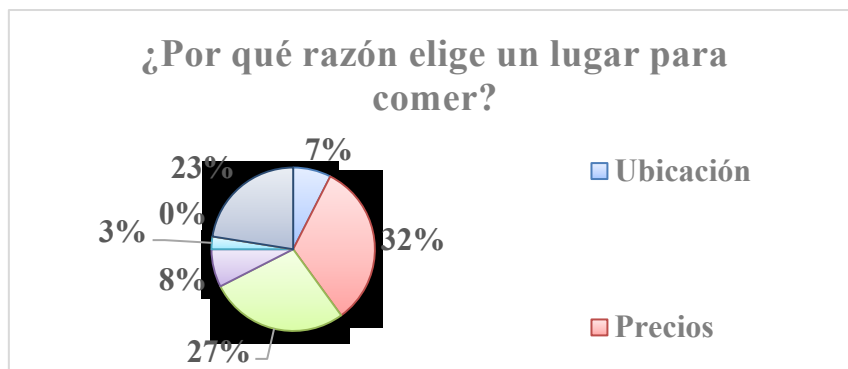
La pregunta número 7 de la encuesta, se descubrió que el 35% de la población encuestada con 14 personas consume comida chatarra por su Sabor, el 30% por Comer con sus amigos/compañeros/ colegas correspondientes a 12 personas dejando en tercer lugar al 27% con Falta de tiempo para preparar comida correspondiente a 11 personas.

¿Por qué razón elige un lugar para comer?

Tabla 8

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ubicación	3	7%
Precios	13	32%
Buena atención	11	27%
Ambiente agradable	3	8%
Porque ofrecen productos sanos	1	3%
Porque ofrecen productos vegetarianos y veganos	0	0%
Sabor	9	23%
Total	40	100%

Figura 8: ¿Por qué razón elige un lugar para comer?



Autores; Alarcón Bailón y Macías Santana

La pregunta número 8 de la encuesta, se descubrió que el 32% de la población encuestada con 13 personas a la hora de elegir un lugar lo hacen por precios, el 27% Buena atención correspondiente a 11 personas dejando en tercer lugar al 23% con Sabor correspondiente a 9 personas.

A la hora de consumir alimentos lo hace pensando en su salud

Tabla 9

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
No	9	22%
Si	9	23%
A veces	22	55%
Total	40	100%

Figura 9: A la hora de consumir alimentos lo hace pensando en su salud



Autores; Alarcón Bailón y Macías Santana

La pregunta número 9 de la encuesta, se descubrió que el 22% de la población encuestada con 9 personas a la hora de consumir alimentos no lo hace pensando en su salud, el 23% correspondiente a 9 personas si piensa en su salud cuando consume un alimento mientras que un 55% correspondiente a 22 personas A veces piensa en que lo que estaría a punto de consumir es lo correcto.

DISCUSIÓN

En la actualidad la abundancia de lugares que venden comida rápida en la ciudad de Manta ha creado una moda, que anima a la comodidad en alimentarnos sin poco esfuerzo y con un alto nivel de grasas saturadas que atentan contra la salud. Algunos estudiantes al encontrarse en la etapa de adulto joven no se preocupan por ingerir comida chatarra, apareciendo a temprana edad o en edades más avanzadas la presencia de gastritis, obesidad, hígado graso entre otras enfermedades.

El campus que se encuentra en la Matriz de esta universidad, la presencia de bares que brindan alimentos con frituras predominan, esto se puede deber a la alta demanda que el alumnado ejerce sobre la preparación de estos alimentos. En la presente investigación se busca analizar el valor nutricional que tienen los estudiantes de la ULEAM.

CONCLUSIONES

- Se determinó que el 42% del alumnado consume comida saludable, existiendo una conciencia por el consumo de alimentos sanos.
- Según la población encuestada afirmó en su mayoría que el consumo de comidas chatarras no es frecuente, pero si ocasionalmente, 35% por su sabor, los prefiere por su sabor.
- Los estudiantes, en un 55% respondieron que al consumir alimentos no siempre piensan en su salud, donde podemos determinar que no se limitan al consumo de comida con grasas, carbohidratos y azúcares, de acuerdo a que los bares no ofrecen comida saludable a los estudiantes de la ULEAM.

RECOMENDACIONES

- Mayor control de parte de las autoridades para inspeccionar la preparación de alimentos en la ULEAM.
- Crear campañas para promover el consumo de alimentos nutritivos.
- Invitar a los estudiantes a que tengan una cultura deportiva, creando conciencia la importancia de ejercicios físicos.

BIBLIOGRAFÍA

Chris Blackwell, T. D.-K. (02 de Diciembre de 2013). *Youtube*. Recuperado el 01 de 06 de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=yT2NiAAeNqg&t=5283s>

Davidson, T. (2011). Western diet consumption and cognitive impairment: Links to hippocampal dysfunction and obesity. *Neurology*, 59-68.

Ecuador, R. (2017). *Reconstruyo Ecuador*. Recuperado el 01 de 06 de 2018, de <https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/la-reactivacion-productiva-de-manta-es-una-realidad/>

EDUARDO PORTER. (30 de Abril de 2014). *EL PAÍS*. Obtenido de EL PAÍS: https://elpais.com/tecnologia/2014/04/30/actualidad/1398871052_175326.html

Ekos. (Mayo de 2015). *Ekos*. Obtenido de Ekos: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=5723>

el telégrafo. (19 de Abril de 2017). *el telégrafo*. Obtenido de el telégrafo: <https://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economia/8/cerca-de-94-000-personas-salieron-de-la-desocupacion-en-un-ano>

el telégrafo. (01 de Mayo de 2017). *el telégrafo*. Obtenido de el telégrafo: <https://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-emprendimiento-combate-el-desempleo>

Formichella, L. M. (2002). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION*. Buenos Aires : Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 01 de 06 de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>

INEC Instituto nacional de estadística y censos. (2010). *INEC*. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (30 de Septiembre de 2016). *ecuador en cifras*. Obtenido de ecuador en cifras:

FACTORES QUE INFLUYEN COMO ATRACTIVO MIGRATORIO PARA LOS CIUDADANOS VENEZOLANOS HACIA LA CIUDAD DE MANTA.

AUTORES

Heidy Lilibeth Delgado Palacios

heidy19bsc@gmail.com

María José Mera Moreira

mariajose.meram07@gmail.com

TUTORES

Karen Gisela Pinargote Montenegro

karen.pinargote@uleam.edu.ec

Nuri Lupita Palacios Briones

nuri.palacios@uleam.edu.ec

RESUMEN

La situación que actualmente vive Venezuela, ha generado un impacto social, político y económico, dando paso a una crisis humanitaria que obligó a muchos venezolanos a migrar de su país principalmente por la falta de medicinas, alimentos y la escasez de oportunidades laborales.

El objetivo de esta investigación, fue conocer la situación actual de los ciudadanos venezolanos y así determinar los factores que incidieron en que dichas personas migraran hacia la ciudad de Manta. A través de un estudio de tipo descriptivo con enfoque cualitativo, se realizaron encuestas a los venezolanos que se encuentran actualmente viviendo en Manta, donde los resultados reflejaron que la situación económica de Venezuela y la falta de oportunidades de trabajo constituyen las principales causas por las que se vieron obligados a salir de su país, buscando opciones de mejora y seleccionando a Manta – Ecuador como una ciudad que brinda dicha oportunidad, no solo por ser considerada un puerto pesquero y de atractivo turístico por sus hermosas playas, sino porque la consideraron como una ciudad que les ofreció oportunidades laborales.

Como conclusión se destaca que las oportunidades laborales que encuentran los venezolanos en Manta son el factor primordial por el cual migran hacia la misma, pues las fuentes de trabajo son mayores a las existentes en otras ciudades del Ecuador motivo por el cual aproximadamente el 60% de los venezolanos consideran tener un trabajo estable.

PALABRAS CLAVES:

Migración, crisis económica, fuentes de trabajo, impacto social.

ABSTRACT

The current situation in Venezuela has generated a social, political and economic impact, giving way to a humanitarian crisis that forced many Venezuelans to migrate from their country mainly due to lack of medicines, food and lack of job opportunities.

The objective of this research was to know the current situation of the Venezuelan citizens and thus determine the factors that influenced these people to migrate to the city of Manta. Through a descriptive study with qualitative approach, surveys were conducted to Venezuelans who are currently living in Manta, where the results reflected that the economic situation in Venezuela and the lack of job opportunities are the main reasons why they were forced to leave their country, looking for improvement options and selecting Manta - Ecuador as a city that offers such an opportunity, not only because it is considered a fishing port and tourist attraction because of its beautiful beaches, but because they considered it a city that offered them job opportunities.

As a conclusion it is highlighted that the job opportunities that Venezuelans find in Manta are the main factor by which they migrate towards it, since the sources of work are greater than those existing in other cities of Ecuador, which is why approximately 60% of Venezuelans consider having a stable job.

KEYWORDS: Migration, economic crisis, sources of work, social impact.

INTRODUCCIÓN.

Los venezolanos viven agobiados por una recesión que ya lleva cinco años y una astronómica hiperinflación que se traduce en la escasez de productos básicos, frecuentes cortes en los servicios de agua y luz, ausencia de transporte público y suministro de gas doméstico. Hoy un salario mínimo no alcanza para comprar un cartón de huevos. (Expansion, 10 de Enero del 2019).

El comienzo de la crisis económica supuso la explosión de distintos factores: la crisis financiera, escasez de alimentos y medicinas, cierre de empresas privadas, la inflación, la falta de divisas para individuos y empresas, y finalmente el aumento del desempleo lo

que se tradujo en el surgimiento de movimientos sociales encaminados a cambiar el modelo económico y productivo, así como cuestionar el sistema político, exigiendo una renovación democrática. La crisis se ha extendido más allá de la economía para afectar a los ámbitos institucionales, políticos y sociales, dando lugar a la denominada crisis en Venezuela de que continúa en la actualidad. (Ramírez, 2018).

Los migrantes que llegan a este país huyendo de la dictadura de Nicolás Maduro, valoran mucho una moneda sana y estable, a diferencia de lo que ocurre con el bolívar venezolano que se deprecia día a día (lo que provoca una inflación acumulada del 250% en lo que va de este año). Una situación similar a lo que vivió el Ecuador antes de la dolarización. (Goded, 2019)

Por tal razón los venezolanos han comenzado a migrar a la ciudad de Manta que es considerada como el primer puerto pesquero de Ecuador y el primero en desembarque de atún a lo largo del Pacífico Sur Oriental. El atún es el motor de la industria pesquera tanto como artesanal e industrial, procesamiento y exportación; se destaca la amabilidad y hospitalidad de su gente, lo que hace que este cantón de la provincia de Manabí sea el preferido tanto por locales como extranjeros.

La situación social y económica que viven los venezolanos influye en la ciudad de Manta, por cuanto la intención de los venezolanos es trabajar y enviar ingresos a sus familias, pues consideran que el sueldo básico de Ecuador es mayor al que ganan en su país.

Venezuela enfrenta un panorama oscuro donde el contenido principal del mismo está representado por grandes índices de marginalidad, hechos delictivos en aumento, una economía debilitada por la escasez de inversiones sólidas que se integren con las cualidades de ser un país rico en recursos naturales, humanos y excelente ubicación en el continente. (Otaiza, 2018)

Justificación

En medio de la gran migración venezolana, el país podría estar perdiendo gran parte de su talento y fuerza de trabajo, que se va del país buscando mejores condiciones para sobrevivir.

Las personas continúan saliendo de Venezuela debido a la violencia, la inseguridad y las amenazas, y la falta de alimentos, medicinas y servicios esenciales. Con más de 4 millones de venezolanos y venezolanas que se encuentran viviendo en el exterior, la gran mayoría en países de América del Sur, este es el éxodo más grande en la historia reciente de América Latina. Actualmente el mayor problema que se vive en Venezuela es económico, incrementando el alza de impuesto, de alimentos e incluso salud. Los acontecimientos políticos, de derechos humanos y socioeconómicos que se desarrollan en Venezuela obligan a un número creciente de niños, mujeres y hombres a irse a los países vecinos y más allá. Muchos llegan asustados, cansados y en extrema necesidad de asistencia. (Agencia de la ONU, 2019). Un 70% de los migrantes que se encuentran en Ecuador tienen estatus migratorio irregular. Los principales problemas que enfrenta esta población en los países es situación irregular, labor en la economía informal, más mujeres que hombres en condiciones críticas, etc. El informe también incluye información con relación a que más de 2 000 ciudadanos venezolanos han pedido asilo en Ecuador entre 2014 y 2018, mientras que en la región sobre 200 000. (Enriquez, 5 de Octubre del 2018). La creciente y descontrolada presencia de extranjeros en su demanda ha movido las utilidades municipales y de la Policía Nacional a iniciar operativo es si tratando de verificar el control, sobre todo foráneos empleados trabajan teniendo su documentación personal en regla.

Esos operativos están a cargo de la comisaría municipal de turismo de la policía de migración, cuyos funcionarios se movilizan por la ciudad en busca de extranjeros para

conocer su situación de estadía, el foco del operativo son los negocios turísticos y los comercios ambulantes que suelen frecuentar los puntos viales donde hay semáforo porque en ellos se ha notado que trabajan ciudadano recién llegados de otros países principalmente de Venezuela, pero también hay de Colombia Perú y Cuba. Muchas personas que ya trabajan en venta o en la provincia y poseen vínculos familiares, tiene legalizar su permanencia. (Mejía, 26 de julio del 2018)

Formulación del problema.

¿Cuáles son los factores que influyen en la migración de los venezolanos hacia la ciudad de Manta?

Alejandro Portes (2003) plantea que en la sociología norteamericana, surgen diversas teorías que abordan el fenómeno de la migración y las clasifica en: La teoría asimilacionista: Es la más antigua e influyente. Se explica en la permanencia de la cultura dominante americana y en la ética transformadora de American way of life.

La teoría pluralista: Está representada por quienes apuestan por un resurgimiento de la etnicidad en la sociedad americana, cada vez más sensibles a la existencia de otras formas culturales y a sus identidades culturales. La teoría socioeconómica: se sitúa entre las dos anteriores. Kearney Bernadette definieron la migración como “un movimiento que atraviesa una frontera significativa que es definida y mantenida por cierto régimen político: un orden formal o informal de tal manera que afecta la identidad del individuo” (Martínez, 2002 2015)

(Echeverry, 2015) Según la duración de la estancia fuera del lugar de origen: Como principales componentes de esta clasificación están las migraciones definitivas, que son las que se realizan con el propósito de asentarse para siempre en el lugar de destino; y las migraciones temporales, que se hacen con la intención de regresar tras un periodo de tiempo

(Pacheco, 2016) La Organización Mundial de la Salud define la migración como “el movimiento de una persona o grupo de personas de una unidad geográfica hacia otra a través de una frontera administrativa o política con la intención de establecerse de manera indefinida o temporal en un lugar distinto a su lugar de origen”.

El fenómeno de la migración es amplio e involucra una dimensión temporal, que tiene que ver con el tiempo y la distancia recorrida desde el lugar de origen hasta el lugar destino. Temporalmente pueden existir movimientos que varían de unos pocos metros a muchos kilómetros y en el que la permanencia en el lugar de destino varía de unas pocas horas a muchos años. Una parte considerable de estos movimientos propia de las actividades cotidianas de la vida: ir al lugar de trabajo y volver al lugar de residencia, ir de compras, hacer visitas, etc. Estos movimientos; son diferentes del tipo de movilidad que implica una estadía continua o permanente en el lugar de destino. Este tipo de movilidad es denominado como migración (Unidas, 1983)

Desde el punto de vista de la región de origen un emigrante es aquella persona que se retira, y desde la región destino, un inmigrante es aquel individuo que llega. La contribución neta de la migración al crecimiento demográfico se le denomina saldo neto migratorio o migración neta, y es calculada restando los emigrantes de los inmigrantes. Así un saldo neto positivo implica ganancia por migración y uno negativo pérdida (Partida, 1995).

las principales causas de los movimientos migratorios los siguientes:

Económicos: “La falta de trabajo en el lugar de origen, las expectativas de mejores condiciones de vida y la demanda de mano de obra en el destino, favorecen las migraciones desde países menos desarrollados hacia los más desarrollados”

Plantea el autor que para el caso venezolano gran parte de dicha migración, se ha presentado por los cambios en la estructura del Estado, que han generado conflictos de intereses entre los diferentes grupos sociales, y que llevaron a la implementación de un nuevo modelo económico de sociedad. (Echeverría, 2011)

Catastróficos: La erupción de un volcán, un terremoto, incendios, inundaciones, etc. pueden provocar la huida masiva de población desde su lugar de residencia hacia otros lugares. Tras estas catástrofes la población suele perder todas sus pertenencias, las tierras, sus viviendas, etc. por lo que decide emprender una nueva vida en otro lugar o retornar a su lugar de origen, en el caso de extranjeros. (Echeverría, 2011)

Socioculturales: “La atracción de la ciudad para vivir hace que muchos habitantes del medio rural decidan su cambio de residencia para ofrecer mayores oportunidades a sus hijos. También se da el caso contrario, personas que viven en las ciudades y deciden trasladarse al medio rural para combatir el estrés urbano, no solo dentro de un mismo país, sino fuera de ellos”. (Echeverría, 2011)

Efectos políticos de la migración Uno de los efectos más importantes de la migración que a diario es realizada por aquellos que buscan un mejor nivel de vida en el país vecino se encuentra sustentado en que la migración se realiza de manera ilegal y que esta a su vez trae unas consecuencias. El país venezolano cumpla los protocolos internacionales y así garantizar el respeto por los derechos humanos. (Martínez, 2015).

Según la Organización Civil Venezolanos en Ecuador, se trataría de, al menos, 28.347 personas. La cifra se desprende de quienes votaron en Ecuador en la consulta popular, convocada por la oposición del gobierno de Nicolás Maduro, el 16 de julio del 2017. (Comercio, 2017)

El Puerto Principal es el hogar de extranjeros como María Teresa Rosales. Ella es parte del Directorio de Venezolanos en Ecuador. Lleva cuatro años en Guayaquil y desde el 2015 conformó esta asociación civil, con la finalidad de brindar asistencia gratuita jurídica, educativa, entre otros, a sus compatriotas “Es una migración obligada”, según Rosales, por la grave crisis que enfrenta Venezuela. Comenta que Ecuador es un país atractivo por el dólar. La moneda les permite ahorrar y enviar remesas a su familia. El salario básico paso de 8.000 bolívares (3,46 dólares) a 40.000 bolívares (7,6 dólares), estable la ordenanza publicada en gaceta oficial. Mientras que, en Ecuador, el sueldo básico es de USD 394.

Maduro reactivó además el pago de un bono de alimentación fijándolo en 25.000 bolívares (4,8 dólares). Este subsidio no tiene impacto en las prestaciones sociales del trabajador. El incremento es retroactivo al 16 de abril. Habitualmente, Maduro anuncia los aumentos salariales en cadena obligatoria de radio y televisión; pero esta vez su administración se limitó a publicar el decreto. (Quintero, 6 de Abril del 2019)

El nuevo ingreso mínimo apenas cubre una décima parte del costo de la canasta básica alimentaria, según el privado Centro de Documentación y Análisis para los trabajadores (CENDA). Alcanza para comprar alrededor de cuatro kilos de carne de res.

“Hasta el año pasado la mayoría de mis compatriotas que estaban llegando eran profesionales. Ahora, por el hecho de que viene mucha gente por tierra y sin recursos, el porcentaje ha bajado”. Así indicó Adrew Castro, presidente de Asociación Civil Mueve, que incentiva el emprendimiento entre los inmigrantes e informa sobre plazas de empleo. Castro es ingeniero eléctrico, pero tiene un negocio de estampados y artesanías. Estima que la mayoría de sus compatriotas, que está abandonando Venezuela, tiene entre 20 y 30 años. “Vienen personas que tienen la posibilidad de viajar y esperan ayudar a las familias que dejan atrás”. (Gonzales, 8 de Junio del 2019)

Ecuador debe tomar decisiones frente a la ola migratoria que se origina en Venezuela, pero las opciones se ven limitadas por el marco legal vigente. El Segundo Mandatario explicó que hay dos elementos claves en análisis: la viabilidad de un visado humanitario para los ciudadanos venezolanos, y valorar si se califica a esta migración como una crisis de refugiados para lograr más apoyo internacional. La alta comisionada adjunta de Acnur, Kelly Clements, pudo constatar -en una visita realizada esta semana- la situación que se vive en el principal paso que conecta a Ecuador y Colombia. Clements refirió que “sigue habiendo un gran número de ciudadanos venezolanos que cruza diariamente” y que solo el día previo a su visita a la frontera lo hicieron 2 000. (Gonzales, 8 de Junio del 2019)

MATERIALES Y MÉTODO

El método que se utilizó en este trabajo de investigación es el Método de tipo descriptivo con enfoque cualitativo, el cual puede ser definido como “el estudio de la gente a partir de lo que dicen y hacen las personas en el escenario social y cultural” (Jaén, 2014). Por lo que, en este trabajo, el principal objeto de estudio es conocer como los ciudadanos de Venezuela migran a la ciudad de Manta y su estabilidad económica.

La muestra se realiza a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. La herramienta de recolección de información utilizada es la encuesta, la misma que fue aplicada de manera aleatoria en el sector de la Av. 24 a 100 venezolanos, por ser este el sector donde se localizan en su mayoría.

Población de estudio. 100 venezolanos en la Ciudad de Manta.

RESULTADOS

Puntúe cuál cree que es el mayor problema en estos momentos en Venezuela

Tabla 1

Problemas que enfrentan los ciudadanos venezolanos

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Escasez de Alimentos	26	26%
Inseguridad	19	19%
Escasez de Servicios Básicos	12	12%
Hiperinflación	18	18%
Desempleo	25	25%
TOTAL	100	100%
Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolano		

Se puede observar que el 26% de los venezolanos consideraron que el mayor problema en estos momentos en Venezuela es la escasez de alimentos, mientras el 25% que es por el desempleo y el 18% que es por la hiperinflación.

Cree usted que con la acogida de venezolanos a la ciudad de Manta hay más probabilidad de que los mantenses no obtengan trabajo.

Tabla 2		
Probabilidad de que los mantenses no obtengan trabajo		
OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	37	37.3%

No	8	7.8%
Tal vez	55	54.9%
TOTAL	100	100
Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolanos		

Mediante los datos obtenidos un 54.9% consideraron que tal vez con la llegada de los ciudadanos venezolanos a Manta hay más probabilidad de que los Manteses no obtengan trabajo gracias a la masiva llegada a la ciudad, y así mismo un 37,3% consideraron que el empleo para los manteses si se reduce notablemente.

¿Indique el nivel en el que se sitúa la crisis económica, social y política que hay en Venezuela?

Tabla 3		
Nivel de la crisis económica, social y política de Venezuela		
OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Alta	56	56%
Media	44	44%
Baja	0	0%
TOTAL	100	100%
Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolanos		

Se puede observar que el 56% de los venezolanos indicaron que la crisis económica, social y política en Venezuela esta alta, el 44% indicó que es de nivel medio.

¿Qué les motivó salir de su país?

Tabla 4		
Motivo de migración		
OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
La falta de empleo	39	38.7%
Hiperinflación	3	3.2%
Escasez de alimentos	47	46.8%
Escasez de servicios básicos	11	11.3%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolanos

Basado en los datos obtenidos se puede observar que el 38.7% de los venezolanos señalaron que una de sus causas para salir de su país fue la falta de empleo que actualmente predomina, y en tanto que, el 46,8% emigraron por la escasez de alimentos en su país de origen.

Antes de experimentar la crisis económica, social y política de Venezuela, usted había pensado migrar.

Tabla 5
Crisis económica, social y política de Venezuela

OPCIONES	FRECUENCIAS		PORCENTAJE
Si	10		10%
No	82	82%	
Tal vez	8	8%	
TOTAL	100	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolanos

Por medio de los datos recabados se pudo observar que el 82% de los venezolanos manifestaron antes de la situación económica, social y política en Venezuela no tenían como objetivo salir del país, pero debido a la crisis se promovió a que las familias emigren a otros lugares.

Usted posee un trabajo estable en la ciudad de Manta.

Tabla 6			
Trabajo estable			
OPCIONES	FRECUENCIAS		PORCENTAJE
Si	30	30%	
No	70	70%	
TOTAL	100	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolanos

Cabe mencionar que el 60% de 100 venezolanos encuestados mencionaron que, si cuentan con un trabajo estable, pero por otra parte el 40% de ellos no tiene trabajo.

Si posee trabajo, ¿Su sueldo mensual es de?

Tabla 7			
Trabajo estable			
OPCIONES	FRECUENCIAS		PORCENTAJE
No trabaja	32	32%	
Menos de \$200	10	10%	
Sueldo básico	56	56%	
Más de \$400	2	2%	
TOTAL	100	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolanos

Se puede observar que el 56% de los venezolanos poseen un trabajo con un sueldo básico, el 32% no poseen trabajo, el 10% poseen un trabajo con un sueldo menor de \$200 y el 2% poseen un trabajo con un sueldo mayor a \$400.

¿Cómo considera que será su estabilidad en la ciudad de Manta es?

Tabla 8	
Estabilidad en la ciudad de Manta	

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Permanente	64	64%
Momentánea	36	36%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolanos

Con los resultados obtenidos es visible que el 64% de los venezolanos consideraron que su estabilidad en la ciudad de Manta es permanente y el 36% de ellos será momentánea.

¿Cuáles son los factores por los que escogen Manta en lugar de otra ciudad?

Tabla 9		
Factores por los que escogen Manta en lugar de otra ciudad		
OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Fuentes de trabajo	100	100%
Calidad de las personas	0	0%
Economía	0	0%
Cultura	0	0%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuestas a ciudadanos venezolanos

Del total de encuestados se pudo observar que uno de los factores por lo que escogen Manta es debido a que hay mayores fuentes de trabajo.

DISCUSIÓN

Partiendo de la teoría de Alejandro Portes “la teoría socioeconómica”, se determina que el fenómeno de la migración venezolana se da principalmente por el régimen político actual, que está afectando la economía e influyendo directamente a la parte social de los habitantes, lo que generó una crisis humanitario obligando a sus habitando a migrar a países hermanos con destinos inciertos, siendo uno de ellos la ciudad de Manta.

Los resultados de la presente investigación determinaron que el principal problema que enfrenta el estado venezolano son: la escasez de alimentos y el desempleo, convirtiéndose en los factores que los obligaron a salir de su país. La crisis económica, social y política que atraviesa dicho país ha motivado a que exista un alto índice migratorio, siendo Ecuador uno de los países seleccionados.

Además, la información recabada reflejó que la gran mayoría de los venezolanos (70% de la muestra) trabajan ya sea de manera formal o informal recibiendo sueldos mayores a los que percibían en su país, por este motivo contemplan la posibilidad de residir en Manta, ya que al ser un puerto abierto ofrece mayores oportunidades laborales.

CONCLUSIONES

La migración es un fenómeno que con el tiempo va tomando más fuerza e importancia debido a un gran impacto económico que sufre Venezuela, donde los países desarrollados generan atractivos que incentivan a las personas a migrar para así ayudar a sus familias, donde Ecuador al igual que países como Colombia, Perú, Brasil, cumplen con un rol social en el sentido de acoger a migrantes, sin embargo para los habitantes de dichos países se genera una desventaja por cuanto las oportunidades laborales se ven reducidas

por cuanto el valor de los sueldos que aceptan los venezolanos es menor al que por ley se debería pagar a un ciudadano.

La situación de permanencia de los venezolanos dentro de la ciudad se encuentra en un nivel económico medio, así mismo, muchos cuentan con un trabajo, pero aun así muchos de ellos realizan actividades informales, además debido el flujo migratorio aumenta la vulnerabilidad de conseguir un trabajo en la ciudad.

Cabe destacar que, las posibilidades de empleos en los venezolanos son muy alta porque muchos de los ciudadanos consiguen trabajo por medio de sus títulos de tercer nivel, e incluso por ayuda de sus familias y amigos que radiquen en la ciudad de Manta, también teniendo en cuenta que en base a la información obtenida a muchos de ellos les pagan la mitad del sueldo básico, la cual para ellos es sustento y mucho dinero lo que no se gana en su país.

Esta investigación es importante porque ayuda a señalar la importancia de un país y su economía, centrando como ciudad turística la ciudad de Manta y como impulso de muchos venezolanos.

RECOMENDACIONES

Las autoridades deben diseñar una estrategia basada en la migración como clave de la integración de los ciudadanos venezolanos que les permita no solo la supervivencia, sino también el alcance de una vida plena, basado en un marco de sostenibilidad.

Implantar normativas con base en parámetros estrictos de respeto y cumplimiento obligatorio de los derechos humanos, los cuales deberían ser evaluados periódicamente. Así mismo, el municipio de la ciudad de Manta debe darle importancia al aumento de la llegada de venezolanos a la ciudad y hacer un seguimiento continuo de las actividades en las que se desarrollan.

El municipio debe identificar y reconocer las necesidades específicas de la población, incorporar políticas y programas de gobierno como una solución o herramienta para alcanzar una mayor inclusión social con igualdad de oportunidades tanto para hombres y mujeres, que les permitan el desarrollo humano.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia de la ONU. (2019). Obtenido de <https://www.acnur.org/situacion-en-venezuela.html>

Ccora, Y. (7 de Agosto del 2015). Economía País Venezuela. Obtenido de <https://prezi.com/lovaxyzcccj6/trabajo-de-investigacion-de-economia-pais-venezuela/>

Comercio, E. (1 de Agosto de 2017). Revista Gestión Digital. Obtenido de <https://revistagestion.ec/index.php/node/68>

Delgado, M. (12 de Mayo del 2010). FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN. Obtenido de

<http://fti500marceladelgado.blogspot.com/2010/05/taller-5-metodo-y-metodologia.html>

Echeverría. (2011).

Echeverry. (2015).

Enriquez, C. (5 de Octubre del 2018). El comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/migrantes-venezolanos-ecuador-irregular-migracion.html>

Expansion. (10 de Enero del 2019).

Goded, L. E. (20 de Junio de 2019). Dialoguemos. Obtenido de <https://dialoguemos.ec/2017/11/la-emigracion-venezolana-a-ecuador-tiene-dos-caras/>

Gonzales, J. (8 de Junio del 2019). El comercio .

- Infobae. (13 de 06 de 2019). infobae. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/venezuela/2019/06/13/el-numero-de-venezolanos-que-ingresan-a-peru-por-la-frontera-con-ecuador-aumento-a-5-400-por-dia/>
- Jaén, U. d. (2014). METODOLOGIA CUALITATIVA. Obtenido de http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/enfo_cuali.html
- Martínez. (2002 2015).
- Martínez. (2015).
- Mejía, I. (26 de julio del 2018). issuu.
- Mundo, B. (25 de 05 de 2016). BBC Mundo. Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/05/160524_economia_impacto_crisis_venezuela_1f
- Otaiza, M. J. (2018). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos91/economia-venezuela/economia-venezuela.shtml>
- Otaiza, M. J. (2019). Monografias . Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos91/economia-venezuela/economia-venezuela.shtml>
- Pacheco. (2016).
- Partida. (1995).
- Quintero, M. (6 de Abril del 2019).
- Ramírez, R. (2018).
- Rojas, C. A. (Abril de 2001). Monografias.com. Obtenido de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos7/vene/vene.shtml>
- Unidas, N. (1983).

**LA FORMACIÓN DE LAS COMPETENCIAS LABORALES EN LA CALIDAD
DE LOS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS EN LA ULEAM EXTENSIÓN
BAHÍA DE CARÁQUEZ**

AUTORES

Sandra Michel Alvarado Leones
e1350321038@live.uleam.edu.ec
Ariana Patricia Canchingre Nevárez
e13518657280@live.uleam.edu.ec
Gisela Michel Cedeño Talledo
e1317967956@live.uleam.edu.ec
María Elizabeth Merchán Pin
e0941406563@live.uleam.edu.ec
María Mar Moncayo Villavicencio
e1315636926@live.uleam.edu.ec

TUTORES

Miguel Alberto Romero Zambrano,Mg.
miguel.romero@uleam.edu.ec
Vicente Eduardo Pazmiño Chica,Mg.

RESUMEN

Las competencias laborales se integran en los procesos de gestión de recursos humanos, ubicándose tanto en la selección de personal como en la gestión del desempeño dentro de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez. En este artículo se revisa el concepto, sentido y utilidad de competencias, el levantamiento de la información se realizó al personal administrativo y estudiantil durante el año 2019, donde se utilizaron herramientas como encuestas, muestreo, análisis de fiabilidad y validez. El método utilizado para las encuestas fue cuantitativo, además se realizó la revisión bibliográfica sobre competencias se concluye que, aunque no existe una clara definición o consenso sobre lo que significa este concepto, en las distintas acepciones, se utilizaron herramientas como encuestas, entrevistas, muestreo, análisis de fiabilidad y validez, y para el procesamiento y análisis de la información se utilizaron programas como SPSS y Microsoft Excel, en conclusión los resultados de las encuestas definen como bueno los servicios brindados con competencias laborales, verificando por medio de las encuestas a los funciones ya que no se lleva a un óptimo manejo de los recursos los cuales son obtenidos por su propia cuenta en la hora de adquirir nuevos conocimientos en la competencia profesional.

Palabras claves Formación, competencias laborales, calidad del servicio.

SUMMARY

Labor competencies are integrated into human resources management processes, being located both in the selection of personnel and in performance management within the Eloy Alfaro University of Manabí, Bahía de Caráquez Extension. In this article the concept, meaning and usefulness of competencies are reviewed, the information was collected by the administrative and student staff during the year 2019, where tools such as surveys, sampling, reliability and validity analysis were used. The method used for the surveys was quantitative, in addition the literature review on competences was concluded that, although there is no clear definition or consensus on what this concept means, in different meanings, tools such as surveys, interviews, sampling were used, reliability and validity analysis, and for the processing and analysis of information, programs such as SPSS and Microsoft Excel were used, in conclusion the results of the surveys define as good the services provided with job skills, verifying through the surveys of functions since it does not lead to optimal management of resources which are obtained on their own when acquiring new knowledge in professional competence.

Keywords Training, job skills, quality of service.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se ha realizado porque es de interés institucional, conocer dentro de la parte administrativa en la ULEAM extensión Bahía de Caráquez, los múltiples profesionales que están desempeñando un cargo laboral que no corresponde a su formación profesional, sin embargo, es importante conocer las competencias necesarias para desarrollar los cargos asignados.

El principal objetivo de la investigación es identificar cómo la formación de competencias laborales incide en la calidad de los servicios brindados a los estudiantes legalmente

matriculados en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez.

La importancia de investigar sobre este tema radica en poder comprender o diferenciar entre las competencias profesionales y las competencias laborales fundamentales para ejercer un cargo de carácter administrativo.

A través del presente artículo se pretende dar a conocer la importancia de la relación que debe existir entre la formación profesional y el desempeño laboral, pudiendo de esta manera realizar actividades asignadas, demostrando la capacidad de poner en práctica los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas entre otros. Y así ofrecer un servicio de calidad que brinde un alto grado de satisfacción a los clientes.

La formación de las competencias laborales.

Competencias: definiciones

Las competencias son definidas por algunos estudiosos de la materia como rendimiento o producción output, como conocimientos, habilidades y actitudes, habilidad para el dominio de idiomas, actitudes y valores manifiestos en la conducta: integridad, audacia. Sobre las competencias laborales, en ese caso Vela (2002), manifiesta que “es el conjunto de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer) y actitudes (saber estar y querer hacer) que, aplicados en el desempeño de una determinada responsabilidad o aportación profesional, aseguran su buen logro”.

De la misma manera, aún con las limitaciones existentes en materiales y otros recursos, la formación de las competencias laborales debe encaminarse al logro del rigor y la efectividad necesarios para la adecuada preparación de los estudiantes. En consecuencia, Valerio (2016), considera que las competencias son:

Un conjunto articulado y dinámico de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que toman parte activa en el desempeño responsable y eficaz de las actividades cotidianas dentro de un contexto determinado. Durante estas investigaciones encuentra que, para predecir con una mayor eficacia el rendimiento, era necesario estudiar directamente a las personas en su puesto de trabajo, contrastando las características de quienes son particularmente exitosos con las de aquellos que son solamente promedio.



Figura 1: organizador competencias laborales

Fuente: (Spencer,1993)

En los estudios realizados por Levy Leboyer considera que:

Las competencias son repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada. Por ende observables en la realidad del trabajo, e igualmente en situaciones de prueba, y ponen en práctica de manera integrada aptitudes, rasgos de personalidad y conocimientos. Por lo tanto, las considera un trazo de unión entre las características individuales requeridas para llevar a cabo las misiones del puesto. (Leboyer, UNA APROXIMACIÓN PSICOSOCIAL AL ESTUDIO DE LAS COMPETENCIAS, 1997)

Mientras que para Spencer & Spencer (2002), “una competencia laboral es una característica subyacente en un individuo que está causalmente relacionada a un estándar de efectividad y/o a un desempeño superior en un trabajo o situación”.

Para una mejor comprensión de lo que son las competencias laborales, es necesario analizar las principales características de las mismas; al respecto Orlando Uribe describe lo que a su criterio son las características de una competencia laboral:

Concepto multidimensional: En el desempeño de una determinada competencia es el resultado de la combinación de conocimientos, habilidades y actitudes asociados a la misma. Facilitará la comprensión de la competencia, la evaluación de esta y el establecimiento de objetivos de desarrollo profesional.

Es mensurable. La competencia se manifiesta a través de una serie de conductas observables en el trabajo diario. Mediante la observación y análisis de estos comportamientos podemos llegar a medir las competencias de una persona.

Con todas las características mencionadas por los autores se pone de manifiesto que la competencia es un concepto complejo, multifacético y multidimensional, pues comprende aspectos de la personalidad e incluye un conjunto de conocimientos, comportamientos y actitudes que evidencian que el individuo está en capacidad de ejercer un trabajo, una profesión o resolver una determinada situación o problema en la interacción con un medio laboral y social específico (Uribe, 2018)

Lo anterior permite hacer alusión a la conceptualización de Echeverría (2002) y Cejas (2003), quienes señalan que las competencias se componen del conocimiento especializado y la maestría en la ejecución de las tareas y contenido de las actividades propias del trabajo: el saber; también por la capacidad de dar una respuesta sistemática y oportuna ante las demandas propias de la actividad laboral, es decir, el conocimiento aplicado al contexto, el saber hacer; y asimismo por la orientación al trabajo en equipo, a la colaboración y comunicación efectiva con la presencia de buenas relaciones interpersonales: Además, incluyen la capacidad para asumir responsabilidades, organizar y decidir, esto es, permite participar en la organización laboral, lo cual denominan el saber estar.

Las competencias laborales vs las profesionales

Es necesario analizar la relación que debe existir entre las competencias profesionales y las competencias necesarias para desarrollar una determinada actividad en un puesto de trabajo. En este sentido Charria Ortiz define a la competencia profesional como “La capacidad que tiene la persona para llevar a cabo una tarea de manera eficaz debido a que posee calificaciones que, a su vez, son la capacidad adquirida para hacer un trabajo determinado o desempeñarse en un cargo” (Ortiz, 2011).

En su mismo estudio, el autor citado considera que:

No es suficiente las competencias profesionales para lograr un adecuado desempeño en el trabajo, pues se requiere trascenderlas y mostrar en el mercado como se desarrollan y relacionan directamente con comportamientos que ocurren en el contexto laboral y que permiten ser más empleable, lo que da lugar a la definición de competencias laborales (Ortiz, 2011).

Competencias laborales

Por parte de Tobón, (2006) Las competencias laborales han tendido a enfatizar en la ejecución de actividades y tareas, con un bajo grado de consideración de los valores y actitudes, Sin embargo, esto se ha comenzado a superar en los últimos años al ponerse de plano que la dimensión afectiva motivacional es fundamental para realizar cualquier actividad con idoneidad, pues allí está presente el querer, la motivación por el trabajo bien hecho, la responsabilidad en lo que se hace, la disposición a aprender, entre otros.

Es por ello, que una definición compleja sistemática e integral de las competencias contiene no solo la dimensión cognitiva y la dimensión del hacer, sino también la dimensión del ser, en el proceso de desempeño. Y no se puede plantear que la idoneidad es saberse desempeñar con excelencia también en los demás planos de la vida humana.

La calidad de los servicios

Mientras que Chiaventato,(2002) define el desempeño cómo las acciones o comportamiento observados en los empleados que son relevantes el logro de los objetivos de cada organización. En efecto, afirma que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización.

Es decir, la calidad de servicios depende exclusivamente del comportamiento o actitud que pueda presentar un individuo en sus labores de trabajo, siempre y cuando tenga la iniciativa propia de querer estar y seguir con dichas labores es cuando se puede presentar una óptima calidad de servicios.

Material y métodos

El procedimiento para ejecutar la investigación tuvo como base estudios previos, se realizó partiendo de la revisión bibliográfica sobre el concepto de competencias, y las tipologías que se derivan de ellas, así como la definición de las variables que caracterizan a cada tipología.

La técnica de recolección de datos fue mediante la investigación de campo y documental, para así conocer los niveles de las competencias laborales y su calidad de servicios en el área administrativa el levantamiento de la información a través de revisión bibliográfica, la observación y la aplicación de la encuesta, permitió alcanzar con alta fiabilidad y valides, esto permitió obtener datos característicos de las competencias que se desarrollan en la institución.

Se utilizó el Método de investigación hipotético - deductivo ya que “este método científico se suele utilizar para mejorar o precisar teorías previas en función de nuevos conocimientos, donde la complejidad del modelo no permite formulaciones lógicas.” (Behar, 2008, pág. 39).

El análisis se realizó a partir de los resultados de investigaciones previas con objetivo tales como determinar el tipo de competencia más adecuado para la gestión en la institución, dichas investigaciones fueron realizadas por el equipo que previamente recibió las debidas instrucciones para recopilar los datos además de las técnicas de observación que se utilizan de acuerdo a las necesidades y de esta manera mostrar los resultados.

Resultados

Se estableció un cronograma de trabajo para aplicar las encuestas a los funcionarios y estudiantes de carreras superiores, de la ULEAM Extensión Bahía de Caráquez. Las encuestas se aplicaron durante los días 17 y 18 de junio del año 2019. La encuesta se realizó al 100% de funcionarios administrativos en su totalidad 13 y estudiantes matriculados su totalidad 631 de los cuales se tomó la muestra de 61 estudiantes, considerando un nivel de confianza 90%.

En la búsqueda del único objetivo el cual es reconocer el nivel de formación de competencias laborales del personal administrativo de la institución.

Las encuestas aplicadas a funcionarios administrativos, está conformada por 7 ítems que permitirán obtener información relacionada con las competencias laborales dentro de la institución, y 6 ítems relacionados de los servicios brindados a la comunidad estudiantil, aplicando dichas competencias laborales en la extensión universitaria.

Tabla 6: Estadísticos de fiabilidad encuesta de funcionarios de la ULEAM

Estadísticos de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,853	,861	13

Elaborado por: María Mar Moncayo Villavicencio

El valor del coeficiente Alfa de Cronbach es mayor de 0,8 por lo que el instrumento utilizado es altamente fiable presentando una escala estable y está exento de errores aleatorios.

El análisis de validez se realiza a partir del coeficiente de regresión múltiple y los resultados se ilustran en la siguiente:

Tabla 7: Análisis de validez del instrumento

Análisis de validez del instrumento

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado-correcta	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,935 ^a	,875	,725	,59669	1,095

Elaborado por: María Mar Moncayo Villavicencio

El coeficiente de correlación representado con la letra R mide la relación existente entre las variables: El resultado superior a 0,9. El valor de R² es mayor a 0,8, lo que significa que el instrumento analizado es válido, está exento de errores aleatorios y está midiendo las competencias laborales.

De acuerdo a los resultados obtenidos del personal administrativo, acerca de la relación que existe entre las actividades que realizan y su formación profesional, un 58,33% consideran que esta relación es excelente, un 25% evalúan esa relación como muy buena y un 16,67% como regular. Es decir que una gran mayoría que representa el 83,33% consideran que la relación entre sus actividades laborales y su formación profesional están entre excelente y muy buena.

De igual manera se investigó sobre el criterio de cada empleado administrativo sobre los conocimientos que posee para desarrollar adecuadamente una actividad. El objetivo es conocer su autoevaluación respecto a su desempeño, obteniendo como resultado que un 50% cree poseer los conocimientos y habilidades necesarias para el desenvolvimiento en su puesto de trabajo, calificándose como excelente, un 41,7% se calificó como muy bueno y solo un 8,3% se calificó como bueno.

Durante la investigación se utilizaron dos instrumentos que se aplicaron tanto al personal administrativo y estudiantes de la ULEAM Extensión Sucre

Tabla 8: Encuesta realizada a estudiantes legalmente matriculados de la ULEAM

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,822	,819	61

Elaborado por: María Mar Moncayo Villavicencio

El valor del coeficiente Alfa de Cronbach es mayor de 0,8 por lo que el instrumento utilizado es altamente fiable presentando una escala estable y está exento de errores aleatorios.

Tabla 9: Análisis de validez del instrumento

Análisis de validez del instrumento

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,741 ^a	,549	,500	,68804

Elaborado por: María Mar Moncayo Villavicencio

El coeficiente de correlación representado con la letra R mide la relación existente entre las variables: El resultado superior a 0,7 .El valor de R² es mayor a 0,5 , lo que significa que el instrumento analizado es fiable, está exento de errores aleatorios y está midiendo las competencias laborales.

De acuerdo a los resultados obtenidos del personal estudiantil, en la cual se dirige con el servicio recibido por el personal administrativo de la institución. Un 52,73% lo caracteriza por bueno, con un 20% como bueno, 16,36% regular. Lo restante como deficiente.

De forma general se planteó en la comunidad estudiantil calificar la calidad de servicio brindado en la ULEAM Extensión Bahía. Un 41,82% resultado porcentual como bueno es como los estudiantes califican la calidad de servicio que reciben de los funcionarios, un 14,55% como excelente, 27,27% es como lo define en bueno, mientras que regular un 12,73% y 6,43%, el resultado obtenido en la encuesta nos muestra que un 6,43% de los estudiantes ha recibido una deficiente calidad de servicios, el mismo que no representa relevancia.

Discusión de resultados

Los resultados obtenidos en las encuestas conllevan a definir las competencias laborales en comunidad universitaria de la ULEAM Extensión Bahía de Caráquez, desde el punto de vista de los servidores (funcionarios administrativos) y los clientes en este caso (estudiantes).

Una de las preguntas en la encuesta dirigida a los funcionarios, se basa en la relación que existe entre las actividades laborales que realizan y su formación profesional concluyendo con un 58,33% como buena y un 16,67% como regular, es decir una gran mayoría que

representa el 83,33% consideran que la relación entre sus actividades laborales y su formación profesional están entre excelente y muy buena.

Desde otro punto, la mayoría de la población estudiantil encuestada consideran que los funcionarios cumplen con un buen desempeño en sus labores mediante los servicios que brindan con un 52,73% lo caracteriza por bueno, un 20% como muy bueno y un 16,36% como regular en lo referente con la deficiencia.

Referente a indagar principalmente con los funcionarios si creen que poseen los conocimientos y habilidades necesarias para el desenvolvimiento en su puesto de trabajo, calificándose como excelente, con un 41,7% como muy bueno y solo un 8,3% se calificó como bueno.

Desde el punto de vista de los estudiantes se les planteó calificar dicha calidad de servicios brindados en la ULEAM extensión Bahía. Un 41,82% como bueno, un 14,55% como excelente, 27,27% como bueno, sin embargo, un 83,64 % lo define entre excelente, muy bueno y bueno.

Mientras que 12,73% como regular y 6,43% el cual nos muestra que una mínima cantidad de la comunidad estudiantil ha recibido un servicio deficiente por parte de los funcionarios fue entre buena y muy buena.

Conclusiones

En conclusión, los resultados de las encuestas definen como bueno los servicios brindados por el personal administrativos considerando que cuentan con las competencias laborales acorde a su área de trabajo, verificando por medio de las encuestas a las funciones ya que no se lleva a un óptimo manejo de los recursos los cuales son obtenidos por su propia cuenta en la hora de adquirir nuevos conocimientos en la competencia profesional.

Un 83,64 % de la comunidad estudiantil califica como bueno los servicios prestados por el personal administrativo, y de esta manera se conoce los niveles en que se encuentran las competencias laborales adquiridas por los funcionarios de la ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Prácticamente se conocen a las competencias laborales como una percepción de los servicios brindados en la ULEAM Extensión Bahía de Caráquez en el desempeño de una función. La formación por competencia laboral significa incorporar en el diseño del currículo no sólo una dimensión de aplicación en la práctica de conocimientos y habilidades, sino que ésta corresponda con las necesidades, en este caso las competencias son una herramienta donde un individuo se adapta a nuevos cambios laborales y hace referencia al área de trabajo en el que desarrollará sus actividades.

En la institución se adquieren competencias laborales, partiendo del área de formación profesional y por la auto capacitación que reciben los funcionarios administrativos, con la finalidad de brindar un mejor servicio a la comunidad universitaria.

Recomendaciones

El análisis de las encuestas efectuadas en la institución, deben considerarse como punto de partida respecto a la calidad de servicios que están brindados los diferentes departamentos encargados. La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez debería acoger los resultados obtenidos en la investigación y tomar acciones de como mejorarían su desempeño laboral dentro de la institución referente a su desarrollando encargado. La institución objeto del presente estudio debería implementar, desarrollar instrumentos o un plan de capacitación que permitan mejorar el desarrollo personal de funcionarios. En cuanto motivacional y las cualidades de la personalidad en la aplicación de un nuevo diseño curricular por competencias laborales.

De igual manera se espera que esta institución tenga un nivel de transformación que les permita mejorar sus procesos a partir de los objetivos propuestos, donde se espera y se tome en cuenta la satisfacción laboral de los empleados (funcionarios). La cual le permitirá optimizar la calidad de sus servicios que ellos concedan.

Bibliografía

- Boyatzis. (10 de 2007). Google académico. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de Google académico: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:EducacionXXI-2007numero10-824/Documento.pdf>
- Bunk. (2001). Google académico. Obtenido de Google académico: <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-competencia-laboral/>
- Bunk. (2001). Tipos de competencias. En M. Alles. Obtenido de Google académico.
- Chiaventato, I. (2002). Google académico (Vol. IV). Bogota, Colombia: Santa fé de Bogota. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de Google académico.
- Coll, C. (13 de junio de 2016). Goggle académico . Recuperado el 24 de Mayo de 2019, de Google académico: <http://mayohernandez13.blogspot.com/2016/06/definiciones-de-competencia-segun.html>
- Leboyer, L. (1997). google academico. Recuperado el 26 de mayo de 2019, de google academico: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/209924.pdf>
- Lehtinen, L. (1982). Google académico. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de Google académico: <https://www.monografias.com/trabajos96/calidad-servicios/calidad-servicios.shtml>
- Martínez, & Soler, C. (marzo de 2004). Carta del Editor. Recuperado el 24 de Mayo de 2019, de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21412004000100005&script=sci_arttext&tlng=en
- Molina, T., & Orlando, D. (2014). Google académico. Recuperado el 26 de Mayo de 2019, de Google académico: https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios
- Ortiz, C. (28 de Diciembre de 2011). Google académico. Recuperado el 20 de junio de 2019, de Google académico : <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/psicologia/article/view/3308/9228>
- Pizzo, & Mariana. (s.f.). Google académico. Recuperado el 26 de Mayo de 2019, de Google académico: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/>
- R, A. (20 de julio de 2011). crecenegocios. Recuperado el 26 de Mayo de 2019, de crecenegocios: <https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- Spencer. (1993). Google académico. Obtenido de Google académico: <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-competencia-laboral/>
- Spencer, & Spencer. (24 de Enero de 2002). Google académico. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de Google académico : <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-competencia-laboral/>
- Tobón, S. (2006). Google académico. Recuperado el 28 de Mayo de 2019, de Google académico: http://maristas.org.mx/gestion/web/doctos/aspectos_basicos_formacion_competencias.pdf
- Uribe, O. E. (Marzo de 2018). Competencia profesional en Psicología. Recuperado el 26 de Mayo de 2019, de Competencia profesional en Psicología: <http://eticapsicologica.org/index.php/documentos/articulos/item/5-competencia-profesional-en-psicologia>
- Valerio, F. (13 de junio de 2016). Google académico . Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de Google académico:

<http://mayohernandez13.blogspot.com/2016/06/definiciones-de-competencia-segun.html>

CAPÍTULO V

INVESTIGACIÓN

Investigación el siglo XXI, formación investigativa, formativa

"Para realizar una investigación social, no hay que estudiar la totalidad de la población; basta con elegir una muestra representativa de la misma. "EZEQUIEL ANDER-EGG

**COMPRESIÓN LECTORA DE TEXTO CIENTÍFICO EN EL PROCESO DEL
APRENDIZAJE EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

AUTORES

Cruz Meza Fernando Antonio
e1311470023@live.ulead.edu.ec

Rodríguez Lucas Wilter Junior
e1314967801@live.ulead.edu.ec

Espinoza Medina Rubén Antonio
e1314654722@live.ulead.edu.ec

Solórzano Mera Lady Lisbeth
e1313115584@live.ulead.edu.ec

Vélez García José Luis
e1311982043@live.ulead.edu.ec

Vergara Jenner Sebastián
e1314660190@live.ulead.edu.ec

Zambrano Lizeth Monserrate
e1314909134@live.uleam.edu.ec

TUTORES

Lilia Monserrate Villacís Zambrano, PhD.
lilia.villacis@uleam.edu.ec
María del Mar Hidalgo Cedeño, Mg.
maria.hidalgo@uleam.edu.ec

RESUMEN

Esta investigación se realizó con la finalidad de medir la comprensión lectora de un texto científico en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de la Uleam Extensión Bahía de Caráquez. Para obtener resultados verificables se realizaron encuestas a la población estudiantil legalmente matriculada.

Los resultados fueron obtenidos de una muestra de 70 estudiantes, a través de los cuales se pudieron conocer las falencias que se presentan al momento de analizar un texto, arrojando como resultado que un 57,10 % no comprende un texto al momento de leerlo. Es importante recalcar que los encuestados no le dieron la importancia debida a las preguntas formuladas, de cómo comprender un texto, el análisis o síntesis del mismo. Cabe recalcar que en su mayoría fueron respuestas positivas con muy poco interés y conocimiento del tema, llevando un vacío en su parte intelectual, la falta de interés por la lectura, del cual resulta cada vez más notoria en la población estudiantil, por lo que la mayoría de los estudiantes no tienen una clara visión de cómo la comprensión lectora incide en el proceso de aprendizaje.

Finalmente, en base a los resultados obtenidos se pudo conocer que los estudiantes universitarios no presentan un interés por la lectura; que la poca lectura que realizan es por la obligación de cumplir con las tareas de las diferentes asignaturas, más no por un interés en el autoaprendizaje, informarse o culturalizarse sobre distintos temas relativos a la formación personal y profesional.

Palabras claves: Comprensión, redacción, proceso, aprendizaje.

SUMMARY.

This research was carried out with the purpose of measuring the reading comprehension of a scientific text in the learning process of the students of the Uleam Bahía de Caráquez Extension.

To obtain verifiable results, surveys were conducted to the legally registered student population. The results were obtained from a sample of 70 students, through which we could know the flaws that are presented when analyzing a text, showing as a result that 57.10% do not understand a text at the time of reading it.

It is important to emphasize that the respondents did not give due importance to the questions asked, how to understand a text, the analysis or synthesis of it. It should be noted that most were positive responses with very little interest and knowledge of the subject, leading to a vacuum in their intellectual part, the lack of interest in reading, which is increasingly evident in the student population, so that the Most students do not have a clear vision of how reading comprehension affects the learning process.

Finally, based on the results obtained, it was known that university students do not show an interest in reading; that the little reading they do is due to the obligation of fulfilling the tasks of the different subjects, but not because of an interest in self-learning,

information or culturalization on different topics related to personal and professional training.

Keywords: Understanding, writing, process, learning.

INTRODUCCION

Se identificó que la mayoría de los estudiantes de la Universidad Laica Extensión Bahía de Caráquez no comprende una lectura ya sea de índole investigativo o laboral, cabe recalcar que mejorando el léxico se obtendrá un lenguaje técnico acorde como lo amerite la situación, esto dará algunos beneficios al momento de entregar informes, declaraciones, y cualquier tipo de documentos que se realice, enriqueciendo y modificando algún trabajo de investigaciones que coopera para una mejora a la conducta profesional contable volviéndose más clara y factible, de esta manera se podría aplicar en el ámbito profesional.

Se incluye la ética porque se han suscitado muchos fraudes económicos acompañados de escándalos financieros y al acotar la ética en este artículo se quiere resaltar que un Contador público o privado debe ser conservador y honesto con su trabajo, por ningún motivo puede fallar a los valores de la empresa en la que se encuentra desempeñándose como profesional.

En relevancia, hoy en día se habla de la necesidad de que las nuevas generaciones aprendan a desarrollar habilidades y estrategias cognitivas y meta cognitivas que les permiten concretar aprendizajes, entre las básicas se encuentra la comprensión lectora tomándose como el entendimiento de textos leídos por una persona permitiéndole una reflexión, pudiendo indagar analizar relacionar e interpretar lo leído con el conocimiento previo.

El aprendizaje es una organización que se adquiere con el pasar de los días en base a la experiencia, se dice que se debe practicar todo lo aprendido con las bases fundamentales de la administración lingüística, para lograr siendo más operacionales y dar el rendimiento deseado.

“Que el aprendizaje es como un cambio perdurable en que la conducta o en la capacidad de comportarse, de una manera en la que resulta la práctica o de alguna otra forma de experiencia” (Shuell, 1991).

El aprendizaje es utilizado hoy en día, para almacenar las relaciones que se establece con los contenidos aprendidos, al igual que un primer proceso ya que en ambos se generan problemas o fugas de conocimientos, ya sea por olvido o por la insolencia de los mismos, debido la asimilación del desarrollo de la capacidad de pensar y generar un entendimiento. “Que las personas que han aprendido a leer y a escribir, no son capaces de utilizar estas habilidades para defenderse en la vida diaria” (Isabel, 1992)

La inseguridad en las personas no deja enfrentarse a su capacidad intelectual como para sentirse capaces y seguras de realizar sus objetivos y propósito en el trayecto de su vida cotidiana.

El proceso de aprendizaje es un cambio que se va generando con el comportamiento del ser humano, en base a la experiencia por medio de la práctica, desarrollando condiciones que influye al individuo a formarse de una manera dinámica y productiva, haciendo énfasis en sus conocimientos. Construyendo en sí, una calidad de vida excelente al momento de enriquecer con un nuevo aprendizaje.

“Que el aprendizaje es el resultado de un cambio potencial en una conducta a nivel intelectual que se manifiesta cuando los estímulos externos incorporan nuevos conocimientos, estimulan el desarrollo de habilidades y destrezas que producen cambios provenientes a nuevas experiencias” (Freddy, 2001)

El aprendizaje se puede revelar como un conocimiento que se adquiere a partir de las cosas que suceden en la vida diaria, y a su vez ponerlos en práctica.

En el instante que el individuo interactúa con la sociedad, se manifiesta de manera intelectual en que los estímulos externos desarrollan habilidades que se experimentan de los demás. En el documento presentado por (Vernor, 2013) Unesco establece que “el proceso de aprendizaje surgió a partir del modelo industrial de la educación, con el propósito de proveer grandes cantidades de individuos con las habilidades necesarias para puestos laborales”.

Aprender no es solamente adquirir información, es desarrollar habilidades que permitan organizarlas e interpretarlas hasta que sean capaces de aplicar con éxito este conocimiento en situaciones nuevas, con los resultados de procesos cognitivos e individuales mediante los cuales se asimilan hechos conceptos, procedimientos y valores.

(Smith, 1980) Asumen que es necesario enseñar una serie de estrategias que pueden contribuir a la comprensión lectora, y proponen una enseñanza en progresión a lo largo de tres fases.

En la primera, o fase de modelado, el profesor sirve de modelo a sus alumnos mediante su propia lectura: lee en voz alta, se detiene de forma sistemática para verbalizar y comentar los procesos que le permiten comprender el texto -por ejemplo, las hipótesis que realiza, los índices en que se basa para verificarlas; también comenta las dudas que encuentra, los fallos de comprensión y los mecanismos que utiliza para resolverlos... etc. Las estrategias de lectura son todas aquellas tácticas espontáneas que utiliza el lector para deducir y comprender el texto, intentar dar significado a todos los datos de manera que da para facilitar la comprensión y el sentido del tema leído, por ende, estos datos adquiridos pueden verificar y sacar una redacción y extrayendo nuevas ideas de la lectura para tener un conocimiento efectivo.

(Feldman, 2005)Expresa “Que el aprendizaje se define como un proceso de cambio coherente y permanente, en el comportamiento de una persona generado por la experiencia”.

Con los reflejos condicionales la habilidad mental se adquiere en hábitos para desarrollar destrezas forjando actitudes e ideales, que por lo tanto es vital en la vida cotidiana puesto que permite adaptarse e involucrarse al medio en que se vive desarrollando una modificación y conducta.

(Benjamin, 2007)Dice “Que nunca hay que considerar al estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrarse en el bello y maravilloso mundo del saber”.

El aprendizaje es una joya que se debería apreciar como estudiantes que somos, y apreciar el conocimiento que se alcanza cuando se amplía una idea nueva recobrando sus dimensiones originales, así darse cuenta de la oportunidad que se tiene entiende como un bello mundo del saber.

(Ausubel, 2008)Señala “Que el aprendizaje debe tener lugar a través de la recepción y no al descubrimiento. La teoría de aprendizaje significativo enfatiza el aprendizaje como la asimilación de nueva información a partir de conceptos inclusores”.

Aprender es comprender, y si se comprende cuando se transfiere lo aprendido en otras situaciones se puede proporcionar actividades auténticas que presenten problemas reales y relacionados con la vida cotidiana, potenciando el protagonismo del estudiante en su proceso de aprendizaje.

(Alvarez, 2009)Expresa “Que es importante resaltar que no existe un único proceso de aprendizaje, además abarca todo lo relacionado con la recepción y la asimilación de los saberes transmitidos”.

El aprendizaje se debe considerar como una oportunidad más en la vida, ya que la enseñanza de la lectura y su aprendizaje ocupa un lugar preponderante dentro de los planes de los estudios por ser la una base requerida en la vida del ser humano, dichos procesos merecen especial atención dentro de una actividad ya sea escolar que es desde donde el individuo empieza a aprender y conocer el interés por la importancia de la lectura.

MATERIALES Y MÉTODOS.

El procedimiento manejado en esta investigación fue mixto, porque se utilizó el método cuantitativo a través de encuestas realizadas dentro de la Universidad Laica Eloy Alfaro extensión Bahía de Caráquez y cualitativo porque se tomó como referencia las diversas opciones de respuestas de los estudiantes para tener conclusiones que permitieron desarrollar una clara hipótesis del proyecto en cuestión.

La población tomada fue de 631 estudiantes de los cuales se extrajo una muestra de 70 sujetos de diversos semestres de la institución universitaria, para así poder obtener una respuesta general, usando el programa de tabulaciones SPSS con la intención de poder adquirir la media.

Al mismo tiempo esta investigación es de carácter exploratorio, debido a que se hizo investigaciones para así obtener un resultado que se desconoce.

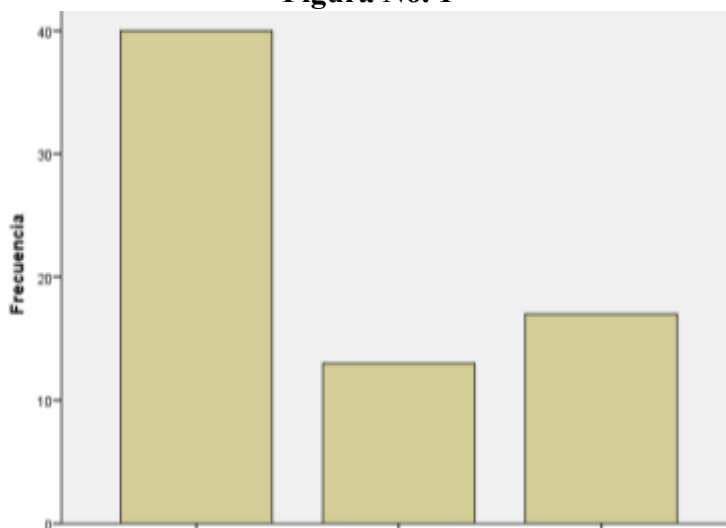
Esta se realizó de forma experimental encuestando a diversos estudiantes de varios niveles de aprendizaje para así poder tener un resultado equitativo al momento de recolectar datos y desarrollar una conclusión clara y entendible.

RESULTADOS.

El principal objetivo de la investigación es identificar el nivel de comprensión lectora de textos científicos en el proceso de aprendizaje en los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

Para la recolección de la información se estableció un cronograma de trabajo y así poder aplicar las encuestas a los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez, entre los días 16 y 17 de mayo del 2019.

Figura No. 1



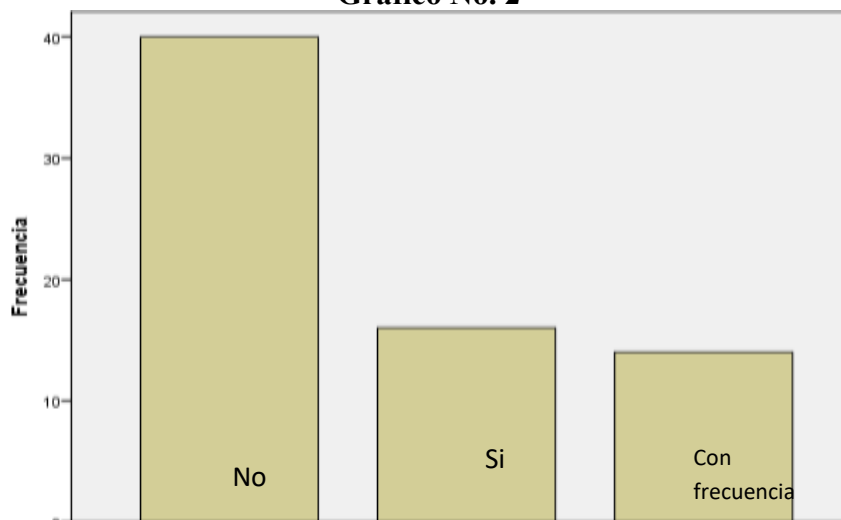
Fuente: Estudiantes de la Ulema-Extensión Bahía.

Elaborado: Estudiantes 1º semestre de Contabilidad y Auditoría

Se evidencia que el 51,7% que equivale 40 personas, no hacen una opinión crítica del texto al finalizar la lectura, por otra parte el 24,3% de los estudiantes que equivale a 17

personas con frecuencia, mientras que el 18,6% que equivalen a 13 personas respondieron que sí. Se puede deducir que los encuestados investigados de esta institución tienen conocimientos, pero a la vez no expresan sus ideas, por tal motivo no toman el total interés a la lectura y no suelen practicar para tener un conocimiento porque leen excesivamente de manera mecánica y fallan en la comprensión lectora.

Gráfico No. 2

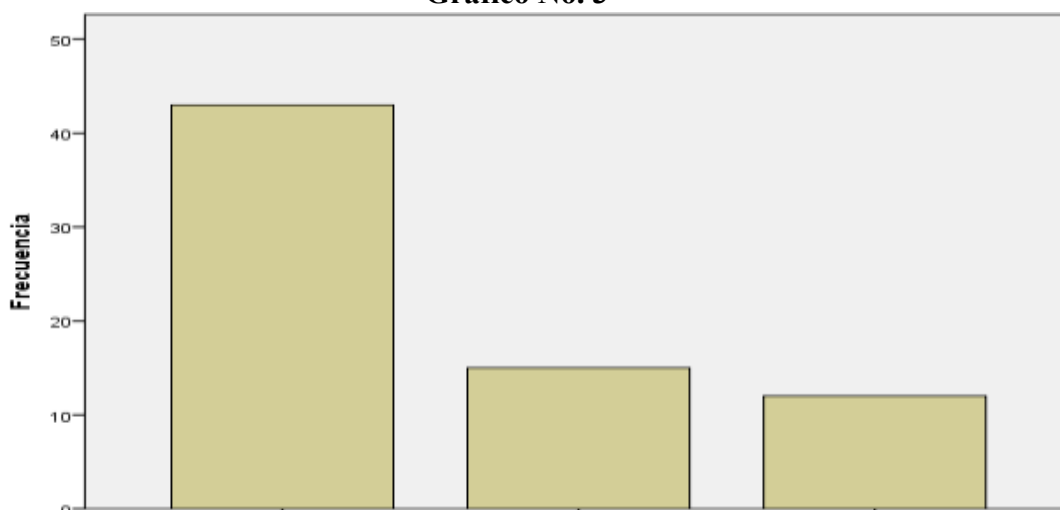


Fuente: Estudiantes de la Uleam-Extensión Bahía.

Elaborado: Estudiantes 1º semestre de Contabilidad y Auditoría

Como evidencia de las encuestas el 51,7% equivale a 40 personas no buscan los términos desconocidos que se encuentran en una lectura, en cambio el 22,9 que equivale a 16 personas que si lo practican, mientras que el 20,0% que equivale a 14 personas que lo hacen con frecuencia. Debido a las encuestas realizadas se pudo obtener como resultado esta información, que, si buscan el significado de palabras desconocidas en el texto, sin embargo, no lo ponen en práctica, porque muchas veces suele fallar en la falta de conocimiento.

Gráfico No. 3



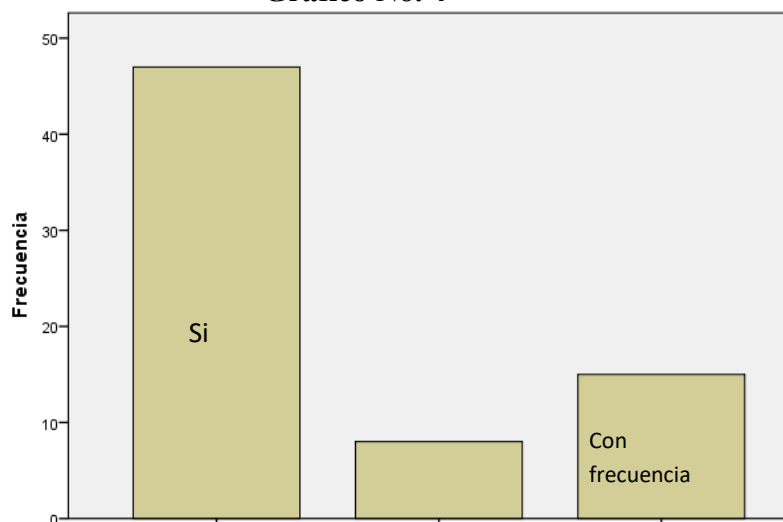
Fuente: Estudiantes de la Uleam-Extensión Bahía.

Elaborado: Estudiantes 1º semestre de Contabilidad y Auditoría

Como resultado de las encuestas el 61,4% de los encuestados que equivalen a 43 personas no hacen síntesis verbal y escrito de un tema, mientras que el 21,4% equivalente a 15 personas si hacen síntesis, sin embargo, el 17,1% restante con frecuencia hacen síntesis

de un tema. En este resultado se logró obtener que los estudiantes si hacen un análisis crítico del texto, por lo tanto, tienen conocimientos sobre o que es síntesis, y de esa forma logran desarrollar una excelente comprensión de la lectura, pero otros no saben redactar un texto ni analizar lo que están leyendo, por lo tanto, necesitan desarrollar su léxico.

Gráfico No. 4

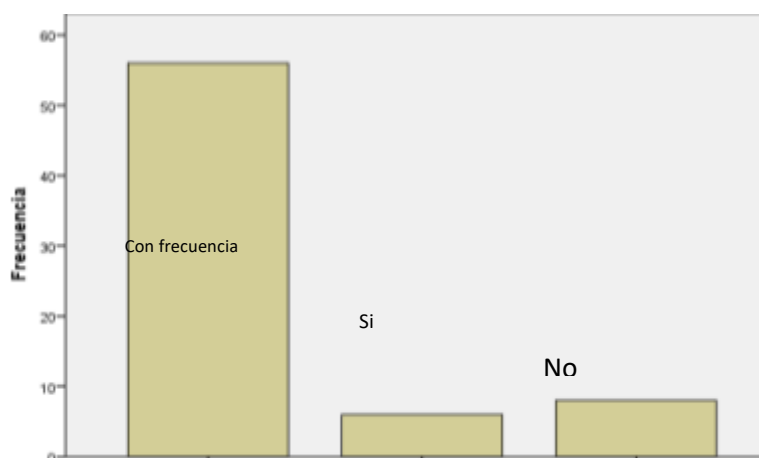


Fuente: Estudiantes de la Uleam-Extensión Bahía.

Elaborado: Estudiantes 1º semestre de Contabilidad y Auditoria

Se demostró que de 70 estudiantes encuestados el 67.1% de estudiantes. No utilizan un vocabulario apropiado al momento de realizar una exposición, mientras que el 11.4% si lo practican y por otro lado el 21.4% con frecuencia lo toman en práctica. Se puede deducir que una gran parte de la población estudiantil encuestada dio a conocer que, si realizan un vocabulario apropiado, por eso según los estudiantes al momento de exponer creen expresarse bien con vocabulario entendible.

Gráfico No. 5



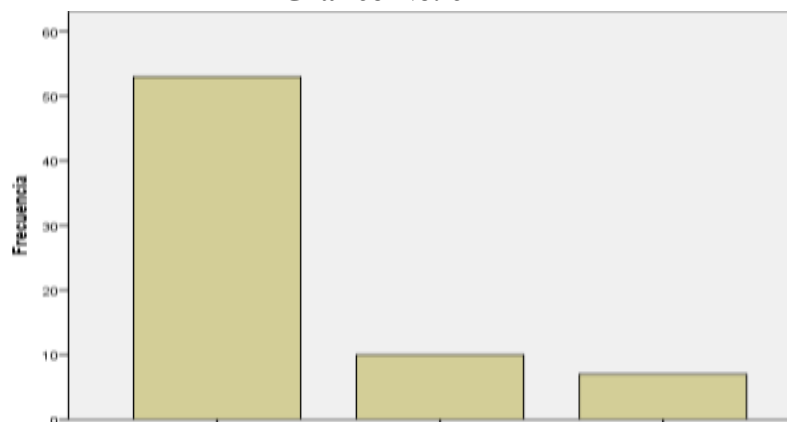
Fuente: Estudiantes de la Uleam-Extensión Bahía.

Elaborado: Estudiantes 1º semestre de Contabilidad y Auditoria

De acuerdo a las encuestas realizadas, el 80.0% es referente a 56 persona que no es necesario implementar técnicas activas para mejorar la comprensión lectora mientras el 8.6% referente a 6 personas si utilizan esas técnicas y el otro 11.4% restante lo implementan con frecuencia. Con estos resultados específicamente se evidencia que la

población universitaria requiere de capacitaciones que los ayuden a desarrollar técnicas esenciales y de esta forma tener una excelente comprensión lectora para implementarla en cada texto que se presente en la vida cotidiana.

Gráfico No. 6



Fuente: Estudiantes de la Uleam-Extensión Bahía.

Elaborado: Estudiantes 1º semestre de Contabilidad y Auditoría

De acuerdo a los estudiantes encuestados el 75.7% referente a 53 personas, sugieren que no es importante leer para entender un texto y por otra parte el 14.3% sugiere que sí, y el último 10.0% equivalente a 7 personas si le dan importancia.

Los estudiantes deducen que es de gran importancia la lectura debido a que en la vida diaria se presentan cosas nuevas que no se entienden, y para poder comprenderlas es recomendable identificar los tipos de textos existentes.

DISCUSION:

Estos datos indican que una gran parte de los estudiantes universitarios tienen errores en los procesos de aprendizaje, para comprender lo sucedido, se decidió realizar una encuesta en la cual los datos obtenidos indican que no le dan interés a estos tipos de temas y por eso existe la falta de comprensión debido a que no se lee continuamente.

Por ende, se evidencia la falta de conocimientos en el proceso de aprendizaje, debido a que al momento de realizar dicha encuesta se pudo observar la falta de lectura por la manera en que se hacen las cosas por hacer y no porque le gusta ya que no le prestaron importancia a las preguntas dadas respondiendo de forma mecánica sin analizar ni comprender el texto introducido en ella.

CONCLUSIONES:

- En el lugar de investigación se pudo comprobar a través de encuestas que existe un gran número de falencias y mala comprensión de la lectura y esto indicó que existe el desinterés por parte de los estudiantes de la universidad laica Eloy Alfaro Extensión Bahía de Caraquez, lo que generará inconvenientes a futuro para el estudiante tanto académicos como laborales
- Es necesaria la comprensión lectora, considerando que son pocas las personas que tienen y disfrutan el hábito de leer. Los encuestadores en la Universidad Laica Eloy Alfaro extensión Bahía de Caraquez descubrieron que muchos estudiantes no tienen conocimientos sobre los factores principales de la lectura, ni siquiera tenían una lógica en su respuesta ni uso de razonamiento para pensar en una respuesta coherente.
- Muchos de estos problemas se originan desde los hogares por la razón de que no fomentan la lectura, no ponen en práctica técnicas de comprensión, por eso tienen fallas al momento de analizar y argumentar los textos leídos, dando como

consecuencia que al momento de ingresar al colegio o a la universidad no entienden sobre lo que se está estudiando y demuestran problemas con su léxico.

RECOMENDACIONES:

- Leer constantemente es de gran importancia, se recomienda porque es importante por lo que se debe practicar para que poco a poco la comprensión lectora mejore, se sugiere que se lea temas que sea de su agrado para que pueda terminar el libro, comenzar con textos sencillos con un vocabulario coloquial, luego lee el texto más especializado y alterna la complejidad, de esta manera se puede aumentar la contextualización de nuevas palabras sin darse cuenta que en el momento menos esperado ya se ha acostumbrado a manejar diferentes textos.
- Tener una continuidad de lectura e investigación ya que enriquecerán los conocimientos de cada individuo ya sea en la escuela, colegio, universidad o trabajo entre otros aspectos.
- fomentar la lectura al máximo desde el hogar es una buena manera de empezar porque enseñándoles a sus hijos que leer es aprender, ayuda y beneficia de determinantes maneras, si desde el hogar se aprendiera a leer y comprender la lectura, no sería un problema al contenido, sino una costumbre ideal que se hiciera por gusto y no por obligación.

Bibliografía

Isabel. (22 de noviembre de 2008). *La Teoría del Aprendizaje Significativo Crítico: un referente para organizar la enseñanza contemporánea*. Obtenido de http://www.fisem.org/www/union/revistas/2012/31/archivo_5_de_volumen_31.pdf

Benjamin, M. C. (2007). *Tejiendo redes de aprendizaje y reflexión*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2118869>

Bizquera. (1993). *El plan lector "Manejo Creativo de la Lectura" para la comprensión lectora de los estudiantes de un Centro de Educación Básica Alternativa*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/28860>

Bruner. (1915). *Las condiciones del aprendizaje*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42807263/1_Teoria_del_procesamiento_de_la_informacion.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1559322602&Signature=h8xLZcB6B4B4hLBoAePfsI%2B7lfg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3

Cabrera. (1989). La comprensión lectora desde una concepción didáctico-cognitiva. *Dianet*, págs. 103-110. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4228654>

Feldman, D. (2005). *IMÁGENES EN LA HISTORIA DE LA ENSEÑANZA*. Obtenido de http://www.pseaconsultores.com/sites/default/files/ACRA_0.pdf

Freddy, R. V. (junio de 2001). *Enfoque Sobre El Aprendizaje Humano*. Obtenido de formacionprofesional.homestead.com/EnfoAprendizaje.doc

Gagné, A. P. (1989). *Modelos de aprendizaje en la didáctica de las ciencias*. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/59223>

Gallego, J. M. (1988). *ACRA Escalas de estrategias de aprendizaje*. Obtenido de http://www.pseaconsultores.com/sites/default/files/ACRA_0.pdf

- González. (1998). *estrategias de la comprensión de lectura*. Obtenido de http://www.quintanal.es/Web_LECTURA/bibliografia/comp_lectora.pdf
- Harrys. (1995). *Comprension lectora*. wilton: Conciencia fonológica y procesos léxicos de la lectura en estudiantes de inicial 5 años y 2° grado de una institución educativa de Lima Metropolitana. Obtenido de <http://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/51>
- Isabel, S. (1992). *LAS CUATRO DESTREZAS: COMPRENSIÓN LECTORA* . Obtenido de http://1314-procesos-infantil.weebly.com/uploads/9/6/4/6/9646574/las_cuatro_destrezas_comprensin_lectora.pdf
- Marín. (2004). *COMPRENSIÓN LECTORA Y RECONOCIMIENTO DE PALABRAS*. Obtenido de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S1688-42212009000200004&script=sci_arttext
- Shuell. (1991). *Aprendizaje activo y metodologías educativas*. Obtenido de <http://200.6.99.248/~bru487cl/files/libros/RevtaEDU08/re2008.pdf#page=59>
- Vigotsky. (1934). *El Aprendizaje*. Obtenido de <https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1MQLSN4JP-17YHV2W-14J7/art%C3%ADculo.pdf>

ESCASO MANEJO DEL LENGUAJE COLOQUIAL Y LENGUAJE FORMAL EN LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA.

AUTORES:

Cevallos Arteaga Jean Steven
e1723106611@live@uleam.edu.ec
Cevallos Ortiz Carla Andrea
e1314087220@live@uleam.edu.ec
Chica Hidalgo Jordán Ramón
e1314119999@live@uleam.edu.ec
Fariás Cuello Melanie Anai
e0750208506@live@uleam.edu.ec
Gallegos Andrade José Eduardo
e1725629628@live@uleam.edu.ec
García Barreto Katherin Ibeth
e1314754605@live@uleam.edu.ec
Macías Bermúdez Erika Yamilet
e1313971721@live@uleam.edu.ec
Ramírez Patiño Damaris Yuliana
e1312583227@live@uleam.edu.ec

TUTORES

Lilia Villacis Zambrano. PhD.
 lilia.villacis@uleam.edu.ec
 Bélgica Isabel Cuzme Briones, Mg.
 belgica.cuzme@uleam.edu.ec

RESUMEN.

En la investigación se consideró que el lenguaje coloquial y lenguaje formal no son totalmente alternativos, sino que ambos son importantes para los estudiantes que desean mantener una comunicación efectiva, ambos lenguajes no dependen si los estudiantes han tenido buena escolaridad o no, más bien, generalmente se usan en diferentes ocasiones y para diferentes fines; ambos tienen fundamentos en las raíces históricas del país, en su comparación étnica, en la cuestión sociológica y política de la colonización y de los clanes sociales. Este trabajo, después de analizar las cuestiones anteriores interconectadas con la evolución de la sociedad en aspectos como los cambios sociales, gustos artísticos, la inclusión/exclusión social, además de considerar la puesta en práctica de estos lenguajes en los estudiantes de la carrera de contabilidad de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Bahía de Caráquez, Se investigó en fuentes bibliográficas reconocidas y se concluye que es importante alertar a los alumnos para el hecho de que la buena comunicación coloquial no transmite apenas la información explícita, sino también mucha información implícita y diferentes tipos de afectividad en diferentes grados y registro.

Palabras claves: Escaso, carrera, manejo, lenguaje.

SUMMARY.

In the research it was considered that colloquial language and formal language are not entirely alternative, but both are important for students who want to maintain effective communication, both languages do not depend on whether they have had good schooling or not, rather, they are used on different occasions and for different purposes; Both have foundations in the country's historical roots, In their ethnic comparison, in the sociological and political question of colonization and social clans. This work, after analyzing the previous issues, interconnected with the evolution of society in the social aspects, artistic tastes, social inclusion / exclusion, besides considering the implementation of these languages in the students of the accounting career of the Eloy Alfaro de Manabí Lay University, Bahía de Caráquez, It was investigated in recognized bibliographic sources and it is concluded that it is important to alert the students to the fact that the good colloquial communication does not transmit only the explicit information, but also a lot of implicit information and different types of affectivity in different degrees and registration.

Keywords: Scarce, career, handling, language

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se justifica por la necesidad que tiene una Buena parte de la población estudiantil de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, de mantener un lenguaje fluido poniéndolo en práctica en el desarrollo de todas las actividades estudiantil, y es justo aquí donde se observa el uso del lenguaje formal, dicho lenguaje se puede exteriorizar en el aula de clases, en conversaciones entre amigos y compañeros, hay que considerar que la sociedad está compuesta por varios subgrupos o comunidades las cuales se distinguen dentro de la sociedad por sus características, ya sea por su forma de expresión, cultura, ideología, entre otros. De esta forma, dentro de estos grupos se encuentran los jóvenes, quienes se han caracterizado por establecer y crear un código

diferente frente a la sociedad en general, lo anterior se ve reflejado en sus costumbres, forma de vestir, actuar y hablar. Este último aspecto es el que merece mayor importancia para el desarrollo de la investigación, puesto que los jóvenes modifican e integran nuevos elementos a la lengua estándar.

(Medina, 2014) Dice “El lenguaje coloquial llama mucho la atención de los investigadores debido a que presenta la manera más natural de uso del lenguaje en situaciones de interacción cotidiana. Mediante este lenguaje, el hablante no solo refleja una espontaneidad que se sale de cualquier código elaborado o formal, sino que también se adapta a las condiciones específicas de la comunicación. Este artículo analiza el uso del lenguaje coloquial en los cumplidos en un cuestionario de hábito social aplicado a una población universitaria.

El artículo inicia con la revisión de la literatura y luego se contextualiza la metodología. Como tercer elemento se brinda el análisis del lenguaje coloquial en los cumplidos con algunos comentarios. Finalmente, se exponen las conclusiones”.

(Canton, s.f.) Dice “que es la modalidad de lengua más importante corriente en situaciones habituales de la comunicación sus rasgos lingüísticos están determinados por la modalidad textual escasez de planificación (los hablantes se expresan con espontaneidad)”.

Dice que el lenguaje coloquial se puede usar entre amigos y familiares cuando no hay confianza o no existe una diferencia jerárquica en cambio se apela al lenguaje formal, la entonación y los acentos resultan determinantes en la configuración del sentido de los mensajes. También son significativos el tono y el ritmo, el hablante produce los enunciados según sus necesidades, por lo que tiene a desplazar los elementos de interés de su orden lógico.

(Diario Yucatan, 2017) Dice “Es toda aquella expresión oral que se da a diario entre los hablantes de un idioma, dentro del contexto informal, es la forma que se habitúa entre la mayoría de las personas con el fin comunicativo breve y directo”

Es decir que se emplea en una conversación que puede ser de forma expresiva , en diálogos o hasta en forma escrita, pero tiene que ser de una manera breve y directa en decir las cosas que quiere transmitir no puede alargarse al tema o lo que quiere expresar por qué no se entenderá lo concreto que quiere transmitir o decir.

(Majo, 2014) Dice. “Lenguaje coloquial es aquel que se utiliza en un entorno familiar y distendido. Es aquel que se utiliza en las conversaciones informales de manera natural y cotidiana. En el lenguaje coloquial es habitual el uso de exclamaciones, diminutivos, aumentativos o comparaciones”.

Este lenguaje es utilizado en conversaciones familiares, grupales donde se dé a conocer una opinión, idea, argumento de forma espontánea o natural, al momento de utilizar este tipo de lenguaje la persona puede usar exclamaciones y comparaciones en las conversaciones.

(Valera, Venelografía, 2013) Dice que: “Lenguaje utilizado en situaciones informales, directamente relacionado con la familia y amigos. Es cotidiano, espontáneo, cercano y expresivo. Se utilizan muletillas, diminutivos, expresiones afectivas y modismos. Este lenguaje corresponde a situaciones más informales”.

Sus rasgos lingüísticos están determinados por la modalidad textual escasez de planificación (los hablantes se expresan con espontaneidad), por el estilo informal y por la relevancia de la finalidad comunicativa.

MATERIAL Y MÉTODOS

El diseño metodológico contiene en su programa la modalidad de investigación que fue de carácter bibliográfico: Las fuentes de información: empleadas son los documentales.

Se utilizan como instrumentos una encuesta para conocer el porqué del escaso manejo del lenguaje coloquial y lenguaje formal que utilizan los estudiantes de la carrera de contabilidad y auditoría de la ULEAM.

Se aplicó la investigación exploratoria y descriptiva, las mismas que permitieron obtener respuestas a las interrogantes. Toda vez que el nivel exploratorio constituye el nivel inferior de la investigación, porque pone al investigador en contacto con la realidad a auscultar sobre lo que se realiza una investigación sistemática y profunda.

Los métodos de investigación que se utilizaron fueron los de Investigación Histórica y lógica que permitió conocer antecedentes de la comunicación en épocas pasadas hasta la actualidad además el tipo de investigación aplicado fue correlacional ya que relaciona con las variables causa-efecto del escaso manejo del lenguaje coloquial y formal en los estudiantes universitarios también se utilizaron técnicas e instrumentos como la lectura científica con fuentes de información bibliográfica para realizar la conceptualización de artículo y se aplicó a los estudiantes de la carrera de contabilidad y auditoría de la ULEAM. Una encuesta con preguntas cerradas para valorar los conocimientos referentes al lenguaje formal y coloquial que manejan los estudiantes.

El lenguaje formal también se lo aplica en las matemáticas, lógica y en las ciencias es un lenguaje cuyos símbolos y reglas para unir a los símbolos están formalmente especificados y lo utiliza en situaciones formales que requieren de un protocolo en su forma así es una forma importante de utilizar una correcta pronunciación y un adecuado vocabulario y estructuración de oraciones y no es un lenguaje que utilizemos a diario sino en conversaciones serias, formales en donde los hablantes generalmente tienen una relación lejana

RESULTADOS.

¿Leer textos académicos, subrayar y responder a interrogantes que le plantea el texto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	41	51,3	51,9	51,9
	NO	15	18,8	19,0	70,9
	CON FRECUENCIA	23	28,8	29,1	100,0
	Total	79	98,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		80	100,0		

FUENTE: Estudiantes carrera de contabilidad y auditoría.

ELABORACIÓN: Estudiantes de la carrera de contabilidad

El 52,2% de la población encuestada dijo que si lee y discute vocabulario y terminología académica. El 11,3% de personas dijo que no saben discutir con vocabulario y terminología académica, por falta de conocimiento o comprensión lectora. El 35,0% de estudiantes con frecuencia utiliza un vocabulario y terminología académica. Más de la mitad de los estudiantes encuestados de la universidad laica Eloy Alfaro de Manabí utiliza artículos de investigación en terminologías académicas, es decir, la mayoría de los estudiantes buscan métodos de investigación para una respuesta más precisa.

¿Al momento de una exposición tiene dificultad para expresar sus ideas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	34	42,5	42,5	42,5
NO	29	36,3	36,3	78,8
Válidos CON FRECUENCIA	17	21,3	21,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

FUENTE: Estudiantes carrera de contabilidad y auditoría.

ELABORACIÓN: Estudiantes de la carrera de contabilidad

El 42,5% de la población encuestada dijo que si lee y discute vocabulario y terminología académica. El 36,3% de personas dijo que no saben discutir con vocabulario y terminología académica, por falta de conocimiento o comprensión lectora. El 21,3% de estudiantes con frecuencia utiliza un vocabulario y terminología académica. A través de la encuesta realizada podemos observar que en su mayor parte las personas encuestadas si tienen dificultad para expresar sus ideas ya sean por falta de conocimiento en los conectores lógicos al momento de plantear una pregunta.

DISCUSIÓN.

En los resultados de la encuesta que se realizó a los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión bahía de Caráquez indican que no solo los estudiantes practican un lenguaje natural y cotidiano sino también se sienten identificado con el mismo ya que existen frases en la lengua materna que los jóvenes utilizan y que por curiosidad e interés tienen la necesidad de adquirir las mismas o nuevas frases al momento de exponerse oralmente en el aula de clase, el problema que se ha identificado en esta investigación es el uso inadecuado del lenguaje formal, mismo que influye en el desarrollo de la destreza oral, las causas directas son por el desinterés de los maestros ya que no se les exige a los estudiantes que deben aplicar el lenguaje formal durante su proceso de aprendizaje en las aulas universitarias, debido a que este lenguaje es muy formal. Otro factor es debido a la falta de interés de los profesores en el manejo de la lectura y por consiguiente las frases idiomáticas y demás son ignoradas. El efecto que tiene esta causa es la mala utilización y el desconocimiento de lenguaje por parte de los estudiantes lo que es notorio debido a que no están expuestos a ello. De igual manera el uso de estrategia y métodos desactualizados es un problema cuyo efecto es el desarrollo de clases monótonas que no motivan a los estudiantes a aprender cosas nuevas. En último punto de reflexión es la falta de exposición a frases coloquiales para desarrollar la destreza en el lenguaje formal.

CONCLUSIONES.

- Después del análisis de los resultados para el desarrollo de esta investigación se concluyó que las expresiones, léxicos empleados por los estudiantes de la carrera de contabilidad y auditoría no son exclusivos de este grupo estudiantil, sino de un grupo juvenil general que comparte el mismo espacio y situaciones sociales, en este caso la universidad.

- El campo semántico de la vida universitaria presenta un bajo nivel en la aplicación del lenguaje formal donde se encontró que en la configuración del lenguaje formal está presente el uso del lenguaje coloquial como un mecanismo para la construcción de nuevas lexías, en este caso, relacionadas con deporte, recreación, entre otros.
- Los estudiantes de la universidad deben de poner en práctica el lenguaje formal ya que nos ayuda a mejorar nuestro léxico para tratar de poder entablar conversaciones de manera formal y respetuosa con las personas.

RECOMENDACIONES.

- determinar que tanta influencia ofrece el lenguaje coloquial en la estructuración y configuración del lenguaje formal empleada por los estudiantes de la carrera de contabilidad y auditoría.
- Comprobar si el lenguaje empleado por los estudiantes de la carrera de contabilidad y auditoría es, un resultado, lenguaje coloquial universitario y no otro tipo de lenguaje.
- Hacer uso habitual de la lectura para así poder facilitar la fluidez del dialogo formal y que el estudiante tenga la facilidad de expresarse, es por eso que se recomienda utilizar con frecuencia el lenguaje formal ayuda a que las conversaciones o reuniones sean más prácticas.

Bibliografía

Canton, A. (s.f.).

Diario Yucatan. (2017). *liefeder.com*. Obtenido de www.liefeder.com: <https://www.liefeder.com/lenguaje-coloquial/>

Majo. (11 de Abril de 2014). *MILEJEMPLOS*. Obtenido de www.milejemplos.com: <https://www.milejemplos.com/lenguaje/ejemplos-de-lenguaje-coloquial.html>

Medina, S. L. (03 de abril de 2014). *scielo.org.co*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co>: <http://www.scielo.org.co/pdf/linli/n66/n66a05.pdf>

Valera, J. (09 de Septiembre de 2013). *Venelogía*. Obtenido de www.venelogia.com: <https://www.venelogia.com/archivos/7882/>

Valera, J. (09 de septiembre de 2019). *venelogia.com*. Obtenido de <https://www.venelogia.com>: <https://www.venelogia.com/archivos/7882/>

USO DE LOS CONECTORES LÓGICOS EN LA REDACCIÓN DE TEXTOS TURÍSTICOS

AUTORES:

Fernando Javier Tixi Cedeño
e1752496899@live.ulead.edu.ec

Ruth Raquel Velasco Preciado
e0926906249@live.ulead.edu.ec

Carolyn Eileen Rodríguez Lucas
e1315415164@live.ulead.edu.ec

Yirle Selena Basurto Zambrano
e1316930047@live.ulead.edu.ec

Génesis Selena Ruiz Martínez
e0925825457@live.ulead.edu.ec

Jean Pierre Hernández Valencia

e1313119974@live.uleam.edu.ec

TUTORES:

Lilia Villacís Zambrano. PhD.

Lilia.villacis@uleam.edu.ec

Luis Miguel Mejía Ruperti, Mg.

lmmejia8@hotmail.com

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo principal estudiar la correcta utilización de los conectores lógicos en cuanto a composición de textos turísticos, con el fin de evitar inconvenientes al relacionarnos con los demás, especialmente cuando se trata de personas que visitan nuestra localidad. La palabra redacción proviene del término latino redactio y hace referencia a la acción y efecto de redactar (poner por escrito algo sucedido, acordado o pensado con anterioridad). Los marcadores o conectores lógicos son los que constituyen la secuencia argumental del discurso o redacciones. Los resultados de este trabajo que podrán aplicarse a la mejora de la comprensión y redacción de documentos turísticos y académicos esta direccionado especialmente y ha sido tomado como muestra a los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro Extensión Bahía de Caráquez con el fin de saber si estos aplican vicios de lenguaje en su formación académica y en su diario vivir. El método empleado fue cuantitativo y cualitativo, se utilizó estos métodos por el modo en que se realizó la encuesta y obtención de los valores que nos permitieran dar una conclusión exacta sobre el tema investigado. La indagación dio como resultado que la mayoría de la población encuestada desconoce acerca de la expresión léxica y la correcta utilización de los vicios ante un grupo o una persona.

Los conectores lógicos son una sucesión que está compuesta por eslabones enlazados que une o enlaza diferentes elementos además son palabras o expresiones que usamos para relacionar ideas.

Palabras Claves: Coherencia, Cohesión, Textual, Vicios.

SUMMARY

The main objective of this study is to study the correct use of logical connectors in terms of composition of tourist texts, in order to avoid inconveniences when interacting with others, especially when it comes to people visiting our town. The word redaction comes from the Latin word redactio and refers to the action and effect of writing (put in writing something happened, agreed or thought beforehand). The markers or logical connectors are those that constitute the argumental sequence of the discourse or redactions. The results of this work that can be applied to the improvement of the comprehension and writing of tourist and academic documents is specially addressed and has been taken as a sample to the students of the Laya Eloy Alfaro Bahia de Caráquez University in order to know if these they apply language vices in their academic formation and in their daily life. The method used was quantitative and qualitative, these methods were used for the way in which the survey was conducted and obtaining the values that would allow us to give an exact conclusion about the subject under investigation. The investigation showed that the majority of the surveyed population does not know about the lexical expression and the correct use of the vices before a group or a person.

Logical connectors are a sequence that is composed of linked links that link or link different elements are also words or expressions that we use to relate ideas.

Keywords: Coherence, Cohesion, Textual, Vices.

INTRODUCCIÓN

Los conectores lógicos son palabras o expresiones que sirven para relacionar las ideas dentro de un texto. En ese sentido, su presencia es fundamental para que un texto sea mucho más que un conjunto de oraciones independientes y autónomas. La claridad de la argumentación de un texto depende principalmente del uso adecuado de los conectores; un conector lógico mal utilizado puede cambiar completamente el sentido del texto. Es por ello que esta investigación se basa en dar un correcto uso de ideas o palabras que se pueden emitir durante una conversación o escrito, especialmente cuando se trata al referirnos a otras personas invitándolas a conocer o hacer parte de nuestro entorno, cultura o ciudad; de este modo utilizándolos bien no habrá males entendidos y transmitiremos y se dará a conocer exactamente lo correcto.

Uno de los errores más comunes en la escritura académica es el de creer que entre más conectores lógicos tenga un texto, mejor. Esto es falso, un texto tiene que tener los conectores apenas necesarios para relacionar las ideas en la forma en que estas se quieren presentar.

Tipos de conectores según: (Colombia, 2017) Conectores aditivos: Sirven para indicar que la información a continuación añade a lo dicho antes del conector. Se pueden dividir a su vez en dos subcategorías: De suma: Lo que se dice a continuación suma a lo anterior en un nivel de similar intensidad. Ejemplos: y, además, también, asimismo, por añadidura, igualmente, del mismo modo, de la misma manera.

Matiz de mayor intensidad: En este caso se refuerza la idea anterior con lo que se dice después del conector. Ejemplos: encima, es más, más aún, incluso, de hecho.

Conectores o positivos: Sirven para indicar que la información a continuación modifica lo dicho anteriormente. En oposición a los aditivos, cuya función es expresar básicamente una noción de igualdad entre los enunciados, estos conectores sirven para presentar contraste entre ideas. Se pueden dividir en dos categorías.

Restringidos: Señalan que la información precedente requiere una aclaración en algún aspecto. Son sinónimos de pero Ejemplos: No obstante, con todo, sin embargo, en todo caso, en cualquier caso.

Exclusivos: Sirven para indicar que la información precedente no tiene su sentido habitual, tiene un sentido diferente. Son sinónimos de sino. Ejemplos: Más bien, antes bien.

Conectores causales: Sirven para indicar una relación de causalidad, generalmente que el enunciado precedente es quien causa al enunciado que sigue. Ejemplos: por tanto, por consiguiente, de ahí que, en consecuencia, así pues, por consiguiente, por lo tanto, por eso, por lo que sigue, por esta razón, entonces, entonces resulta que, de manera que.

(Godoy, 2016) Dos requisitos fundamentales en toda redacción son la coherencia y la cohesión. La primera corresponde a la estructura lógica del texto; es decir a la construcción del sentido a partir de la relación apropiada entre las ideas que lo componen: orden, jerarquía, correspondencia. La segunda, al conjunto de propiedades lingüísticas que indican esas relaciones.

(Díaz, 2012) Los conectores lógicos son palabras o expresiones que sirven para entrelazar las ideas en una oración. Los utilizamos cuando hablamos y cuando escribimos. Posibilitan la coherencia en la argumentación, porque ayudan a organizar las ideas en un orden lógico. Algunas conjunciones tradicionales pueden usarse como conectores lógicos.

(Ejemplos, 2019) Sin los conectores lógicos, nuestros actos de habla se limitarían a una idea aislada y sería mucho más compleja la argumentación, ya que son ellos justamente quienes otorgan la jerarquía, relación causal y otros sentidos a lo dicho.

(Villanueva, 2010) Los conectores lógicos son palabras o expresiones que marcan la relación entre ideas. Se suelen situar al principio o cerca del inicio de la oración para indicar su relación lógica con la anterior. Sirven para indicar diferentes tipos de relación entre las oraciones que integran el párrafo y para pasar de un párrafo a otro, por ello han de seleccionarse cuidadosamente. En español hay gran variedad de conectores lógicos que varían según el tipo de relación que se pretende marcar entre las oraciones.

(Problemas, 2019) Para cualquier tipo de texto que debas redactar, desde novelas hasta informes de negocio, lo primero que hay que hacer es identificar al público objetivo; es decir, las personas que van a leer tu trabajo. Conocer el público para el que estás escribiendo te ayudará a determinar el tono, el estilo e incluso el tema de tu texto. Antes de empezar a redactar, haz algunas notas sobre tu público objetivo. Esto te ayudará a asegurarte de que lo que escribes será de interés para este público y se ajusta a sus necesidades y deseos.

(Porto & Merino, Definición, 2008) La redacción requiere de coherencia y cohesión textual. Dado que el orden de las palabras dentro de una oración puede modificar la intención del autor, es necesario que el redactor organice en su mente las ideas que desea trasladar al papel o a la computadora.

MATERIAL Y MÉTODOS

La presente investigación es cuantitativa con una metodología de investigación que requiere un profundo entendimiento de utilización léxico como de escritura y que busca como fin explicar las razones de los diferentes aspectos. Según el nivel que se desea alcanzar es un estudio exploratorio ya que es un tema desconocido o poco habitual, olvidado o dejado de prestar la debida importancia, por lo cual pretender expandir conocimientos que faciliten su conocimiento o recordatorio, así mismo culminar esta investigación según el tiempo que se efectúa. Y la investigación empleará métodos investigativos cualitativos ya que dará a notar las descripciones de cada uno de los porcentajes que arrojaron las respuestas.

Como ya se ha mencionado los participantes o muestra para la investigación serán estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro Extensión Bahía de Caráquez escogidos al azar estos van a ser las personas a las cuales se les va realizar las respectivas encuestas para comprobar si ellos emplean los conectores al momento que vayan a realizar sus textos científicos. El procedimiento a utilizarse será la repartición de algunas encuestas a las personas encargadas para que estas lo realicen, y la utilización de la aplicación "SPSS 21" para hacer la concerniente tabulación y procesamiento de datos de las encuestas empleada.

RESULTADOS

¿Conoce las clases de vicios que puede cometer al redactar una información al no utilizar los conectores lógicos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	28	58,3	58,3	58,3
Válidos no	20	41,7	41,7	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de Universidad Laica Eloy Alfaro Extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes del primer año de turismo.

Análisis: según los resultados obtenidos se logra deducir de que un 58.3% de los encuestados respondieron positivamente que conocen las clases de vicios que puede

cometer al momento de redactar un texto, mientras que un 41.7% respondió que no conoce las clases de vicios que puede utilizar para redactar.

Interpretación: la mayoría de los encuestados dice conocer las clases vicios que puede cometer al momento en que se encuentre redactando un texto científico y una minoría respondió negativamente ante lo que puede cometer al redactar.

¿Usted ha tenido seminarios o talleres de conocimiento sobre los vicios de redacción que se encuentran hoy en día en la redacción de un párrafo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	29	60,4	60,4	60,4
Válidos No	19	39,6	39,6	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de Universidad Laica Eloy Alfaro Extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes del primer año de turismo.

Análisis: los resultados arrojan que un 60.4 de los encuestados dicen haber tenido u obtenido algún tipo de seminario sobre la correcta utilización de los vicios y un 39.6% responde lo contrario.

Interpretación: se logra distinguir que la mayoría respondió positivamente que asistió a un seminario o capacitación a cerca de la correcta utilización de los vicios del lenguaje, mientras que el restante respondió que no ha asistido a este tipo de seminarios.

¿Es importante tener en cuenta en la redacción los conectores lógicos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	40	83,3	83,3	83,3
Válidos No	8	16,7	16,7	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de Universidad Laica Eloy Alfaro Extensión Bahía de Caráquez.

Elaboración: Estudiantes del primer año de turismo.

Análisis: los resultados arrojan que un 83.3% cree que importante tener en cuenta para las redacciones los conectores lógicos y mientras tanto un 16.7% cree lo contrario.

Interpretación: de todos los encuestados la mayoría cree muy necesario tener en cuenta en cuenta los conectores lógicos en el momento de la redacción mientras que el restante cree lo contrario.

DISCUSIÓN.

Esta encuesta tiene como finalidad saber con qué frecuencia las personas suelen utilizar los conectores lógicos al momento de realizar una redacción de índole turística, y es importante saber si los encuestados lo practican cuando redactan textos científicos.

Comprender el uso de palabras redundantes y coloquiales que emplean las personas cuando tratan de componer textos científicos.

CONCLUSIÓN

- Se concluye diciendo que de acuerdo a los resultados obtenidos, hay personas que desconocen lo importante que sería el utilizar respectivamente los conectores lógicos al momento de hacer una redacción de alguna índole.

- Los conectores lógicos turísticos no existen a más de su dialecto técnico, los conectores son para ordenar las ideas y así formar un área de discursos gramaticales, el turista utiliza esta regla al escribir un informe técnico a base de turismo.
- Para cerrar estas conclusiones convendría decir que este tipo de estudios lingüísticos nos ayudaran a comprender la diferencia de expresiones y vicios de lenguajes que intervienen de manera positiva al momento de redactar algún texto, especialmente si este se trata de temas turísticos o dirigido algún miembro invitado a nuestra localidad.

RECOMENDACIÓN

Se cree conveniente hacer algún tipo de capacitación, charla, elaboración de ejercicios didácticos para que las personas que desconocen del tema puedan tener una noción de cuán importante es la utilización de los conectores lógicos tanto en la redacción textos científicos como en lo cotidiano, adaptándolo en cada caso del lenguaje utilizado.

BIBLIOGRAFÍA

- Citrullo, S. (11 de enero de 2017). *Mujeres de empresas*. Obtenido de <http://www.mujeresdeempresa.com/servicio-hotelerol-la-importancia-de-la-atencion-al-invitado/>
- COLLADOS SUÁREZ, L. (2016). 7 consejos para mejorar el servicio hotelero. *revista digital INESEM*, 165. Obtenido de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/consejos-mejorar-servicio-hotelerol/>
- Colombia, U. E. (2017). *Conectores Logicos*. Colombia. Obtenido de <https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/03/3.-Conectores-l%C3%B3gicos..pdf>
- Del Toro Soto, M. (18 de julio de 2011). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelerol/>
- Díaz, G. A. (7 de febrero de 2012). *Clases de Español*. Obtenido de <http://profgadespanol.blogspot.com/2012/02/los-conectores-logicos.html>
- Ejemplos. (2019). *Encyclopedia de Ejemplos*. Obtenido de Fuente: <https://www.ejemplos.co/40-ejemplos-de-conectores-logicos/#ixzz5sAvYJwFx>
- Expertos, G. (16 de abril de 2001). *Gestiopolis.com Expertos*. Obtenido de Gestiopolis.com Expertos: <https://www.gestiopolis.com/que-hizo-joseph-m-juran-por-la-gestion-de-la-calidad/>
- Godoy, S. (23 de octubre de 2016). *Cultura 10*. Obtenido de <https://www.cultura10.com/%C2%BFque-son-los-conectores-logicos-y-que-tipos-hay/>
- LEMES, J. P. (25 de octubre de 2014). *Home Calidad y servicio hotelero*. Obtenido de <https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/calidad-y-servicio-hotelerol/>
- Monsalve Castro, C. (2015). GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA HOTELERÍA. *UEAM Reladyc.org*, 162. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/206/20640430011/>

- na_cs_217. (3 de julio de 2012). *administracion hotelera*. Obtenido de <http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>
- Porto, J. P., & Merino, M. (2008). *Definición* . Obtenido de <https://definicion.de/redaccion/>
- Problemas, E. s. (18 de junio de 2019). *Redaccion de texto*. Obtenido de <https://www.contenidoweb.info/redaccion-de-textos>
- Santomá, R., & Costa, G. (2017). CALIDAD DE SERVICIO EN LA INDUSTRIA HOTELERA:. *ESADE*, 103. Obtenido de <https://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9.pdf>
- Villanueva, I. N. (1 de noviembre de 2010). *Blogspot*. Obtenido de <http://lenguajelenguayhabla.blogspot.com/2010/11/conectores-logicos-8vo.html>

EPISTEMOLOGÍA DE LA ESCUELA RURAL: INTERPRETACIÓN DE LOS NUEVOS PARADIGMAS DE LA EDUCACIÓN RURAL EN EL TURISMO DEL ECUADOR.

AUTORES:

Jailene Dayanara Lema Montaña
e1350190193@live.ulead.edu.ec
María José Vélez García
e0802671131@live.ulead.edu.ec
Moisés Daniel Marín Moreira
e1314776236@live.ulead.edu.ec

TUTOR:

José Leonardo Centeno Martínez, Mg.
Jose.centeno@uleam.edu.ec

RESUMEN

El ruralismo ecuatoriano es sin duda, la fuente de ingresos más grande que tiene el país, en el que se puede producir todos los días del año en todas las provincias que integra el mismo. La convicción del gobierno de Rafael Correa Delgado en que se desarrolle la educación y con ello la tecnología del país, tuvo muchos aciertos que se pueden apreciar sin discusión, pero al agregar al estudiante rural, se lo hizo desde un punto de vista urbano que no ha contribuido en este sector. Por ello se pretende hacer una investigación orientada a interpretar las enseñanzas de las faenas rurales con potencialidades

emprendedoras turísticas, que puedan ejercerse en la escolaridad de la provincia de Manabí. En el marco teórico se estudiará la evidencia de Paulo Freire, muy apropiada a la epistemología del sur, con el objetivo de interpretar los nuevos paradigmas de la educación rural y su aporte en el turismo del Ecuador.

Este trabajo es analítico, investigativo, descriptivo y cualitativo, elaborado a través de estudios bibliográficos, narrativos y documentales, basado en la metodología de Boaventura de Sousa Santos y su impacto socioeconómico en el área rural. El resultado que se espera es un currículo diferenciado del urbano con variables de la naturaleza, el emprendimiento y la sociedad rural.

Palabras clave: Escuela rural, turismo, epistemología del sur, saberes ancestrales.

ABSTRACT

Ecuadorian ruralism is undoubtedly the largest source of income that the country has, which can be produced every day of the year in all the provinces that make up the same. The conviction of the government of Rafael Correa Delgado in the development of education and with it the technology of the country, had many successes that can be seen without discussion, but adding the rural student, it was done from an urban point of view that does not He has contributed in this sector. Therefore, it is intended to conduct research aimed at interpreting the teachings of rural tasks with entrepreneurial tourism potential that can be exercised in schooling in the province of Manabí. In the theoretical framework we will study the evidence of Paulo Freire, very appropriate to the southern epistemology, with the objective of interpreting the new paradigms of rural education and its contribution to tourism in Ecuador.

This work is analytical, investigative, descriptive and qualitative, elaborated through bibliographic, narrative and documentary studies, based on the methodology of Boaventura de Sousa Santos and its socioeconomic impact in rural areas. The result that is expected is a differentiated curriculum from the urban one with variables of nature, entrepreneurship and rural society.

Keywords: Rural school, tourism, southern epistemology, ancestral knowledge, curriculum.

INTRODUCCIÓN

La escuela rural en Ecuador empezó un modelo de enseñanza dictado por la historia de la cultura jesuita, las primeras instituciones fueron financiadas por el clérigo y se posicionaron fuertemente entre las personas que podían pagar una educación, sin embargo, paralelo a esto creció en desventaja la idea del laicismo y el desarrollo de la formación de los ciudadanos ecuatorianos.

Este proceso tomó muchas facetas de desarrollo y aunque en la mayoría de las veces, las técnicas aún persistan en su desarrollo, muchas cosas han pasado en los últimos diez años que han provocado una mejoría en la enseñanza urbana y rural. El presente trabajo destaca aquello que ha beneficiado al educando, pero sin dejar de objetividad las muchas mejoras que aún se pueden lograr a través del turismo rural, incluyendo el rediseño del currículo que lamentablemente aqueja a la ruralidad, un estilo urbano que no es igual ni beneficioso para este grupo poblacional productivo del campo del Ecuador. No podemos solamente proyectar el turismo de sol, playa y arena; si no voltear la mirada hacia otros tipos de turismo rural.

La integración de la UNESCO para mejorar los niveles de educación, viene dándose desde el marco de acción de Dakar del año 2000 que buscaba alcanzar un nivel de conocimientos para todos, conocido como EPT, todo esto, apoyado por los objetivos de desarrollo del milenio (MDG) y la cumbre mundial de desarrollo sustentable, en donde se declaró que una de las aristas principales de desarrollo de los pueblos, era la educación rural, sin embargo no fue hasta que la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) lideró este proyecto, y se vieron los primeros resultados de los esfuerzos por investigar la situación de la educación rural y con ello se consiguieron fuentes de financiamiento para tales propósitos, como el de la Cooperación Italiana para el desarrollo de la educación que invirtió en los estudios realizados en la educación de América latina y el Caribe (Unesco, 2004).

Los estudios de mayor relevancia en cuanto a escuelas rurales en Ecuador se refieren, data del año 2006 con un salto importante en su desarrollo según información del Ministerio de Educación al Diario El Universo (2012) que señala que el 29,6% del presupuesto va a la zona rural del país, donde se ubica el 27,9% (839.909) del total de estudiantes (3'010.427).

Epistemología del sur

De la teoría social portuguesa, Boaventura Sousa Santos y María Paula Meneses se da una crítica de las epistemologías dominantes que se considera que descontextualiza el conocimiento de sus contextos culturales y políticos de los países colonizados. Como alternativa, propone una "epistemología del Sur" que consiste en intervenciones que se relacionan con las "ecologías del conocimiento".

¿Es posible la justicia social global en ausencia de una justicia cognitiva global? Boaventura de Sousa Santos, Profesor de Sociología en la Universidad de Coimbra, distinguido Legal Scholar en la Universidad de Wisconsin-Madison, y prominente activista intelectual del Foro Social Mundial, quiere convencernos de que la respuesta es "no".

- ¿Qué es justicia cognitiva?
- ¿Por qué es tan importante para el logro de la justicia social anti imperial y descolonizadora?

La epistemología del Sur busca responder a estas preguntas mediante una deconstrucción crítica del "paradigma epistemológico occidental" ("epistemologías del norte") y una reconstrucción radical de lo que podría consistir en una epistemología política emancipatoria ("epistemologías del Sur"). Santos (2010) argumenta que los imaginarios políticos occidentales se presentan a sí mismos como captadores del mundo en su totalidad, asumiendo que no hay límites a lo que se conoce, o cómo, por las formas de conocimiento apreciadas por la modernidad europea: ciencia, derecho, economía, historia y filosofía.

Se podría decir que el pensamiento occidental es incapaz de percibir el mundo que él mismo ha creado. Las consecuencias de esta incapacidad para percibir, lo que Santos llama "ceguera", son múltiples y complejas. Lo central es la "injusticia cognitiva", donde existe inequidad entre diferentes formas de conocimiento y diferentes tipos de conocimiento (Santos, 2011).

En su forma más atroz, la injusticia cognitiva implica "epistemicidio": el asesinato o la muerte del conocimiento en relación al turismo, especialmente asociado con la muerte o destrucción de los grupos sociales que lo poseían, entre ellos los conocimientos o saberes ancestrales, que aparecen en las modernas y grandes economías mundiales enmascarados de investigación científica.

La Epistemología nace de la filosofía; sin embargo, la mayoría de los filósofos no se interesan en los estudios turísticos, pues como afirma Comic (1989) es un tema que no tuvo importancia en los estudios turísticos sino hasta la década de 1990. Los filósofos estaban más interesados en las cuestiones prácticas de esta actividad, como la gestión, la planeación y las políticas públicas. (Panosso & Lohmann, 2012)

Señalamos que el turismo no está considerado aun como una ciencia pero sin embargo este aporta al desarrollo sustentable de la sociedad. Una de las causas es el desprestigio de sus fuentes indígenas o nativas de pueblos que practican la sabiduría como parte de la religión.

En el mismo momento en que se deliberaba en las academias del norte sobre la llamada 'crisis de la modernidad' y se perfilaba el "posible fin de la imagen moderna del mundo" es decir, el arribo a la 'posmodernidad, en "Nuestra América" se dibujaban nuevos debates (Espinoza, Gómez, & Ochoa, 2014).

No con esto queremos decir que los occidentales no hacen investigación científica, lo que pasa es que los pueblos del sur y los colonizados no logran entender por qué se debe seguir una corriente europea por ejemplo en el campo curricular, cuando lo que necesita el campesino latinoamericano es otra cosa tal vez similar en el contexto, pero con aperturas diferentes.

Grave tener que decir, que ni los occidentales han logrado sobrellevar un currículo rural enfocado al turismo como una alternativa generadora de un bienestar colectivo, pues aún se ve mucha pobreza en estos países, en donde necesitan que su mano de obra mexicana salte un muro de cuatro metros todos los días para que se aren los campos norteamericanos y encima sean llamados trabajadores ilegales, que supuestamente se les quita el trabajo a un sajón que no tiene ninguna intención de cultivar el suelo y para ellos es mejor declararlo infértil.

La influencia de este concepto es apenas un rasguño en lo que sucede con la educación, en donde los niños ruralistas se aprestan a las modernas actividades de lo urbano, seduciéndolos a que busquen estos favores y en el camino encuentren la delincuencia, la drogadicción y los malos hábitos sociales; esta problemática se puede erradicar motivando a los docentes, incentivar políticas gubernamentales hacia el emprendimiento en el área educativa. La importancia de esto el paisajismo que radica en el sector rural, la gastronomía ancestral, el folclor, la religiosidad de las comunidades. Esto hace que el turista tenga otra perspectiva o manera de visualizar el mundo.

Educación en el ruralismo ecuatoriano enfocado al turismo sustentable

Cuando se relaciona la teoría de lo que se escribe o se dice del aula, vemos que desde ya se margina la concepción distinta del ruralismo y el urbanismo, en donde los estudiantes son actores distintos de la sociedad, y los contenidos académicos no van en función de las licenciaturas, sino más bien a los saberes ancestrales que mantienen a estas comunidades unidas, por ejemplo en el campo rural el aula debe ser un espacio físico de aprendizaje temporario, pues el estudiante sale a los pequeños huertos o espacios a reconocer las verdaderas necesidades de conocimiento que tienen los educandos, con el uso de la pedagogía se aporta a que el niño aprenda y estamos totalmente de acuerdo con Dussel y Caruso (2000) "Si la pedagogía es un saber que ayuda a los docentes a ser "buenos" docentes, entonces conviene

empezar planteándose cómo se define un "buen docente", quién lo define, cómo trabaja, antes de ponernos a pensar reglas, divisiones y formas de transmitir ese saber"(p. 13), entonces ¿Cuáles son esos parámetros para los docentes del área rural? Pues simplemente diferente al de la urbana, pero en aulas también diferenciadas.

El docente que debe ser parte del congruo social y no ajeno a él, es el principal actor, pero está claro que son interdependientes del gobierno, los padres y las autoridades sectoriales. Por un lado, la sociedad del conocimiento que debe estar cerca de los estudiantes rurales que de una u otra forma serán quienes ofrezcan la capacidad productiva que ayudará a la economía del país y el sustento alimentario; mejorando la calidad de vida de las familias en su lugar de origen.

Un cambio educativo no respaldado por el docente, y que no lo incluya, por lo general es para peor o no produce cambio alguno" (Fullan & Hargreaves, 2000). Esto lleva a que, en segundo lugar, que se conduzca a sí mismo o a través y sobre lo base de modelos, pautas y normas definidas por el conductor de estas conducciones: el docente y, por encima de él, el Estado. En los postulados de la pedagogía con respecto al aula, sobre todo con respecto al método, puede observarse cómo se produce un cierto grado de "governabilidad", ese estado que permite que seamos gobernados (Dussel & Caruso, 2000).

El aula se adapta a las necesidades de la comunidad y a la vez a su formación, es decir no es lo mismo desarrollar la educación en un lugar en donde se siembran hortalizas y verduras de otro en donde su entorno es más de la pesca. Por lo que entender de dónde surgen los conocimientos, de qué estrategias y problemas forman parte, qué usos tuvieron y tienen, y qué efectos causaron para el turismo, puede ayudarnos a asumir nuestra tarea como futuros profesionales con una reinención propia de las tradiciones que recibimos, en la que, aunque no volvamos a inventar la pólvora, tampoco seamos clones de otros. (Dussel & Caruso, 2000).

Por ello, de acuerdo con Fullan y Hargreaves (2000) muchos intentos de mejorar la enseñanza se han basado en las teorías psicológicas del aprendizaje, que no tienen muy en cuenta los contextos sociales (en este caso rurales) donde ocurren el aprendizaje y la enseñanza. El precio de ignorar de este modo el contexto de la enseñanza es el idealismo que fracasa en los esfuerzos de mejora, la culpa y la frustración entre docentes que no pueden responder a los estándares que se han fijado, la crítica a los que no logran hacer los cambios que se esperan de ellos, y un salto errático de una moda innovadora a otra.

La tecnología es una variable muy importante en la educación del nuevo milenio, las condiciones para el acceso a ella ahora son más coherentes, en especial por la llegada de la electricidad a todos los recintos rurales del Ecuador, la obra en infraestructura de energía renovable ayudó a que el país quede a la vanguardia en los costos de emisión, por lo que esos centros de estudio deberían de estar exonerados de este pago e impulsar el turismo rural a través de la educación y el fortalecimiento de identidad, crear sus propias realidades y comunicarlas al mundo.

Currículo enfocado en lo rural

En el currículo del aprendizaje rural, considero que la racionalidad de esta definición correspondería a la teoría emancipadora, ya que va correlacionada a la humanización que, según Freire (1970), el objetivo principal de su filosofía educativa estaba buscando un tipo de educación que tuviera dos características.

En primer lugar, debe ser una pedagogía que permita tanto a los estudiantes como a los profesores desarrollar una comprensión críticamente consciente de su relación con el mundo. En segundo lugar, y entrelazado con el primero, debe ser una pedagogía que permita a los estudiantes y profesores convertirse en sujetos conscientes de su contexto y su condición como ser humano (Dussel & Caruso, 2000). El conjunto de estos elementos, permite un análisis general de los diferentes ingredientes que intervienen en el desarrollo del turismo y sus impactos.

De acuerdo con Hernández (Parámetros para el diseño y evaluación del currículo crítico, 2007) el docente es diseñador y negociador del currículo con los alumnos; el alumno es participante activo en la construcción del conocimiento, está comprometido con su aprendizaje, se libera del miedo o de la obediencia ciega a la autoridad del docente. Este currículo le brinda las herramientas para la reflexión y el análisis. Además, según Hamilton, (Orígenes de los términos educativos "clase" y "currículum", 1993) la buena organización se consideraba, sobre todo lo demás, la llave del éxito. Se rechazaban las ideas corporativistas tradicionales. Estos dos autores logran en mí pensar que, aunque se podría ser independentista y definir el currículo como se exprese en la democracia, este deberá ser:

La expresión del proyecto educativo que los integrantes expertos en educación de un país o de una nación que elaboran con el fin de promover el desarrollo y la socialización de las nuevas generaciones y en general de todos sus miembros en todos los ámbitos de la sociedad; en el currículo se plasman en mayor o menor medida las intenciones educativas del país, se señalan las pautas de acción u orientaciones sobre cómo proceder para hacer realidad estas intenciones y comprobar que efectivamente se han alcanzado. Un currículo sólido en turismo rural, bien fundamentado, técnico, coherente y ajustado a las necesidades de aprendizaje de la sociedad de referencia, junto con recursos adecuados a las circunstancias geográficas que aseguren las condiciones mínimas necesarias para el mantenimiento de la continuidad y la coherencia en la concreción de las intenciones educativas que garantizan procesos de enseñanza y aprendizaje de calidad.

Análisis o reflexión teórica. Basado en este análisis cualitativo de la problemática socioeconómica en el turismo rural, se puede reconocer que la actividad de formación del investigador se puede encausar en la emancipación del conocimiento, tal cual lo identifica Boaventura de Souza en la epistemología del sur. En este caso con un enfoque constructivista se cree que se puede defender una teoría en el que el estudiante y el docente, logren fusionar una sinergia en la investigación científica, en donde ambos se sometan al aprendizaje significativo a través de descubrimientos, los cuales pueden terminar en la divulgación a través de la producción científica.

CONCLUSIONES

La escuela urbana es en Ecuador, un ícono de mejora de calidad y de incremento de apoyo social percibido, desde la implicación de la escolaridad y de la satisfacción cognitiva. Tan sólo el hecho de que las escuelas urbanas particulares de menor capacidad estudiantil (hablando del número de estudiantes matriculados), casi que desaparecieron entre los años 2014-2016, pues ya con las mejoras antedichas en los centros de estudio gubernamentales, el padre de familia común recurrió a la escuela pública rural, confiando el mejor aprendizaje de sus hijos. Por ello se puede pensar en que se replique esta acción en la ruralidad del país, por lo que se llega a las siguientes conclusiones:

- La fase inicial estructuralista esta fortalecida en la educación rural, está concebida como la modernidad en la educación del Ecuador, gracias a la ventaja competitiva que ofreció el gobierno ecuatoriano y que podrá ser cofinanciada por la proyección en el ámbito turístico para el sector rural.
- El apoyo pre profesional de universitarios dedicados a las ciencias rurales (agro, ictiología, biología y turismo), que puedan impartir conocimiento en el sector rural, apoyará de gran manera a los estudiantes con apoyo cognitivo de muchos procesos técnicos que podrán incluso en las unidades de educación media, llevar varios procesos de investigación y trabajo práctico en el campo.
- Que el docente viva en las instalaciones de la unidad educativa evita el traslado a los sitios más lejanos y la completa compenetración de su vida con el entorno, por lo general estas personas logran hacer cambios trascendentales en su vida y bien puede darse de los

licenciados en educación que se formaron en la ciudad, pero deseen regresar al campo a transferir conocimientos, sin olvidar la proyección en el área turística.

Bibliografía

- Diario El Universo. (28 de octubre de 2012). *En escuelas rurales, si hay computadoras falta internet*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2012/10/28/1/1447/escuelas-rurales-hay-computadoras-falta-internet.html>
- Dussel, I., & Caruso, N. (2000). *La invención del aula. Una*. Buenos Aires: Santillana.
- Espinoza, Y., Gómez, D., & Ochoa, K. (2014). *Tejiendo de otro modo: Feminismo, epistemología y apuesta descoloniales en Abya Yala*. Cauca: Editorial Universidad del Cauca.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. New York: Continuum Books.
- Fullan, M., & Hargreaves, A. (2000). *La escuela que queremos*. México: Lazlo Moussong.
- Hamilton, D. (1993). Orígenes de los términos educativos "clase" y "currículo". *Revista Iberoamericana de Educación*.
- Hernández, A. (2007). Parámetros para el diseño y evaluación del currículo crítico. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*.
- Panosso, A., & Lohmann, G. (1 de marzo de 2012). *Epistemología del Turismo. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/407832298/Teoria-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF-pdf>
- Santos, B. D. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Montevideo: Trilce.
- Santos, B. D. (2011). *Introducción: Las epistemologías del Sur*. Lisboa: Universidade de Coimbra.
- Unesco. (5 de agosto de 2004). <http://unesco.org>. Obtenido de Seminario "Educación para la población rural (EPR) en América Latina": <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001444/144457s.pdf>

**LA ETNOZOOLOGIA COMO PRODUCTO TURÍSTICO PARA FORTALECER LA
IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO SUCRE, SAN VICENTE, JAMA,
PEDERNALES.**

AUTORES:

Keily Jefferson Zambrano Arteaga
e1313971820@live.ulead.edu.ec
Jeniffer Elizabeth Mendoza Zambrano
e1350145726@live.ulead.edu.ec
María Yessenia Domínguez Loor
e1311412256@live.ulead.edu.ec

TUTORES:

Mgs. Frank Ángel Lemoine Quintero
frank.lemoine@uleam.edu.ec
Lilia Moncerrate Villacís Zambrano, PhD.
Lilia.villacis@uleam.edu.ec
PhD. Graciela Castellanos Pallerols
gcpallerols@gmail.com

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Oriente. Santiago de
Cuba, Cuba

RESUMEN

La etnozología es una ciencia multidisciplinaria cuyo cuerpo metodológico se construye gracias al aporte de los conocimientos de las ciencias naturales y humanas, esta debe ser entendida en un sentido más amplio como el estudio de las distintas áreas que comprenden las relaciones entre el ser humano y los animales, por lo que posee un componente cronológico-histórico, que va desde las primeras, poblaciones de cazadores recolectores hasta las actuales interacciones sociales complejas, donde las relaciones se desarrollan en ambientes rurales y urbanos, e influenciados por componentes geográficos y culturales. Este trabajo busca desarrollar la etnozología como una alternativa de producto turístico dentro del turismo como un aporte de fortalecimiento a la imagen de los destinos turísticos que se encuentran en el campo de estudio en el que se observaría los alcances benéficos que se pretende alcanzar mediante la realización de este trabajo. A los cuales se aportan cuestionarios para trabajo en campos de investigación en base a la experiencia metodológica adquirida. Se discute sobre el uso de estímulos visuales y la necesidad de colectas biológicas. Finalmente se analizan aspectos relacionados al valor relativo de los instrumentos de recolección de datos y su aporte que este proporciona para fortalecer la imagen de estos destinos turísticos.

Palabras claves

Etnozología, producto turístico, destino turístico, circuito turístico

SUMMARY:

Ethnozology is a multidisciplinary science whose methodological body is built thanks to the contribution of knowledge of the natural and human sciences, this must be understood in a broader sense as the study of the different areas that comprise the relationships between the human being and the human beings. Animals, so it has a chronological-historical component, ranging from the first, populations of hunter-gatherers to current complex social interactions, where relationships develop in rural and urban environments, and influenced by geographic and cultural components. This work seeks to develop ethnozology as an alternative tourism product within tourism as a contribution to strengthening the image of tourist destinations that are in the field of study in which the beneficial scope that is intended to be achieved through the realization of this work. To which questionnaires are contributed for work in research fields

based on the acquired methodological experience. The use of visual stimuli and the need for biological collections are discussed. Finally, aspects related to the relative value of the data collection instruments and their contribution that it provides to strengthen the image of these tourist destinations are analyzed.

Keywords: Ethnozoology, tourism product, tourist destination, tourist circuit

INTRODUCCION

La industria turística abarca varios campos para el desarrollo del turismo sostenible dentro de los cuales destacan el ecoturismo como una alternativa de un turismo innovador, la cual busca ser amigable con el planeta, pretendiendo afectarle al mínimo

Cada sociedad se relaciona con su “entorno natural” de una manera singular y desarrolla formas particulares de conocer, manejar, utilizar, visualizar y percibir la naturaleza, buscando nuevas formas de concebir la relación de nuestra especie con el resto del mundo. El ser humano no parece ser esencialmente diferente de muchos otros animales, sino que tan sólo posee un grado de desarrollo que, para nuestros parámetros, resulta superior. En este trabajo se proponemos explorar los diferentes ángulos desde los que se ha observado la relación entre el ser humano y los animales a través de la historia.

En un mundo crecientemente urbano y globalizado, alejado y aislado cada vez más de la naturaleza, las posibilidades para acercarnos y conectarnos con el mundo natural se multiplican y suponen una nueva tendencia en alza. Actualmente existen multitud de ofertas turísticas que tienen como reclamo la interacción con animales salvajes. Es vital aprender cómo son los animales, descubrir su papel en el ecosistema en el que habitan y para el que sido adaptados tras años de evolución. (Animales, 2013)

Los encuentros con los animales es la conexión de reconectarnos con la naturaleza, definimos que somos parte de ella y que compartimos este planeta con otros seres vivos que tienen los mismos derechos, además de aportarnos una comunicación afectiva desde el orden psicológico. La realidad de la coexistencia del hombre con los demás animales en un mismo lugar los sitúa en una disyuntiva: optar o bien por una relación de colaboración o por una de competencia por la comida, o el territorio, o aún la subsistencia. En respuesta a esta realidad, desde los tiempos inmemoriales en que el hombre comenzó a cobrar conciencia de sí mismo y con ello, a sentirse diferente del resto de los seres, su relación con el animal fue más de competencia o de explotación que de cooperación. Esa forma de relacionarse se tradujo en innumerables prácticas, desde la domesticación de animales para consumo a su uso en trabajos pesados, en tanto que tecnología (numerosas guerras se decidieron gracias al rol jugado por los caballos), o su utilización como sirvientes (como es el caso de los perros pastores). (Frandsen G, 2013)

Al respecto de nuestra conducta hacia los animales, no deja de ser menos importante la necesidad de observar a los animales en su hábitat natural, desde el respeto a este entorno y sin interferir en el desarrollo natural de sus comportamientos, de manera que determinadas actitudes y ansias, por parte de los viajeros, pueden tener consecuencias muy graves no solo para los animales, actitudes como la pretensión de acercarnos demasiado a los animales con el objeto de tocarlos, obtener la mejor fotografía sin tener en cuenta a distancia o el intento de ofrecerles comida pueden resultar muy peligrosas y llevar a ataques o a la transmisión de enfermedades. (AnimaNaturalis, 2019)

Hoy en día la interrelación hombre animal se ha convertido en algo indispensables, en la actualidad las personas adoptan a múltiples especies como mascotas quitándole su hábitat y convirtiéndole a formar parte de su convivencia, otros explotan a los animales como medio de transporte y en algunos casos como medio de distracción.

Estudios relacionados a la etnozoología (Martínez M, 2017), otros indican que son disciplinas emergentes, de carácter multidisciplinario y transdisciplinario, que actualmente construyen su

objeto de estudio (Henao C, García D, Aguirre E , González A & Bracho R, 2017). Una de las tareas principales hoy es su elaboración conceptual y método- lógica, al mismo tiempo que analizar sus procesos de desarrollo y reflexionar sobre sus finalidades. (V Congreso Latinoamericano de Etnobiología, 2017). La etnozoología debe ser entendida en sentido amplio como el estudio de las distintas áreas que comprenden las relaciones entre el humanos y los animales, por lo que tiene un componente cronológico-histórico, que va desde las primeras poblaciones de cazadores recolectores hasta las actuales interacciones sociales complejas, donde las relaciones se desarrollan en ambientes rurales y urbanos, e influenciados por componentes geográficos y culturales. (Villamar A, Corona-M E, Alcántara-Salinas G entre otros , 2012). La etnozoología es precisamente el estudio de la relación entre humanos-animales. Inicialmente su enfoque era una simple documentación sobre los animales que los Indígenas en determinada región conocían y utilizaban.

Las culturas que poblaron el Ecuador en siglos anteriores, fueron diversas y vivieron espacios muy diferentes, donde los ecosistemas actuaban de forma determinante en la configuración de cada sociedad.

Los primeros grupos étnicos de nuestro país sufrieron sus modificaciones debido a diferentes conquistas. En sus inicios eran grupos nómadas que se dedicaban principalmente a la cacería. Con el avance de los años aprendieron a usufructuar de las plantas y de los animales, dando así la aparición de la agricultura la que ocasiono la estabilidad y asentamiento de las mismas en un territorio fijo.

En la Región Costa - Jama-Coaque (350 a.C. - 1532 d.C.) según científicos argumentan que esta sociedad ocupó el norte de la actual provincia de Manabí y el sur de la provincia de Esmeraldas, en una área comprendida entre la ensenada de Bahía de Caráquez por el sur, Santo Domingo de los Colorados al interior y el antiguo cabo de San Francisco al norte, ubicado cerca de la ciudad de Esmeraldas. Las investigaciones realizadas en San Isidro parroquia rural del Cantón Sucre alega que el asentamiento más importante de Jama-Coaque, en el valle del río Jama, permitieron reconocer a este sitio como un gran centro ceremonial y administrativo de carácter regional. Su gran tamaño (40 hectáreas), su arquitectura monumental y la alta densidad de sitios satélites, indican la existencia de una sociedad estratificada. (OPINIÓN, 2017)

La Extensión de la Uleam en Bahía de Caráquez ha determinado a través de la vinculación con la sociedad los principales problemas existentes en el cantón que inciden en fortalecer la actividad turística en la zona. Por estas razones docentes investigadores han realizado diferentes estudios investigativo en las áreas de marketing, turismo y hospitalidad con la finalidad de buscar estrategias que fortalezcan el destino turístico Sucre-San Vicente-Jama-Pedernales, por lo que han desarrollado 5 proyectos que contribuyen a una acción de contribución y desarrollo turístico en la zona.

Entre los problema existente se encuentra el nivel de ocupación hotelera por debajo de un 15% lo que denota un turismo muy estacional solo en feriados y poco representativo por turistas internaciones. Otro inconveniente relevante es la falencia de productos turísticos que potencialicen la actividad turística en la zona y que permita desde el orden de atractivo un mayor número de visitantes todo el año.

El objetivo que persigue este estudio es realizar un diagnóstico que demuestre que la existencia de especies de fauna en la zona objeto estudio puede contribuir a desarrollar productos turísticos que se posicionen en un segmento de mercado muy competitivo por razones de recreación o investigativo a nivel nacional o internacional.

MATERIALES Y MÉTODOS

El método utilizado es el método descriptivo que parte de la contextualización por actores e investigadores referente al objeto de la investigación y de la aplicación de un instrumentos de

técnica de observación que permitirán diagnosticar las especie existente a nivel de atractivo en la ciudad de Bahía de Caráquez.

La investigación es de orden cualitativa y cuantitativa que parte desde el estudio del catastro del GAD del cantón y de estudios realizados por estudiantes de la carrera de Turismo, Administración Hotelera y Hospitalidad. Se tomó como referencia los atractivos de que encuentra en la tabla oficial del Mintur Debido a que estos se encuentran actualizado en donde consta la categoría, tipo, subtipo, y jerarquización, se representa en la tabla n°1.

Tabla n°1. Caracterización de atractivos cantón Sucre

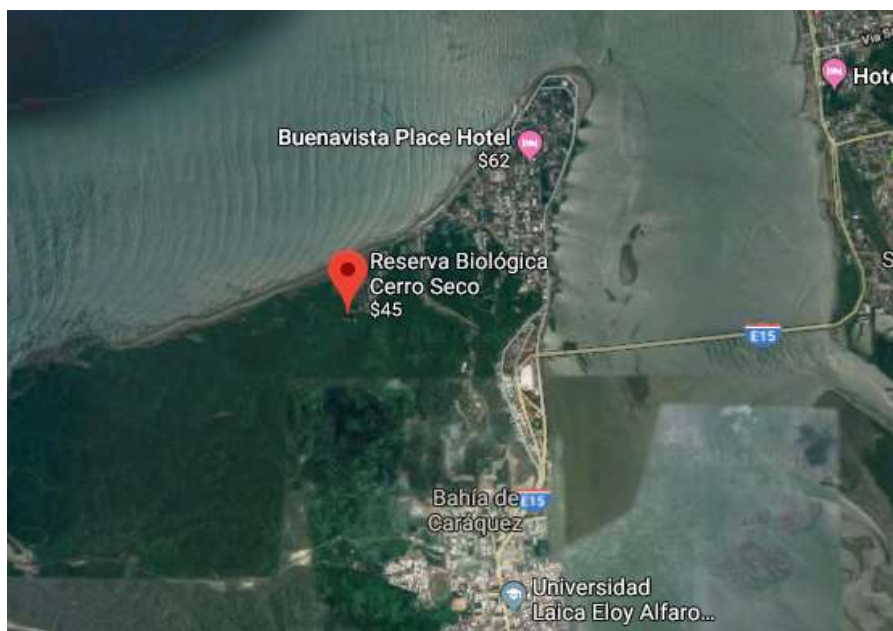
PROVINCIA	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	JERARQUÍA
Manabí	Zoológico Sahinanda	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Zoologico y acuático	II
Manabí	Islã Fragata	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Refugio de vida silvestre	II
Manabí	Playa de Chirije	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playas	II
Manabí	Playa Pajonal	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playas	I
Manabí	Playa La Gorda, la Mesita, La Gringa, Bejuco, Punta bellaca, Playa Bellavista	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Línea de costas o Playas	II
Manabí	Playa de Bahía	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playas	II
Manabí	Playa San Clemente	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playas	II
Manabí	Playa de San Jacinto	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playas	II
Manabí	Estuario del Río Chone	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Estuario	II
Manabí	Reserva ecológica Cerro seco	Sitios Naturales	Bosques	Seco.tropical	II
Manabí	Bosque seco de Chirije	Sitios Naturales	Bosques	Seco.tropical	II
Manabí	Bosque la Gorda	Sitios Naturales	Bosques	Seco.tropical	II
Manabí	Red Bosque privado de la cordillera del Bálsamo	Sitios Naturales	Bosques	Seco.tropical	III
Manabí	Río Grande	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II
Manabí	Montaña Don Douglas	Sitios Naturales	Bosques	Humedo Tropical Occidental	II
Manabí	Valle de Charapoto	Sitios Naturales	Planicies	Valle	II
Manabí	Casacada 9 de Octubre	Sitios Naturales	Ríos	Casacada	II
Manabí	Mirador de Bellavista	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II

Fuente: Ministerio de turismo, 2017

Se realizó un diagnostico a nivel atractivo naturales, donde se tomó como referencia el los atractivos del cantón Sucre tomándolo como referencia y objeto de estudio “Cerró Seco” que

representa una de las reservas ecológicas más representativa de la provincia ubicado en la ciudad de Bahía de Caráquez.

Figura 1: Área de la ubicación “Cerro Seco”.



Fuente: Vista satelital, 2019

El bosque de la reserva es tropical muy seco, deciduo por la sequía con 500 a 1000 milímetros de lluvia por año y dos estaciones muy marcadas, con precipitaciones desde fines de diciembre hasta inicios de abril. Su extensión de más de 40 hectáreas y llega a una altitud que fluctúa entre los 60 m.s.n.m. y los 200 m.s.n.m.

La reserva Biológica Cerro Seco brinda muchas facilidades para la observación de senderos y miradores, los mismos que se mantienen en un buen estado. La Reserva Biológica Cerro seco también ofrece las posibilidades de trabajo voluntario, investigaciones y desarrollos de proyectos comunitarios. Posee una variedad considerable de flora endémica entre ellas dos especies de ceibo, algarrobo, palo santo, guayacán, realillo, muyuyo, Sebastián, bototillo, cascol, moral fino, seca, jaile árbol coca, cactus candelabro, guzmanias, orquídeas, bromelias. (ECOS TRAVEL, 2017)

RESULTADO DEL DIAGNÓSTICO.

El instrumento diseñado a nivel de experto de la Extensión Uleam Bahía de Caráquez está estructurado con un número de 5 ítems que va desde el levantamiento a nivel de atractivo hasta la caracterización a nivel de especies existente.

El atractivo escogido para este diagnóstico fue “Cerro Seco”, reserva ubicada a casi 1 km. de la ciudad de Bahía de Caráquez, al borde del Océano Pacífico, ofrece un maravilloso ecosistema de bosque seco tropical - ecuatorial, con mucha flora endémica y paisajes conjugados con el mar. En registros sobre las especies entre flora y fauna encontraremos ceibos gigantes, algarrobo, palo santo, guayacán, realillo, muyuyo, Sebastián, bototillo, cascol, moral fino, cactus y muchas más. En la Reserva Cerro Seco Se han registrado 72 especies de aves, se estima unas 23 especies de mamíferos, 20 especies de reptiles, 4 especies de anfibios entre otros. (Verdetur S.A)

Según análisis efectuado mediante los resultados arrojado por el software SPSS21.00, referente a la técnica de observación aplicada, la cual consta de 5 ítems para diferentes escalas de medición, con la finalidad de determinar el número de especies que habitan en cerro seco tomando como representativos a los mamíferos de los cuales se consideró una muestra de 23

especie donde los ítems a analizar fueron los siguientes, número de especies, avistamientos, hábitad tal y como se muestra a continuación en los resultados obtenidos en la tablas N°2 a continuación

Tabla n° 1. Número de especies de mamífero
Numero De Especie

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1-50	4	17.4	21.1	21.1
Válidos 101-más	15	65.2	78.9	100.0
Total	19	82.6	100.0	
Perdidos Sistema	4	17.4		
Total	23	100.0		

Fuente: Autores, 2019

Se evidencia que el número de especies más representativo es de más de 100 lo que equivale en un porcentaje al 78.9%, mientras que un 21.1% representa menos de 50 especies, lo que representa un total del 100% del total la muestra equivalente a 23 especímenes considerado en el objeto de estudio. Es notorio observar que un 17.4% resulta ser valores perdidos por el sistemas, debido a que no existe una referencia confiable al respecto por lo que no se emite un criterio valido referente a este resultado.

El siguiente estudio fue relacionado al avistamiento de las especies donde se presentan 4 elementos a tener en cuenta debido a la observación de los mismos, en la tabla 3 se representan de forma explícita.

Tabla n° 2. Avistamiento de especies según objeto de estudio
Avistamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
madrugada	3	13.0	13.0	13.0
en el día	5	21.7	21.7	34.8
Válidos nocturno	5	21.7	21.7	56.5
todo	10	43.5	43.5	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Autores, 2019

Se observó que el avistamiento más representativo es el de todo (lo que incluye tarde, día, madrugada, noche) representado un porcentaje del 43.5%, mientras que el 21.7% representa tanto al día, y la noche, y tan solo un 13% representa la madrugada.

Referente al hábitad de estas especies se validó a través de cuatro elementos con la intención de poder caracterizarlo mejor hasta desde el punto de vista alimentario y poder tomar esta referencia para próximo estudio de fauna y flora, tal como se muestra en la tabla 3.

Tabla n° 3 hábitad de especies según objeto de estudio.

Hábitad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos arbusto	9	39.1	39.1	39.1

terrestre	11	47.8	47.8	87.0
cuevas	3	13.0	13.0	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Autores, 2019

Según el objeto de estudio referente al hábitad se evidencia que el habita de la mayoría de estos viven en el suelo, representado un porcentaje del 47.8%, mientras que un 39.1% habitan en los árboles y un 13% representa el hábitad en cueva.

También se realizó una correlación de cruces de variables mediante el software SPSS21.0 con el propósito de verificar a nivel interpretativo cómo se comporta una variable referente a la otra y poder emitir un criterio a nivel científico que permita poder definir estrategias referente al objeto de estudio de esta investigación donde se aprecia que en la **tabla n° 4**.

Tabla n° 4 realizó una correlación de cruces de variables según objeto de estudio.

Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación típica	N
número de especie	1.7895	.41885	19
Hábitad	1.8696	.96786	23

Fuente: Autores, 2019

Referente a los resultados de las dos variables seleccionadas se pudo observar que referente al número de especies la desviación típica no arrojó buenos resultados debido a los valores perdidos por el sistemas, por lo que la variable de hábitad da mejor resultado de desviación típica esta es muy significativa referente a la otra variable.

El estudio de correlación a las variables permitió demostrar que existe una correlación aceptable entre las dos variables se refiere al grado de parecido o variación conjunta existente entre las mismas. Para poder cuantificar el grado de relación lineal existente entre las dos variables se observa que la atribuye a mejor resultado es la correlación de Pearson, tal y como se muestra en la tabla 6.

Tabla 5.

Tabla 5. Análisis de correlación de variables.

	Correlaciones	numero de especie	habitat
número de especie	Correlación de Pearson	1	.073
	Sig. (bilateral)		.766
	Suma de cuadrados y productos cruzados	3.158	.579
	Covarianza	.175	.032
	N	19	19
	Correlación de Pearson	.073	1
hábitad	Sig. (bilateral)	.766	
	Suma de cuadrados y productos cruzados	.579	20.609

Covarianza	.032	.937
N	19	23

Fuente: Autores, 2019

Tabla 6.

Tabla n° 6 realizó una correlación de cruces de variables según objeto de estudio.

Correlaciones		numero de especie	habitat
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	.217
	numero de especie		.371
	Sig. (bilateral)	.	
	N	19	19
	habitat		1.000
	Sig. (bilateral)	.371	.
	N	19	23

Fuente: Autores, 2019

Se realizó la correlación de habitat con número de especies, se aprecia que el coeficiente de correlación es de 0.217 y el de habitat también, es decir tienen una buena correlación lo cual es positivo en el análisis realizado según la variable tomada como objeto de estudios.

DISCUSIÓN

La caracterización a nivel de atractivo permitió definir que de un total de 30 atractivo en el cantón sucre el 60% están representados por los atractivos de sitios naturales, donde en el estudio solo se determinó escoger la población de atractivo pertinente a la parroquia de Bahía de Caráquez seleccionando 18 atractivos, uno de tipo de manifestación cultural y 8 de índole de sitios naturales. El instrumento aplicado demostró fundamentar la investigación teórica sobre las especies que se encuentran en el atractivo del cantón sucre. La etnozología se toma como una alternativa para fortalecer la actividad turística en el destino Sucre-San Vicente-Jama-Pedernales desde el punto de vista empírico de estudio.

Algunos países latinoamericanos conciben ya la entomología como parte de una actividad para fomentar el turismo, unos de los países pioneros es México que enmarca estudios investigativos sobre las interacciones humanos-animales, donde fundamenta en sus indagaciones que la primera publicación con tintes etnozoológicos aparece en 1791 con Álzate y Ramírez, sin embargo, fue hasta 1889 que se publica el primer texto formal sobre el conocimiento. (Gutiérrez T, Arellano L & Mora, A, 2017)

Estos estudios realizados son representativo debido a que fomentan la investigación en el país sobre esta temática como lo es la etnozología, pero existen otros estudios a nivel de otras especies, que desde su conceptualización integran lo investigativo con lo recreativo, deportivo y turístico conformando un producto turístico y para fortalecer el destino turístico, según, los avances investigativo que se realicen con la finalidad de potenciar un destino y fortalecer su imagen turística. La mejor manera de practicar el aventurismo, u otra actividad similar en el Ecuador es combinarlo con turismo de aventura y exploración, de esta manera existirá la opción de que el turista conocerá y disfrutará mejor de la biodiversidad que posee el país de esta manera se contribuye a un turismo sostenible, ecológico.

CONCLUSIONES.

El destino objeto estudio puede desarrollar diferentes actividades turísticas como circuitos entre otros para fortalecer la actividad económicas de las comunidades existentes con la finalidad de

llevar a estas la cultura de no solo de un turismo sostenible sino en la conservación de estas especies que algunas se encuentran en periodo de extinción.

El estudio ha permitido cumplir objetivo propuesto debido que la etnozoología como ciencia puede convertirse en una actividad turística que puede perfectamente desarrollar metas de turismo ecológico y sustentable en las comunidades rurales del destino.

En las comunidades del destino existen diferentes especies de fauna que pueden desarrollar la actividad turística tanto de índole científica como recreativa y deportiva.

Esta actividad permitirá a colaborar con los gobiernos, instituciones y organizaciones en colaboración con las comunidades a la conservación y reforestación de acuerdo a las especies en las zonas rurales del destino.

BIBLIOGRAFÍA

Animales, T. y. (4 de Abril de 2013). Turismo responsable con los animales. Obtenido de <http://turismo-responsable.com/s5-turismo-y-animales>

AnimaNaturalis. (2019). POR UN TURISMO RESPONSABLE CON LOS ANIMALES. Obtenido de <https://www.animanaturalis.org/p/1606/por-un-turismo-responsable-con-los-animales>

ECOS TRAVEL. (2017). Bahía de Caráquez Ecuador, Reserva Cerro Seco. Obtenido de <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/reserva-cerro-seco-bahiacaraquez.php#datos>

Frandsen G. (2013). El hombre y el resto de los animales. TINKUY n°20, pp.57-58.

Gutiérrez T, Arellano L & Mora, A. (2017). Etnozoología en México: Una revisión al estado del conocimiento. Minerva, PP.52-58.

Henao C, García D, Aguirre E , González A & Bracho R. (2017). Multidisciplinariedad, interdisciplinariedad y transdisciplinariedad en la formación para la investigación en ingeniería. Revista Lasallista de Investigación, ISSN: 1794-4449.Vol. 14 No. 1 , pp.179-197.

Martínez M. (2017). Conceptualización de la transdisciplinariedad. POLIS.ISSN electrónico 0718-6568.

OPINIÓN. (17 de Noviembre de 2017). Culturas que poblaron el Ecuador.

V Congreso Latinoamericano de Etnobiología, I. C. (17-20 de Octubre de 2017). Programa. Obtenido de https://www.flacso.edu.ec/flax15/_upload/etnobiologia/pdfs/PROGRAMA.pdf?

Verdetur S.A. (s.f.). San Playa. Obtenido de <http://www.sanplaya.com/cerro-seco-tour.html>

Villamar A, Corona-M E, Alcántara-Salinas G entre otros . (2012). Historia, Situación Actual y Perspectivas de La Etnozoología en México. Etnobiología,ISSN-e 1665-2703, Vol. 10, N°. 1, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5294460>.

INVESTIGACIÓN DEL MASTODONTE PARA LA CREACIÓN DE UN ATRACTIVO EN SAN VICENTE

AUTORES:

Adriana Carolina Obando Mejía
e1311412546@live.ulead.edu.ec

TUTOR:

Carlos Chica Medranda. Mg. Eds
carlos.chica@uleam.edu.ec

RESUMEN

El propósito de este proyecto de investigación es recopilar toda la información obtenida de lo que fue la investigación y análisis del fósil de Mastodonte, la cual estuvo a cargo de la Escuela Politécnica Nacional de Quito, ya que debido a la escasa gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Vicente, este hallazgo no ha tenido la importancia que requiere como tal; para la adecuación de un lugar, convirtiéndolo en corto, mediano y largo plazo, en un potencial atractivo cultural fundamental para la aspiración de mejora del turismo de este Cantón. El problema científico de la presente investigación es: La deficiente utilización de la investigación del mastodonte por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Vicente, lo cual ha afectado en la creación de un atractivo turístico cultural, siendo su objeto el Mastodonte, basado en el campo del turismo cultural. El objetivo principal es: Viabilizar la utilización de la investigación paleontológica para la creación de un museo in situ del mastodonte, como estímulo para el incremento de turistas en el Cantón San Vicente. La metodología de investigación fue bibliográfica y de campo, es bibliográfica porque las fuentes de información están documentadas y de campo por una encuesta con la aplicación de encuestas, las mismas que fueron usadas para verificar si el mastodonte puede convertirse en un atractivo turístico cultural sostenible y sustentable.

Palabras claves: Mastodonte, atractivo, creación, investigación.

Abstract

The purpose of this research project is to collect all the information obtained from what was the research and analysis of the fossil Mastodon, which was in charge of the National Polytechnic School of Quito, because due to the poor management of the Decentralized Autonomous Government of the San Vicente Canton, this finding has not had the importance that it requires as such; for the adaptation of a place, making it short, medium and long term, in a potential cultural attraction fundamental for the aspiration of improvement of the tourism of this Canton. The scientific problem of the present investigation is: The deficient use of mastodon research by the Autonomous Decentralized Government of the San Vicente Canton, which has affected the creation of a cultural tourist attraction, being the Mastodon object, based on the field of cultural tourism. The main objective is: To make viable the use of paleontological research for the creation of an in situ museum of the mastodon, as a stimulus for the increase of tourists in the San Vicente Canton. The research methodology was bibliographic and field, it is bibliographic because the sources of information are documented

and field by a survey with the application of surveys, which were used to verify if the mastodon can become a sustainable cultural tourism attraction and sustainable.

Keywords: Mastodon, attractive, creation, research

INTRODUCCIÓN.

El fósil que se encuentra en el Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura de la Provincia de Manabí, es un potencial recurso paleontológico nada convencional, que dispone de buenos elementos jerárquicos para convertirse en un atractivo turístico sostenible para el Cantón San Vicente, para beneficio de la ciudadanía que directa e indirectamente dependen de los ingresos económicos por concepto del turismo y con la finalidad de aportar a la problemática del Cantón de las escasas ofertas turísticas que presenta y que lo ha convertido en una ciudad de paso; ya que al momento su producto estrella está dirigido al turismo de sol y playa.

La palabra fósil procede del verbo latino "fodere" (excavar) y originariamente significaba todo lo que había sido excavado o descubierto en el suelo. Hoy en día, por fósiles no sólo entendemos los restos de organismos, sino también los vestigios de la actividad de los animales. Por lo general, los fósiles se encuentran en los yacimientos más antiguos del pasado de la Tierra, habitualmente en rocas sedimentarias, y se componen de las partes duras del animal que sobrevivieron a la descomposición. Así pues, resulta de importancia fundamental para la paleontología mantener una estrecha relación con la geología.

Los fósiles no sólo son documentos biológicos, sino también históricos, de evolución de la vida en la Tierra. Por tanto, por lo que se refiere a la zoología y a la botánica, esto representa una enorme ampliación de lo que conocemos sobre formas de vida, ya que pueden incluirse plantas y animales extinguidos desde hace mucho tiempo. En la actualidad, la paleontología tiene una visión general del desarrollo de vida organizada en el nivel más alto durante casi 600 millones de años. (Mendivil, 2017)

Se puede definir un fósil como los restos de organismos pasados, generalmente de su duro esqueleto, rara vez de sus partes blandas. Pero eso no es todo, los restos de las actividades de los organismos también se consideran fósiles, por lo que debería agregarse a la definición las huellas, los granos de polen, los nidos, entre otros.

El proceso de fosilización es la serie de cambios físicos y químicos que ocurren en un organismo, desde que muere hasta que es descubierto en forma de fósil, formando parte de las rocas. El proceso llamado Permineralización, que permitió la preservación de los huesos de dinosaurios se lleva a cabo de la siguiente manera: Al morir los dinosaurios, sus partes blandas se descomponen o son devoradas por los animales carroñeros. Los dinosaurios herbívoros "Picos de pato" o Ceratópodos (con cuernos en la cara) eran el alimento de los carnívoros, tales como los Albertosaurus, de la Familia de los Tyranosáuridos. (Arteaga, 2015). Una vez finalizada la preparación mecánica los investigadores deben limpiarla más para conseguir dejar completamente limpio el resto paleontológico. Para ello lo primero que hacen es aplicar un químico protector (el B 72) a la parte que está expuesta para evitar el deterioro que les pudieran causar los ácidos. Posteriormente se sumerge la pieza en soluciones químicas específicas y controladas para conseguir eliminar esa pequeña costra de tierra y roca de no más de 5 milímetros. Una vez limpia, los científicos estudian a fondo el material identificando tanto la especie a la que pertenecieron dichos restos, como las distintas partes del mismo, su tamaño, entre otras. Todo este proceso es un laborioso trabajo manual que puede llevar a los científicos de semanas hasta meses o incluso años dependiendo del tamaño de la pieza. Y es además una tarea importantísima en la investigación y la conservación de los restos fósiles. (Javier, 2016). La paleontología pertenece a las ciencias naturales y comparte varios métodos con la biología y la geología. Entre los principales objetos de su estudio se encuentra la reconstrucción de los seres vivos ya extintos, el origen y la evolución de estos, sus relaciones entre ellos y el entorno, las migraciones y cómo fueron los procesos de extinción y la fosilización de los restos. Aunque

la paleontología, una de las ramas de mayor importancia en esta disciplina es la **Taxonomía**. La misma que se encarga de analizar e investigar los procesos mediante los que se formaron estos fósiles. De la misma manera estudian la diagénesis, que trata sobre los sedimentos y su descomposición. Todas estas ramas tienen a la ciencia de la paleoecología, que realiza el estudio de los fósiles que se encuentran a fin de determinar los ecosistemas existentes en las diferentes etapas geológicas. (Acero, 2018)

Los mastodontes.

Los mastodontes (nombre científico *Mammuth*) eran animales pequeños, de adultos medían de 8 a 10 pies de altura y pesaban de 4 a 6 toneladas. Estos animales se alimentaban en los bosques y arboledas, y tenían dientes en forma de conos. (Saunders, 2015). Cuando se habla de mastodontes muchas personas evocan erróneamente los legendarios mamuts, sin embargo, se trata de animales muy diferentes. Varios millones de años antes de que los mamuts aparecieran en la tierra, sus parientes los mastodontes ya se habían asentado en ella. Físicamente son distintos: los mastodontes son más pequeños, con colmillos más reducidos y menos curvados, y su cuerpo es menos jorobado.

También son diferentes sus cráneos y sus molares, ya que no compartían la misma dieta: mientras los mamuts eran pastadores y se habían especializado en gramíneas, los mastodontes eran remontadores y se alimentaban de hojas, ramas de árboles, frutos e hierva. Los proboscídeos gozaron de un gran apogeo en la era Terciaria, especialmente durante el Mioceno, cuando estaban presentes en todo el planeta con la excepción de Australia y la Antártida. Su registro fósil en la Península Ibérica es extraordinariamente abundante y ofrece una muestra muy completa de los períodos Mioceno y Plioceno. (Made, 2012)

Los mastodontes parientes extintos de los elefantes que hoy habitan la tierra, según señala Saunders su alimentación se basaba en matas y hierbas, además comúnmente son confundidos con los mamuts que también vivieron en la última era de hielo en el Mioceno y Plioceno más específicamente, como manifiesta Made los mastodontes son más pequeños que los mamuts habitaron mucho antes que ellos, así mismo saltan más diferencias como sus colmillos, curvatura de su espalda, alimentación y vivían en los bosques de coníferas y otros árboles con pantanos de tierras bajas, y pues un sin número de aspectos fisionómicos que distinguen a una especie de otra.

Fósiles de mastodontes que vivieron en Ecuador

Alrededor de 1920 llegó al Ecuador el Profesor Franz Spillmann para impartir cátedra y organizar el Gabinete de Ciencias Naturales en la Universidad Central del Ecuador. Por ese tiempo la Universidad Central se encontraba ubicada entre las calles García Moreno y Espejo, en el centro histórico de Quito. Spillmann realizó varias publicaciones acerca de los vertebrados fósiles, en especial de las tres localidades más importantes de nuestro país: Quebrada Chalán, Valles de Quito y las tierras impregnadas de brea de la Península de Santa Elena. Entre sus aportes más importantes constan los trabajos realizados con los caballos y mastodontes de la sierra del Ecuador (1931, 1938) y los roedores y aves de la Península de Santa Elena (1941, 1942). Uno de los trabajos más célebres de Franz Spillmann fue el realizado junto a Max Uhle en la excavación del mastodonte de Alangasí, quizá el más completo encontrado en nuestro país, y que se quemó en un incendio en el antiguo edificio de dicha Universidad. En 1922, el Dr. Juan Félix Proaño describió un mastodonte, encontrado en la Quebrada Chalán, cerca de la ciudad de Riobamba, y al que denominó *Mastodon Chimborazi*. (Carrion, 2013)

Medían 3,4 metros de altura y pesaban seis toneladas, el equivalente a un pequeño camión de carga. Sus colmillos tenían 1,50 metros de largo, un pelaje oscuro cubría su cuerpo. Así eran los mastodontes, uno de los animales que habitaron lo que hoy es Ecuador, entre 40 000 y 10 000 años atrás, durante la última gran era del hielo. La mayoría provienen de nueve

yacimientos. Se encuentran en Carchi (Bolívar-San Gabriel), Pichincha (valles orientales de Quito), Chimborazo (quebradas cerca de Punín), Azuay, Loja, Manabí (San Vicente), Santa Elena, Guayas y Napo (Archidona). Aunque no existe un dato exacto sobre el total de restos encontrados en suelo ecuatoriano, el Instituto de Patrimonio Cultural estima que llegan a 70 000. (Gavilanes, 2010)

Carrión señala minuciosamente todos los yacimientos fósiles encontrados en Ecuador y el gran aporte del profesor Spillmann cuando llegó a impartir docencia en Ecuador e hizo varias publicaciones sobre los hallazgos en distintos lugares en Ecuador donde solo se encontraron mastodontes sino también megaterios, caballos, roedores, aves, entre otras, de la misma forma Gavilanes cita el aspecto que habrían tenido los mastodontes que habitaron En Ecuador y hace cuantos millones de años, como también que existen nueve yacimientos encontrados en Ecuador y citando uno de ellos es el encontrado en San Vicente, el único en la provincia de Manabí.

Museo Paleontológico Megaterio Santa Elena

En la provincia de Santa Elena se encuentra ubicado el Museo de corte Paleontológico del Ecuador, presenta una propuesta museística moderna y relevante de la provincia de Santa Elena, que combina lo científico y educativo con la exposición de restos de Megafauna del Pleistoceno Tardío (50.000 a 80.000 a.p.), encontrados en el sector Tanque Loma del Cantón La Libertad, en uno de los yacimientos de fósiles más grande e importante de América del Sur. Una breve introducción histórica del hallazgo, de la época en la que vivieron los animales de la Megafauna (Pleistoceno) y su distribución en el Continente americano. Articulación de un cuarto trasero izquierdo de Mastodonte Juvenil y réplica de Mamut juvenil de 2 metros y medio de altura. Hallazgos de megafauna encontrados en diversos sectores de la Península de Santa Elena (La Libertad, Salinas y Santa Elena. Observación de osamentas, en diversos tamaños de la especie Megaterio. (Lucas, 2015)

Tuve la oportunidad de visitar el museo paleontológico de la Provincia de Santa Elena el mismo que tiene una gran relevancia científica y turística, este se encuentra dentro de la Universidad del mismo nombre, este se encuentra muy bien acondicionado y está abierto al público en general sin ningún costo, el mismo consta de varias exposiciones como del mastodonte en cuestión, una réplica de un mamut simbólico y de distracción para los más pequeños, un megaterio u oso perezoso gigante el cual tiene toda la osamenta completa, información que respecta a los años que habitaron estos animales y como fue el hallazgo de los fósiles.

MATERIALES Y METODOS

En este artículo se da a conocer un nuevo registro de mastodonte de la especie *Stegomastodon Waringi* en la localidad de La Unión, cantón San Vicente, provincia de Manabí, realizado entre los meses de noviembre del 2009 y enero del 2010. El lugar del hallazgo se encuentra a 34 msnm, en el lecho del río Briceño que desemboca en el océano Pacífico. El lugar del hallazgo estuvo a 11 m de profundidad desde la superficie del terreno, muy cerca del nivel freático. Se utilizó la técnica de poliuretano expandible para facilitar el transporte de las piezas al sitio en el que se llevó a cabo la limpieza, restauración e identificación del material fósil en la localidad de San Vicente. Entre las piezas registradas se encuentran: la mandíbula con los terceros molares (m3), la rótula, el húmero, una tibia, una escápula, fragmentos de costillas y huesos cortos que no han podido ser identificados por el mal estado de conservación de las piezas. Las piezas del mastodonte se encuentran custodiadas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, oficina regional de Manabí, en la ciudad de Portoviejo.

Las campañas de campo se realizaron entre los meses de noviembre del 2009 y enero del 2010; se trazaron varios cuadrantes que permitieron tomar una mejor referencia del hallazgo. El nivel fosilífero estaba en contacto con el nivel freático, es decir, con la capa

portadora de agua subterránea, lo que mantenía a los restos fósiles con abundante humedad. (Carrion J. L., 2012)

Para el presente trabajo de investigación se utilizaran los métodos cuantitativos y cualitativos donde se realizara una encuesta que se realizara a 67 habitantes según nivel de confianza al 90% de 22025 habitantes según cálculos estadísticos por expertos en el Cantón San Vicente a través de una encuesta.

Carrión relata que el hallazgo se dio en el Sitio la Unión perteneciente al Cantón San Vicente, en el cual se encontraron 7 partes de osamenta del mastodonte de la especie *Stegomastodon Waringi*, el mismo se encontró a 34 msnm cuando el dueño de la propiedad el Sr. Galo Rivadeneira se encontraba haciendo excavaciones para hacer pozos de agua, cuenta que él se percató que había algo duro y que no era una piedra, siguió escavando con más cautela y allí pudo darse cuenta huesos grandes, en pensó que eran de luego de los la Escuela Nacional de Quito que era de un cual solo se debido a que arrastrado por Actualmente se instituto nacional cultura en la Portoviejo, hasta Vicente muestre las condiciones para la exposición y conservación del mismo.



de que trataban de un principio se dinosaurio pero ya estudios a cargo de Politécnica dio como resultado Mastodonte, del encontraron partes habría sido corrientes de agua. encuentra en el de patrimonio y ciudad de que el Cantón San

RESULTADOS

Grafico No. 1

¿Cree usted que es factible la creación de un museo o centro de interpretación como atractivo turístico para la exposición del fósil?

Estudiante: Adriana Carolina Obando Mejía

Elaboración: Propia

Como resultado el 100% el 30% afirma que es esta totalmente de acuerdo con la creación de un museo o centro de interpretación como atractivo turístico para la exposición del fósil, el 24% esta medianamente de acuerdo el 8% es neutral y por último el 5% está totalmente en desacuerdo que es factible la creación de un museo o centro de interpretación como atractivo turístico para la exposición de fósil. De acuerdo con los resultados obtenidos se logra deducir que la mayor parte de los encuestados están de acuerdo que se realice el museo para turístico para la exposición del fósil.

Grafico No. 2

¿Conoce usted acerca de la historia y periodo que vivió este mamífero extinto?

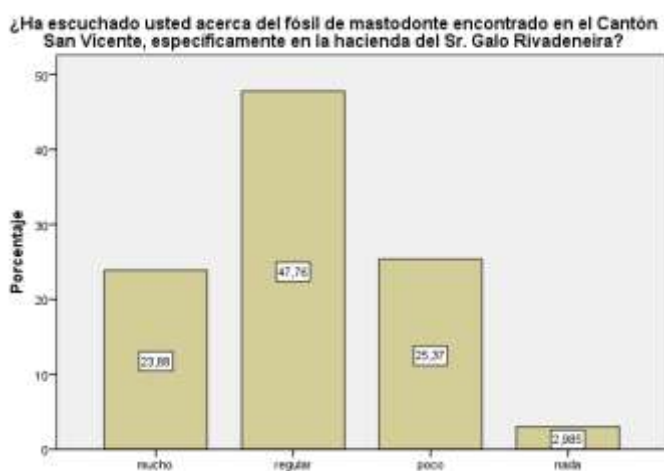
Estudiante: Adriana Carolina Obando Mejía

Elaboración: Propia

Como resultado el 2.98% como mucho conocen acerca de la historia y periodo que vivió este mamífero extinto, el 43,28% dio como regular en el conocimiento de la historia por otro lado el 35,82% conocen poco sobre la historia y por último el 17,91% no conoce nada sobre la historia y periodo que vivió este mamífero extinto. De acuerdo con los resultados obtenidos se logra deducir que el mayor porcentaje que es 43,28 % no conoce mucho sobre la historia periodo que vivió este mamífero extinto.

Grafico No. 3

¿Ha escuchado acerca de los fósiles de mastodontes encontrados en el cantón San Vicente, específicamente en la hacienda del Sr. Galo Rivadeneira?



Estudiante:

Obando Mejía

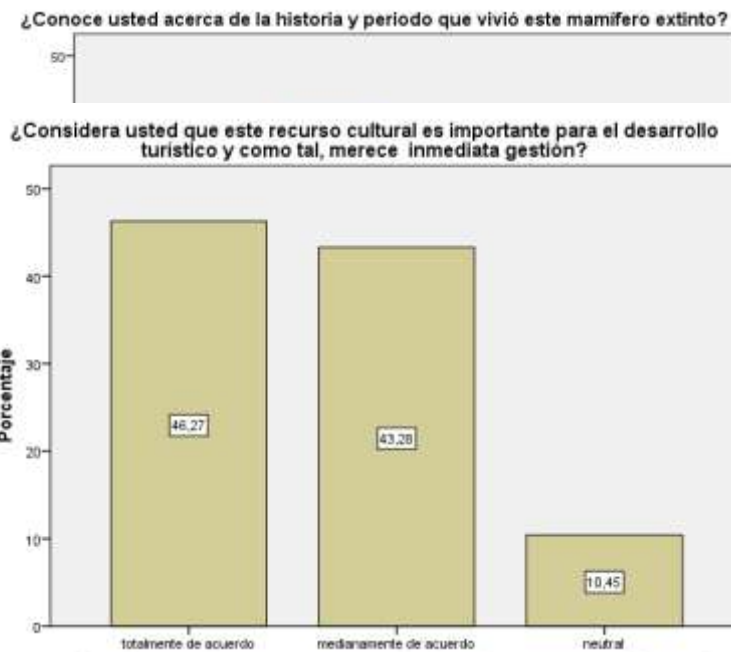
Elaboración: Propia

Como resultado el 23.88% han escuchado mucho acerca del fósil mastodonte encontrado en el cantón san Vicente, el 47,76% como resultado dio regular, el 25,37% pocos han escuchado acerca de los fósiles encontrados y por último el 2,985% desconocen totalmente los fósiles de mastodontes encontrados en el cantón San Vicente, específicamente en la hacienda del Sr. Galo Rivadeneira. De acuerdo con los resultados obtenidos se logra deducir que el mayor porcentaje que es 47,76% conocen regularmente acerca de los fósiles de mastodontes encontrados en el cantón San Vicente, específicamente en la hacienda del Sr. Galo Rivadeneira.

Adriana Carolina

Grafico No. 4

¿Le gustaría acerca de este prehistórico exposición



conocer más animal en una tipo museo?

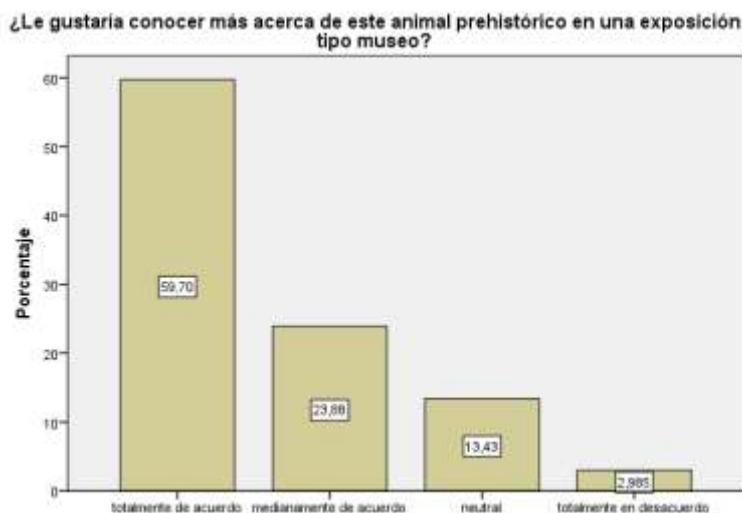
Estudiante: Adriana Carolina Obando Mejía

Elaboración: Propia

Como resultado el 46,27% están totalmente de acuerdo que este recurso cultural es importante para el desarrollo turístico, el 43,28% de los encuestados están medianamente de acuerdo y por último 10,45% es neutral en su respuesta. Según los resultados obtenidos se logran deducir en su mayoría de los encuestados el 46,27 están totalmente de acuerdo que este recurso cultural es importante para el desarrollo turístico como tal, merece inmediata gestión.

Grafico No. 5

¿Considera usted que este recurso cultural es importante para el desarrollo turístico como tal, merece inmediata gestión?



Estudiante:

Carolina Obando Mejía

Elaboración: Propia

Como resultado el 59,70% están totalmente de acuerdo conocer más acerca de este animal prehistórico en una exposición tipo museo, el 23,88% están medianamente de acuerdo conocer acerca de este animal, por otro lado el 13,43% son neutral al conocer sobre el tema y por último el 2,985% están totalmente en desacuerdo al querer conocer más acerca de este animal prehistórico en una exposición tipo museo. De acuerdo con los resultados obtenidos se logra deducir en su mayoría de los encuestados el 59,70 están totalmente de acuerdo que les gustaría conocer más acerca de este animal prehistórico en una exposición tipo museo.

DISCUSIÓN.

Se trabajó sobre muestra representativa de 67 habitantes según nivel de confianza al 90% de 22025 habitantes según cálculos estadísticos por expertos en el Cantón San Vicente fuente (INEC 2010), a través de una encuesta. (Ver Gráfico). A través de la información obtenida mediante la entrevista y la encuesta se pueden evidenciar las carencias de información y difusión del mastodonte hallado en la hacienda del Sr. Galo Rivadeneira, la población se encuentra en total desconocimiento sobre el mastodonte, hallazgo que se dio hace más de diez años, el hallazgo de tan importante resto fósil pone a prueba la gestión que el GAD de San Vicente logre en el corto tiempo de la creación de un producto turístico cultural de grandes dimensiones, pues para esto se requiere de un lugar idóneo para la implementación de la osamenta, acompañado de un gran proyecto arquitectónico con un atractivo importante para este cantón, el Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura de la Provincia de Manabí está dispuesto a devolver al fósil para su correcta exposición con fines turísticos, investigativos y educativos. Al momento la realidad es que el Municipio de San Vicente se muestra interesado

Adriana

por potencializar y este proyecto de un museo para el mastodonte y demás vestigios arqueológicos e históricos, hasta el momento de la investigación existe un proyecto realizado conjuntamente con una organización llamada Coopera interesada en desarrollar el atractivo, pero la falta de gestión y compromiso de las partes interesadas, el mismo se encuentra lejos de ejecutarse.

CONCLUSIONES

- El mastodonte es un animal extinto de la era glacial, específicamente del pleistoceno que habitó hace más de 10000 años, cuyos hallazgos en Ecuador han sido tres en diferentes provincias Carchi, Santa Elena y Manabí.
- El fósil encontrado en San Vicente en la hacienda Galo Rivadeneira representa un importante recurso cultural y turístico en beneficio de la población y de la provincia.
- El desconocimiento sobre el hallazgo del mastodonte que ocurrió hace más de diez años es total para la gran mayoría de la población de San Vicente, donde sus habitantes no saben de su existencia debido a que nunca hubo una difusión local acerca del fósil y la importancia que este tiene para el turismo.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Vicente tiene un proyecto que involucra al Mastodonte, pero al no darle seguimiento y gestión el mismo se encuentra paralizado.
- Los restos fósiles del mastodonte, encontrados en la hacienda del Sr. Galo Rivadeneira son parte del patrimonio cultural de San Vicente, mediante la cual se puede diferenciar el Cantón de otros al ofrecer una tipología paleontológica potencial a los turistas, diferente a la ya acostumbrada de sol y playa.

RECOMENDACIONES

- Es necesario cultivar nuestro conocimiento para ello hay que conocer sobre formas de vida silvestre o animal, ya que pueden incluirse plantas y animales extinguidos desde hace mucho tiempo.
- Crear el interés a los ciudadanos a investigar indagar y conocer sobre el tema de investigación
- Motivar a la ciudadanía de manera que aporten positivamente para la creación de un museo o centro de interpretación como atractivo turístico para la exposición del fósil

Referencias

- Acero, J. C. (26 de 05 de 2018). *Okdiario*. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/2018/05/26/sabes-que-paleontologia-te-lo-contamos-2337471>
- Arteaga. (2015). *Biblioweb*. Obtenido de http://biblioweb.tic.unam.mx/libros/playas/html/sec_4.html
- Carrion, J. L. (2012). Nuevo registro de un mastodonte (stegomastodon waringi) San Vicente, provincia de Manabi - Ecuador. *Revista politecnica*, 8.
- Carrion, J. L. (05 de 07 de 2013). *Proyecto Ecuador Fossil*. Obtenido de <http://proyectoecuadorfossil.blogspot.com/>
- Gavilanes, P. (18 de 07 de 2010). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/megabestias-reinaron-ecuador.html>

- Javier, F. (2016). Muy interesante. 1-6. Obtenido de <https://www.muyinteresante.es/ciencia/articulo/paleontologia-asi-se-extraen-y-limpian-los-fosiles-931440396060>
- Lucas, A. L. (2015). *Goraymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/libertad/museo-paleontologico-megaterio-a9lfa8h1>
- Made, M. V. (01 de 10 de 2012). *La ciencia es noticia*. Obtenido de <https://www.agenciasinc.es/Noticias/Los-mastodontes-fueron-muy-abundantes-en-la-Peninsula-Iberica>
- Mendivil, J. (2017). *Pasapues*. Obtenido de <http://www.pasapues.es/naturalezadearagon/geologia/fosiles.php>
- Saunders, R. G. (2015). *Extension de la Universidad de Illinois*. Obtenido de http://extension.illinois.edu/animals_sp/teeth.cfm

**LA INVESTIGACIÓN BIOGRÁFICA-NARRATIVA: HISTORIA DE VIDA
CARACTERÍSTICAS PSICOSOCIALES DE LOS SUJETOS QUE PARTICIPAN
DEL ACTO EDUCATIVO**

AUTORES

Mirabá Zambrano María Victoria
victoriamirabazambrano270599@hotmail.com
Murillo Paz Brigitte Estefanía
e1314967686@live.ulead.edu.ec

TUTORES

Orley Benedicto Reyes Meza
orley.reyes@uleam.edu.ec
Francisca Margarita Ávila Rosales
margarita.avila@uleam.edu.ec

RESUMEN

La investigación se basó en la aproximación diagnóstica de tensiones en el aprendizaje que presentan grupos específicos de estudiantes, relacionados con contextos de socialización en sus dimensiones familiares y educativa. Y tuvo como objetivo principal, describir características psicosociales de los sujetos que participan del acto educativo, estudio de caso; diseñado en el Proyecto integrador del nivel II, que nace de los diferentes momentos de la vida escolar y familiar, problemáticas que caracterizan al sujeto que aprende dentro de sus contextos de convivencias en su desarrollo social, afectivo y cognitivo. La población en referencia fueron los estudiantes del primero de bachillerato de la Unidad Educativa 5 de Mayo, teniendo como muestra el caso de tres estudiantes de este nivel. Todo esto se realizó a través del método biográfico-narrativo con enfoque cualitativo, mediante el uso de tres tipos de herramienta como son: la de observación; ficha de observación, conversación; entrevista a profundidad y revisión de documentos; ficha de cotejo. Concluyendo que los contextos en el que se desarrolle el sujeto-objeto de estudio influyen de forma directa en su proceso de crecimiento y formación, y a la vez es el detonante para los resultados que se obtengan día a día, en la personalidad y en la conducta en cualquiera de los espacios en los que el individuo interactúe con sus semejantes, tomando en cuenta que los tres contextos se encuentran vinculados directamente, y es de vital importancia mantener un equilibrio en este trinomio social.

Palabras claves: características psicosociales, contexto familiar, escolar, acto educativo.

SUMMARY

The research was based on the diagnostic approach of tensions in learning presented by specific groups of students, related to contexts of socialization in their family and educational dimensions. And its main objective was to describe psychosocial characteristics of the subjects participating in the educational act, case study; designed in the integrating Project of level II, which arises from the different moments of school and family life, problems that characterize the subject who learns within their contexts of coexistence in their social, affective and cognitive development. The population in reference were the students of the first high school of the Educational Unit 5 de Mayo, having as sample the case of three students of this level. All this was done through the biographical-narrative method with qualitative approach, through the use of three types of tools such as: observation; observation sheet, conversation; In-depth interview and document review; Checking sheet. Concluding that the contexts in which the subject-object of study is developed have a direct influence on the process of growth and formation, and at the same time it is the trigger for the results obtained day by day, in the

personality and in the behavior in any of the spaces in which the individual interacts with their peers, taking into account that the three contexts are directly linked, and it is vitally important to maintain a balance in this social trinomial

Keywords: psychosocial characteristics, family context, school, educational ac
Apoyo a la Investigación del Instituto de Fomento al Talento Humano (IFTH)

INTRODUCCIÓN

La investigación se basó en la aproximación diagnóstica de tensiones en el aprendizaje que presentan grupos específicos de estudiantes, relacionados con contextos de socialización en sus dimensiones familiares y educativa. Y tuvo como objetivo principal, describir características psicosociales de los sujetos que participan del acto educativo, estudio de caso que se justifica en el Proyecto integrador de saberes del nivel II, Pedagogía de los Idiomas Nacionales y extranjeros, además por que los estudiantes desde su proceso instruccional en la universidad conozcan cuales son las características psicosociales que los distinguen y adquieran experiencias del sujeto estudiante en sus condiciones escolares en el aprendizaje y opten desde ahora estrategias de educabilidad para cuando sean Docentes.

La relevancia del estudio, está dada porque atiende desde la escolaridad a estudiantes con características psicosociales relevantes que lo destacan de sus compañeros, resultados que posibilita para aplicarlos con estudiantes de bajo nivel de conocimientos. Así mismo adquiere notabilidad por trabajar historias de vida de sujetos en el ámbito escolar y por utilizar el método biográfico para estudio de esta naturaleza, muy importante en estos casos y comprender aspectos cognitivos que permite dar significados a las acciones de los sujetos en el aprendizaje, el método permite al investigador leer, en el sentido de interpretar los hechos y acciones de las historias que los profesores narran (Bolívar, et al. 2001).

Diseño teórico

Historia de Vida

“Historia de vida es el eco del pasado y la ventana del futuro” (Catuska Álvarez, 2010). Realizar una historia de vida es poder transmitir las experiencias, logros, acontecimientos que rodean al sujeto de estudio en la actualidad, que estuvieron presentes en el pasado, y posiblemente sean la respuesta del futuro. Según (Miguel, 2013) una “Historia de vida, es una forma de seleccionar y ordenar los hechos pasados, permite investigar en los sentimientos, emociones e intenciones de las personas, analizar qué causas han ido configurando el presente y explicar a través de ello el sistema social en el que se vive; se recrea el pasado en el momento presente”. Ambos autores afirman que la verdadera función que cumple una historia de vida es la reconstrucción de los hechos pasados, y uno de ellos aumenta el hecho de que en función de esto se tiene un futuro con los mismos patrones. Pero, las experiencias pasadas y las que se viven en el presente, no aseguran lo que sucederá en un futuro, los seres humanos se mantienen en constantes cambios y por tanto somos adaptables, y vulnerables a situaciones que cambiarían el rumbo de ese futuro que aparentemente era seguro.

La historia de vida es estudiada a través del método biográfico que pertenece a la metodología cualitativa. El método biográfico según (Universitat de València, 2017) es “una metodología de investigación cualitativa, que integra los relatos de toda una vida o de determinadas etapas o acontecimientos biográficos de relevancia de la persona estudiada”. Es decir, hace referencia a una investigación subjetiva-objetiva basada en el estudio del comportamiento con el fin de generar posibles interpretaciones.

“La investigación biográfica es esencialmente una descripción fenomenológica que exige de cuatro habilidades en el investigador: observar, escuchar, comparar y escribir” (EcuRed, 2018). El sujeto de estudio debe desarrollar estas cuatro habilidades con el fin de obtener un resultado válido. Esta metodología cualitativa utiliza técnicas de investigación con enfoque cualitativo-

narrativo, al hablar de técnicas, se hace referencia a los diferentes instrumentos que se utilizan para realizar la investigación de la historia de vida de una persona.

Según (Técnicas de Investigación Social, 2008) estas técnicas se dividen en tres grupos que son: Técnicas basadas en la documentación (- Autobiografías- Diarios y anotaciones diversas (agendas, memorias)- Cartas- Documentos expresivos), técnicas basadas en la conversación (Biografías- Historias de vida- Relatos de vida) y Técnicas basadas en la observación (observación del contexto del sujeto o del grupo). Es decir, los instrumentos aplicados en la historia de vida, serán técnicas de investigación que penetren desde los primeros días de vida del sujeto de estudio, y por qué no desde la concepción.

(Mayra, 2012) cita a Mckerman, 1999 quien dice que las historias de vida son de tres tipos completas, temáticas y editadas: Completas: son aquellas que se basan en el estudio completo de toda la vida del sujeto de estudio, temáticas: son historias de vida que pueden tener semejanzas a las completas, pero se ven más enfocadas en un solo tema y editadas: es cuando se toma una historia de vida, y se la edita, agregando comentarios que no pertenecen al sujeto de estudio. Por su lado, Huberman, Thompson y Weiland (2000) llama a la biografía una forma de investigación, en la que, para dar solución a un problema.

Características psicosociales del sujeto en el contexto familiar, escolar y comunitario.

La familia es la primera escuela de un niño, esto se basa en los resultados que generan las investigaciones, acerca de que el mayor aprendizaje se adquiere en la etapa temprana. (MacCourtney, 2018) Hace referencia a la manifestación de Piaget quien dice que “el 75% de la maduración del sistema nervioso está programado genéticamente mientras que el 25% restante depende de la experiencia”, Esta cumple el papel más importante en cuanto a la formación de un individuo. Se puede llegar a la conclusión de que el comportamiento de una persona en la sociedad, es el reflejo de la crianza dentro de su hogar. Según (CELEP, 1998) “la familia influye, desde muy temprano en el desarrollo social, físico, intelectual y moral de su descendencia, todo lo cual se produce sobre una base emocional muy fuerte”. El ser humano sufre cambios, a medida que pasa el tiempo y se llega a la adolescencia media da el cambio más radical en el contexto familiar, “en este período es el distanciamiento afectivo de la familia y el acercamiento al grupo de pares. Ello implica una profunda reorientación en las relaciones interpersonales, que tiene consecuencias no solo para el adolescente sino también para sus padres” (Gaete, 2015). Si la formación familiar fue armónica y exitosa en la siguiente etapa “la comunicación se facilita porque existe la influencia familiar y de los pares en la toma de decisiones” (Shereen & Mónica Valdivieso, 2013).

La escuela es la segunda parte encargada de la formación del individuo, que no solo se encarga del factor profesional, sino también de la formación de un ciudadano respetuoso de las normas impuestas por la sociedad. (Flórez Romero, 2006) “El aprendizaje escolar conlleva, entre otros, un proceso social de construcción de conocimientos por parte de profesores y estudiantes”. Hablar de escuela, es sinónimo de preparación y formación que se brinda por medio de diversos métodos, que sean capaces de llegar a distintos mundos de la misma forma. El comportamiento del sujeto en el contexto escolar también evoluciona de acuerdo a etapas. En la etapa de la adolescencia temprana “la toma de decisiones empieza a involucrar habilidades más complejas, que son esenciales para la creatividad y el rendimiento académico de un nivel superior” (Gaete, 2015). En la siguiente fase el sujeto utiliza más el razonamiento, “aumentan significativamente las demandas y expectativas académicas. Se espera que durante este período el joven obtenga logros académicos y se prepare para el futuro” (Gaete, 2015). Finalmente, “en la adolescencia tardía existe un pensamiento abstracto firmemente establecido. Si las experiencias educativas han sido adecuadas, se alcanza el pensamiento hipotético-deductivo propio del adulto” (Gaete, 2015).

La sociedad es un factor relevante en el aprendizaje del sujeto, los cambios y nuevas conductas que impone a través de los años, causan que existan nuevas generaciones con características psicosociales distintas a la de algunos años atrás. “Estas transformaciones tienen asidero en la globalización de la información, que posiciona los diferentes contenidos y conocimientos como un insumo que está al alcance de todos” (Ríos, 2015). La tecnologización de las nuevas generaciones, ha llegado a adentrarse en el mundo educativo, con varios propósitos positivos, pero que con el pasar del tiempo y la falta de control autónomo y colectivo, ha logrado convertirse en problemática. Las características psicosociales del sujeto que aprende también sufren cambios de acuerdo a las fases que viven. “La capacidad de pensamiento es totalmente concreta, no perciben las implicaciones futuras de sus actos y decisiones presentes” (J.J. Casas Rivero, s.f.). El adolescente se encuentra vulnerable a los trastornos y vicios que se pueden acoger con la necesidad que estos tienen de sentirse mayores e independientes. Según (Martínez, 2018) “en la segunda etapa hay una preocupación psicológica especial, que se manifiesta en la búsqueda de vínculos afectivos y en la aceptación del grupo de pares”. En la tercera etapa “la comunicación se facilita porque existe la influencia familiar y de los pares en la toma de decisiones” (Shereen & Mónica Valdivieso, 2013). Un adolescente preparado para implementarse con una personalidad más estable en la sociedad.

El sujeto que aprende en el contexto familiar, escolar y social

El contexto familiar es el principal educador, estando como pilar desde los primeros años de vida del sujeto. La familia, en específico los padres se convierte en guías del adolescente, aunque en esta etapa su relación puede o no ser estrecha y armónica. “Los conocimientos aprendidos de sus padres y madres, y demás personas de su núcleo familiar, serán los modelos que necesitará la persona para fortalecer su identidad y las habilidades básicas de comunicación y relación con la sociedad”. (RPP, 2014). Cuando se está en la etapa de la adolescente, por ejemplo, la presencia de la familia, es decisiva. “El adolescente vive la interacción con su entorno social, aquí la familia cumple un rol de modulador, permitiendo con ello que el impacto de los factores culturales, como por ejemplo la moda o socioeconómicos, no perturben su desarrollo evolutivo” (Sanchez Lengua, 2016).

El contexto escolar es el segundo entorno más importante de un adolescente. El adolescente desde su niñez se integra al sistema educativo, logrando vivir en él no solo transmisión de conocimientos, sino, además, un sinnúmero de experiencias sociales y de aprendizaje humano. “El tiempo escolar es la tercera parte del tiempo del adolescente (un tercio para descansar, un tercio para el ocio y un tercio en la escuela). La importancia no radica en el tiempo, que es mucho, sino en los importantes factores de socialización que allí suceden” (Rodríguez Moliner, 2017). El contexto escolar del sujeto que aprende, ha tenido diversos cambios con el pasar del tiempo, ha surgido la llegada de la globalización y con ella la implementación de las TIC’s. “Para nadie es novedad que el sujeto que aprende, en el contexto escolar, ha incorporado a temprana edad las TIC’s como recurso de comunicación y extensión de sus sentidos sensoriales y cognitivos”, refiere (Palacios, 2012) quien cita a MacLuhan.

El sujeto que aprende, se ve afectado a gran medida por el entorno social que frecuenta, la adquisición de conductas, las nuevas modas y situaciones diversas que se encuentran día a día asechando al grupo vulnerable de la adolescencia. (CESOLAA, 2017) Refiere que las principales características sociales que afectan al sujeto que aprende son: cambios en los patrones de la vida familiar, cambios en los patrones sociales. Cada una de ellas ha ido evolucionando y cambiando de forma drástica. (FEANDALUCIA, 2009) “En el sentido de considerar el aprendizaje como un proceso de reconstrucción del conocimiento producido por la interacción entre la experiencia personal del alumno y su contexto social”. Es decir, el estudiante depende del contexto social en gran dimensión.

Desarrollo social del sujeto en el contexto familiar, escolar y comunitario.

(López, 2011) Quien hace referencia a ROUSSEAU dice “Comiencen por estudiar mejor a sus alumnos ya que no los conocen”. Es decir, para poder lograr un verdadero aprendizaje es necesario reconocer distintas características del sujeto, como su estilo de aprendizaje y el desarrollo que tiene en los diversos contextos y como estos le afectan.

Un factor determinante en el desarrollo social de los niños y las niñas es la familia, les permite que consigan las cualidades primarias de subjetividad que lo diferencian como seres sociales y pertenecientes a un determinado régimen social. “La familia es una unidad activa, flexible y creadora, es una institución que resiste y actúa cuando lo considera necesario, es una red de relaciones vividas.” (Valencia, 23 – Junio de 2012). Es decir, la familia cumple la función de educar, entonces “una función relevante que debe cumplir la familia, es la educativa, porque el núcleo familiar es el primer medio de formación para sus miembros, y propicia la adquisición de conceptos, valores, actitudes y destrezas” (Zuñiga, 2018). La importancia del apoyo familiar en el proceso de integración educativa es importante ya que puede contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación.

Es así que, por tanto, la familia abre camino a la escuela, mediante sus enseñanzas logra que el sujeto de aprendizaje se vincule en la institución educativa de la mejor manera. “La comunidad escolar encuentre un sentido a lo escolar, las actividades de aprendizaje deben formar parte de las actividades sociales del alumnado y del entorno” (Andalucía, 5 de noviembre 2009). Si el sujeto se desarrolla armónicamente en el contexto escolar, tendrá buenos asentamientos para implementarse en la sociedad. Como afirma (DELVAL, 2006) “La escuela no puede llegar a cumplir su misión educativa sin problematizar sobre el contexto social que la rodea, si bien ha de armonizar esta sociedad y, desde ella, seguir trabajando activamente para la mejora de la vida personal y comunitaria”.

(Alvarez Peralías, 2017) Cita a Vygotsky que dice que “el desarrollo intelectual del niño no puede entenderse como independiente del medio social en el que está inmerso, entiende que el desarrollo de las funciones psicológicas superiores se da primero en el plano social y después en el nivel individual”. Es decir, lo que sucede en la sociedad, afecta al sujeto en su comportamiento y desarrollo, ya que el contexto social, hace referencia a patrones de conducta, a nuevas modas y formas de vivir y relacionarse.

Materiales y método

Las historias de vida tienen un enfoque cualitativo. (Sanfeliciano, 2018) Cita a Cuenya y Ruetti (2010) quienes dicen que el enfoque cualitativo, “busca comprender los fenómenos dentro de su contexto usual, se basa en las descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, comportamientos observados, documentos, y demás fuentes que persigan el fin de pretender no generaliza resultados” La metodología cualitativa se basa en estudiar al sujeto minuciosamente, reconstruyendo su historia desde el principio de su existencia, hasta el presente.

Dentro de la metodología cualitativa se encuentra el método biográfico que según (Universitat de València, 2017) es “una metodología de investigación cualitativa, que integra los relatos de toda una vida o de determinadas etapas o acontecimientos biográficos de relevancia de la persona estudiada”. Es decir, hace referencia a una investigación subjetiva-objetiva basada en el estudio del comportamiento con el fin de generar posibles interpretaciones, lo que permitió acercarse a la realidad del sujeto objeto de investigación, para conocer de cerca las características psicosociales del sujeto que aprende en los diferentes contextos.

“La investigación biográfica es esencialmente una descripción fenomenológica que exige de cuatro habilidades en el investigador: observar, escuchar, comparar y escribir” (EcuRed, 2018). El sujeto de estudio debe desarrollar estas cuatro habilidades con el fin de obtener un resultado válido. Observar detenidamente la conducta del objeto de estudio, escuchar con concentración, comparar lo dicho con lo observado y escribir cada detalle con la intención de ser precisos.

Las técnicas utilizadas en el método biográfico “constituyen un conjunto de procedimientos destinados a producir información para describir y/o explicar el proceso vital de una persona o grupo social en su contexto” (Técnicas de Investigación Social, 2008). A través de estas, se logra comprender la realidad del sujeto con la aplicación de los instrumentos, que se encargaran de adentrarse en lo más profundo de la vida del sujeto. Las técnicas más utilizadas para realizar una historia de vida son:

Análisis documental: El análisis documental es implementado mediante la ficha de cotejo. “La investigación social basada en documentos se dedica a reunir, seleccionar y analizar datos que están en forma de “documentos” producidos por la sociedad para estudiar un fenómeno determinado” (Gómez Ferri, Grau Muñoz, Giulia Ingellis, & Jabbaz, s.f.). A través de la revisión de documentos se logró obtener información de hechos pasado del sujeto de estudio. La ficha de cotejo sirvió para validar las características psicosociales del sujeto que aprende en su contexto escolar. A través de la ficha de cotejo se realiza la revisión de record académico e informe del DECE del estudiante, teniendo así evidencia del desempeño del sujeto durante su vida escolar, haciendo referencia a uno de los contextos.

Observación del entorno: La observación se implementa en este proceso por medio de la ficha de observación. (Campoy Aranda & Gomes Araújo, 2009) Dice que la observación es una “técnica para la recogida de datos sobre comportamiento no verbal”. A través de ella se pudo llevar con detalle cómo se relaciona el sujeto con sus diferentes entornos. Es decir, se conocieron las condiciones sociales en que se desarrolla el sujeto. Su aplicación lo realizamos en tres momentos: En el primer momento se aplicó una ficha de observación para la selección de la muestra de estudio, realizando de manera sistemática observaciones a estudiantes fuera y dentro del aula, y llegar a determinar el sujeto objeto de investigación. En segundo momento se hizo un acercamiento al contexto familia y social, para conocer de manera directa las condiciones en la que vive el sujeto objeto de estudio, para lo que se aplicó una ficha de acuerdo al tema.

La conversación: El diálogo se implementa a través de la entrevista a profundidad. (Campoy Aranda & Gomes Araújo, 2009) Dice que la entrevista a profundidad “se entiende como una interacción entre dos personas, planificada y que obedece a un objetivo, en la que el entrevistado da su opinión sobre un asunto y, el entrevistador, recoge e interpreta esa visión particular”. Esta busca identificar las características socio afectivas del entorno del sujeto. Este diálogo se da de manera abierta, buscando que el entrevistado logre expresar todo lo que desea desde su punto de vista. En primer momento se realizó la aplicación de la entrevista a profundidad, realizando un conversatorio abierto con los padres del sujeto objeto de investigación, teniendo la oportunidad de acercamiento a su vida desde sus comienzos.

Población y muestra

Población

Estudiantes del Primero de Bachillerato de la Unidad Educativa Fisco misional “Cinco de Mayo”.

Muestra

Tres Estudiantes del primer año de bachillerato, Juan Francisco Arteaga Pazmiño, y María Emilia Andrade Molina. Y una estudiante del tercer año de bachillerato Karla Dueñas Muñoz de la Unidad Educativa Fisco misional “Cinco de Mayo”

Análisis e interpretación Resultados

El estudio dio como resultado, que los estudiantes con características psicosociales con un perfil alto en la parte cognitiva, son aquellos que tienen familias nucleares, familias que han desarrollado un proceso de comunicación, de relaciones intrafamiliares y afectivo con sus hijos/as, padres con un alto grado de responsabilidad frente al acto educativo con sus

progenitores y que siempre están pendiente de lo que ellos hacen en la parte de la escolaridad, de acuerdo a lo siguiente:

Contexto Familiar.-El acercamiento al entorno social de los sujetos-objetos de estudio permitió acercarse al inicio del proceso de formación del niño, logrando detectar ciertas características que pueden ser la explicación al comportamiento del individuo dentro de la sociedad.

Estadio sensorio motor de 0 a 2 años

La etapa estadio sensorio motor comprendida entre los 0 y 2 años, es aquella que evidencia los primeros comportamientos del niño de acuerdo al entorno familiar en el que se está desarrollando. Las personas con las que se relaciona, los objetos con los que tiene más contacto, las primeras palabras y las primeras elecciones de gustos se ven reflejadas en este periodo. Se puede notar que el contexto familiar en el que se encontraron los niños desde sus primeros años de vida, es detonante en el comportamiento de las siguientes etapas. Los sujetos-objetos de estudios de los casos de investigación tuvieron en sus primeros años de vida un acercamiento con sus madres y padres, siendo así que sus primeras palabras fueron mamá y papá, además al tener mayor contacto con ciertos objetos con el biberón, otra de las palabras frecuentes fue teta. Los niños tenían afinidad por la muñeca, los dinosaurios y por objetos que tenían a su alcance. Los sujetos-objetos de estudios tuvieron distintas afinidades por los juegos escogidos de acuerdo a los acercamientos que tuvieron en sus hogares, uno de ellos sentía afinidad por los dinosaurios desde el principio al ser uno de los primeros juguetes que sus padres le otorgaron, el siguiente caso sintió mucho más apego por las muñecas y otra de ellas jugaba con cualquiera de los objetos que tuviera presente.

Etapas Pre operacional de 2 a 7 Años

El periodo comprendido entre los 2 a 7 años, comienza a aparecer la independencia del sujeto-objeto de estudio, donde se observa que este está delimitado por el equilibrio de protección que brindan los padres o las personas que estén presentes permanentemente en el crecimiento del niño. También se notan los gustos y preferencias que tienen los niños. Además, al ser esta la etapa donde el niño ingresa al contexto escolar, se dan las primeras relaciones de amistad donde se forma la personalidad y tolerancia del individuo. A la vez se comienzan a realizar asociaciones simples, es decir a comprender un poco más la realidad, aunque aún existen un pensamiento mágico y soñador. Los tres casos de estudio comenzaron a ser independientes a temprana edad, debido a que sus padres y madres supieron generar un equilibrio en la protección y cuidado de los niños. Las relaciones intrapersonales dentro de la institución educativas fueron armónicas y llevaderas.

Los sujetos-objetos de estudios lograron ser independientes, uno de ellos alcanzó mucho más rápido esta característica debido a la ausencia temporal de la madre por cuestiones laborales. Dentro de la escuela los tres casos de estudios se relacionaron exitosamente y no obtuvieron reportes de ningún tipo.

Etapas de Operaciones Concretas de 7 a 12 años

En esta etapa el sujeto-objeto de estudio, comienza a entender con más facilidad los acontecimientos, haciendo asociaciones más avanzadas. Aquí se intensifica más lo que se quiere proyectar a través del comportamiento y hasta en la forma de presentarse. Al estar comprendida por la etapa de la pubertad también se presentan los cambios sexuales y preferencias. La familia es de vital importancia en este proceso de transición, siendo guía, consejera y disciplina.

Los sujetos-objetos de estudios han tenido la necesidad de proyectar una buena imagen a temprana edad. Los tres individuos han sido personas analíticas. A pesar de tener buenas relaciones con los demás, uno de los casos de estudio tiende a ser un poco reservada en sus relaciones con las personas de la misma edad, los otros casos han sido muy populares y

amigables con sus entornos. Esta etapa de transición la entendemos como el cambio de actitudes y de comportamiento.

Etapas de Operaciones Formales 12 a 14 años

En este periodo el ya adolescente tiene un pensamiento crítico, analítico y abstracto. Se comienzan a liderar grupos, a encontrar propósitos de lucha, llega el enamoramiento con más fuerza. La familia, puede o no convertirse en un rival, al ser esta la etapa en donde se siente más afecto por las personas de la misma edad.

Los tres sujetos-objetos de estudios se han tenido un buen desarrollo en su adolescencia, manifestado por el buen comportamiento, guiado por el entorno familiar que se presenta como funcional y armónico. Las relaciones interfamiliares son llevaderas y existe buena comunicación con los padres de familia. Esta realidad presente en ellos, se la entiende como funcional e independiente de la disciplina de casa, asumiendo su grado de compromiso no frente a la familia, sino frente al contexto social de amigos y cosas propias de la edad.

Contexto social

El acercamiento al contexto social, permite conocer la realidad sobre la vida fuera de la escuela del sujeto-objeto que aprende. La calidad de vida que han tenido desde sus hogares, la relación que tienen en sus comunidades o barrios, permite comprender el porqué del comportamiento de los estudiantes en los otros contextos. En los tres casos de estudio se ha logrado presenciar zonas con ambientes armónicos, de desarrollo, pasivas y educativas.

El entorno social, es un factor dominante en el desarrollo de un niño. Un contexto con características positivas, permite la formación de un individuo equilibrado en todos sus aspectos. La organización, salubridad, ambiente agradable, relaciones armónicas entre vecinos, la ausencia de personas y lugares de mala reputación, presencia de control policial, presencia de lugares de recreación y centros educativos en un barrio o comunidad, son influyentes en el proceso de aprendizaje del sujeto-objeto de estudio. Las zonas vulnerables, crean individuos vulnerables.

Los tres sujetos-objetos de estudios se han mantenido en contacto con un entorno social favorable, no vulnerables y con características básicas para una buena convivencia. A pesar de que las condiciones no son totalmente óptimas en el contexto en que viven cada uno de ellos, por características socio culturales y de ornato, los sujetos presentan comportamientos de integración y de cooperación, gustan del trabajo comunitario, siendo proactivos y propositivos en las actividades sociales. En uno de los contextos se encuentra la presencia de centro educativo de niveles superiores e inferiores resaltando así el entusiasmo por la preparación.

Contexto escolar

La observación del sujeto-objeto que aprende dentro del contexto escolar permitió encontrar puntos de vinculación entre el desempeño académico y las relaciones con la comunidad educativa y los demás contextos.

La escuela se convierte en el segundo centro de enseñanza-aprendizaje del individuo. Los tres casos de estudio tienen un buen desempeño académico y relaciones armónicas entre docentes, estudiantes y autoridades, estando así exentos de llamados de atención o reportes por bajo rendimiento o discusiones intrapersonales.

Los sujetos-objetos de estudios han tenido un buen rendimiento académico y relaciones de calidad con la comunidad educativa. Todos ellos han tenido un control dentro de los hogares en cuanto a tareas académicas, deberes y derechos. El autodominio y autodisciplina han sido resultados evidentes dentro de este proceso en los tres casos.

DISCUSIÓN

En base a la investigación, el contexto familiar influye en el comportamiento del niño desde el primer instante de vida. La relación con este entorno es factor fundamental con su desempeño en la sociedad. Un sujeto-objeto de estudio que aprende necesita de la familia formadora de

valores. Los casos de estudio cuentan con familias completas y tradicionales, todas enfocadas en la formación adecuada del niño.

A la vez, se concluye también que el contexto social, es dominante en la formación personal, y en los patrones de conducta que el sujeto-objeto de estudio adquiere, mismos con los cuales se desarrollará en los otros contextos. Barrios que cuentan con todos los servicios básicos indispensables, barrios no vulnerables y con espacios de recreación donde se vivan relaciones armónicas permiten a los individuos mantener una vida tranquila y desarrollarse con éxitos en todos los ámbitos. Los tres casos de estudio viven que cuentan con la mayoría de estas características.

La comunidad educativa, es el punto de encuentro de los aprendizajes adquiridos en los demás contextos, al ser este el lugar donde el sujeto-objeto debe relacionarse más abiertamente con las demás personas sin supervisión de sus padres, sabiendo tolerar las diferencias de los demás. Al vivir en contextos familiares y sociales armónicos, no se presentan ningún inconveniente en el desempeño escolar y las relaciones intrapersonales. Los tres estudiantes tienen un buen rendimiento académico y además la institución brinda muchos factores favorables para su desarrollo.

Los aspectos psicosociales del sujeto-objeto que aprende, suelen no ser similares, como en relación a las relaciones del adolescente con las personas de su misma edad. Uno de los casos de estudio a pesar de tener buenas relaciones intrapersonales, si tiene dificultad al momento de iniciar una amistad, por el contrario, los otros dos sujetos tienen más facilidad. Un detonante para esta diferencia, es la particularidad del ser humano, que dice que nadie es idéntico entre sí, y en este caso algunas características de los estudiantes cambian como las ocurrencias y jovialidad al interactuar.

CONCLUSIONES

- El contexto social en el que se desarrolla el sujeto-objeto que aprende es influyente en la conducta y desempeño del individuo en la sociedad. Un entorno armónico, ayuda en la formación de un niño o niña con características psicosociales equilibradas y sin problemas que afecten su proceso en el contexto escolar y familiar, tienen características sociables, incluyentes, y sobre todo son participes en actividades sociales y culturales de su entorno
- El contexto familiar es el primer ambiente de aprendizaje del sujeto-objeto que aprende, convirtiéndose en la escuela de valores y pautas de comportamiento con las que el niño y/o adolescente se desarrollará en la sociedad. Un ambiente familiar funcional y comunicativo, permite el desenvolvimiento exitoso del individuo, es decir son comunicativos, no solo con sus padres con quien tienen mayor vínculo, sino con todo su entorno, además se involucran de manera voluntaria en las actividades del hogar.
- El entorno escolar es el lugar donde el sujeto-objeto que aprende tiene la mayor interacción e independencia en sus actos, donde comienza a formar el respeto hacia personas que están lejos de su entorno familiar, siendo relacionados con sus compañeros, cumplidores de las tareas de aula, de trabajo en equipo y de participación activa dentro del proceso de aprendizaje.
- La vinculación entre el contexto familiar, social y escolar genera equilibrio en el proceso de formación del sujeto-objeto que aprende, un individuo que obtenga enseñanzas positivas de los tres ambientes, son individuos con características cognitivas y sociales favorables.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez Peralias, D. (2017). <https://ined21.com/los-contextos-tambien-influyen-en-educacion/>.
- andalucia. (5 de noviembre 2009). temas paar educacion . profesionales de la enseñanza , 7.
- Campoy Aranda, T. J., & Gomes Araújo, E. (2009). Obtenido de http://www2.unifap.br/gtea/wp-content/uploads/2011/10/T_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf
- Catiuska Álvarez, T. U. (2010). Obtenido de <https://historiadevidaunesrvt10.blogia.com/>
- CELEP. (1998). Obtenido de <http://campus-oei.org/celep/celep6.htm>
- CESOLAA. (2017). Obtenido de <http://educacionsexual.uchile.cl/index.php/hablando-de-sexo/familias-tipos-y-organizacion/el-adolescente-y-su-entorno-social>
- David, G. T. (2008). Obtenido de <http://www.aviondepapel.tv/2008/01/vuelos-con-perspectiva-narrador/>
- DELVAL, J. (2006). APRENDER EN LA VIDA Y EN LA ESCUELA. MADRID: EDICIONES MORATA ,S.L.
- EcuRed. (2018). Obtenido de https://www.ecured.cu/M%C3%A9todo_biogr%C3%A1fico
- FEANDALUCIA. (2009). Obtenido de <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd6448.pdf>
- Flórez Romero, R. A. (2006). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-12942006000100008
- Gaete, V. (2015). Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0370410615001412>
- Gómez Ferri, J., Grau Muñoz, A., Giulia Ingellis, A., & Jabbaz, M. (s.f.). Obtenido de http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema_6_investigacion_documental.pdf
- J.J. Casas Rivero, M. C. (s.f.). Obtenido de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/puericultura/desarrollo_adolescente\(2\).pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/puericultura/desarrollo_adolescente(2).pdf)
- López, A. P. (2011). NATURALISMO PEDAGÓGICO: ROUSSEAU. SlideShare, 13.
- MacCourtney, C. (2018). Obtenido de <http://www.contigosalud.com/la-importancia-del-aprendizaje-en-edad-temprana>
- Martinez, G. G. (2018). Obtenido de <https://psicologiaymente.com/desarrollo/adolescencia-media>
- Mayra, C. C. (2012). Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1775-1782-1-SM.pdf>
- Miguel, C. (2013). Obtenido de <https://eprints.ucm.es/27211/1/La%20historia%20de%20vida%20como%20instrumento%20de%20aprendizaje%20%20del%20Trabajo%20Social.pdf>
- Osmaira, F., & Jenny, O. (s.f.). Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/7127-7274-1-PB.pdf>

- Palacios, R. (2012). Obtenido de <https://rolpalacios.wordpress.com/2012/04/16/el-nuevo-contexto-del-sujeto-que-aprende/>
- Ríos, T. (2015). Obtenido de <https://educacion.udd.cl/noticias/2015/04/el-aprendizaje-en-la-sociedad-del-conocimiento-los-desafios-de-una-nueva-educacion/>
- Rodriguez Moliner, L. (2017). Obtenido de <https://www.pediatriaintegral.es/publicacion-2017-06/el-adolescente-y-su-entorno-familia-amigos-escuela-y-medios/>
- RPP. (2014). Obtenido de <https://rpp.pe/lima/actualidad/importancia-de-la-familia-en-la-vida-de-las-personas-noticia-668100>
- Sanchez Lengua, J. C. (2016). Obtenido de <http://www.fihu-diagnostico.org.pe/el-adolescente-y-su-familia/>
- Sanfeliciano, A. (2018). Obtenido de <https://lamenteesmaravillosa.com/disenos-de-investigacion-enfoque-cualitativo-y-cuantitativo/>
- Shereen, A. F., & Mónica Valdivieso, V. M. (2013). Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/81-Article%20Text-323-1-10-20181104.pdf>
- SINNAPAS. (2018). Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>
- Técnicas de Investigación Social. (2008). Obtenido de <https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-4-las-tecnicas-estructurales-entrevista-grupo-de-discusion-observacion-y-biografia/tecnicas-biograficas>
- Técnicas de Investigación Social. (2008). Obtenido de <https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-4-las-tecnicas-estructurales-entrevista-grupo-de-discusion-observacion-y-biografia/tecnicas-biograficas>
- Universitat de València. (2017). Obtenido de https://www.uv.es/innopfg/el_mtodo_biografico.html
- Valencia, L. I. (23 de Junio de 23 – Junio de 2012). EL CONTEXTO FAMILIAR: UN FACTOR DETERMINANTE EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS. Revista Electrónica de Psicología Social «Poiésis», 6.
- Zuñiga, a. (2018). CARACTERÍSTICAS SOBRE LA FAMILIA DENTRO DE LA EDUCACIÓN INCLUSIVA. mindmeister, 1.

ARREGLOS PASTORILES SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE UNA ALTERNATIVA PARA AUMENTAR LA PRODUCCIÓN DE LECHE Y CARNE EN MANABÍ.

AUTORAS

García Angulo Jessica Jaqueline.
jessigarcia1000@gmail.com
Gutiérrez Anchundia Leonela Shamanta
leonelagutierrez12@gmail.com

TUTOR

Intriago Mendoza Henry Othón, PhD.
henry.intriago@uleam.edu.ec

RESUMEN.

Dentro de las actividades pecuarias se implementan diferentes sistemas de pastoreo, en Manabí el sistema predominante es el pastoreo extensivo que perjudica al ambiente y disminuye la carga por hectárea y por año. Existen actualmente otros sistemas de pastoreo agradables con el ambiente y mejorando la carga por hectárea y por año.

La población bovina en el Ecuador según el INEC en el año 2000 en el censo agropecuario ganadero, presentaron 4'486.020 unidades bovinas de esta cantidad el 66.7 % son hembras y el 33.2 % son machos. En la Sierra se encuentra la mayor población con un 2.274.137 que representa el 50.6 %, en la costa 1.628.044 constituyéndose en el 36.2 %, la Región Insular y Amazónica 583.839 que constituye el 13 % de la población bovina. Y Manabí tiene 921.823 cabezas de ganado bovino

Entre estos se encuentran el sistema de rotación, el sistema por franjas, los sistemas agros silvo pastoril, y el sistema rotacional Voisin, cada uno de ellos con sus propias normas y adecuaciones de acuerdo a la topografía de los pastizales. Por las condiciones edafológicas de la Provincia tenemos dos estaciones bien marcadas las de lluvia y la de seca, que están comprendidas entre los meses de diciembre hasta marzo y de abril a noviembre.

En este último periodo los ganaderos tienen dificultades ya que escasea el pasto, y como consecuencia bajan los índices de producción y ocasiona la muerte de algunos semovientes, para evitar estos inconvenientes se debería emplear los sistemas actuales de pastoreo, que según reportes de algunas instituciones que se dedican a la evaluación de estos sistemas prestan ventajas sobre los sistemas tradicionales.

Palabras claves: Silo pastoreo, Ecológico, Arboles, Pastos

SUMMARY.

Within the livestock activities different grazing systems are implemented, in Manabí the predominant system is extensive grazing that harms the environment and decreases the load per hectare and per year. There are currently other grazing systems that are pleasant to the environment and improving the load per hectare per year.

The cattle population in Ecuador according to the INEC in the year 2000 in the agricultural livestock census, presented 4,486,020 bovine units of this amount, 66.7% are females and 33.2% are males. In the Sierra is the largest population with 2,274,137 representing 50.6%, on the coast 1,628,044 constituting in 36.2%, the Insular and Amazon Region 583,839 which constitutes 13% of the bovine population. And Manabí has 921,823 heads of cattle

Among these are the rotation system, the strip system, agros silvo pastoral systems, and the Voisin rotational system, each with its own rules and adjustments according to the topography of the pastures.

Due to the edaphological conditions of the Province, we have two well-marked seasons, those of rain and dry season, which fall between the months of December to March and April to November.

In this last period the farmers have difficulties since the pasture is scarce, and as a consequence the production indexes fall and causes the death of some livestock, to avoid these inconveniences the current grazing systems should be used, which according to reports of some institutions that They are dedicated to the evaluation of these systems lend advantages over traditional systems.

Keywords: Silo grazing, Ecological, Trees, Pastures.

INTRODUCCIÓN.

El constante deterioro de los recursos naturales de flora y fauna, entre otros, debido a la deforestación de los ecosistemas al utilizar el suelo con fines agropecuarios, (SE SUMA) aunado a la contaminación por sustancias químicas y otras actividades antropogénicas, provocan la desertificación, la cual se manifiesta por la destrucción de las comunidades bióticas y la pérdida de su potencial biológico. Por lo que es necesaria la correcta utilización de las especies vegetales presentes en las comunidades ecológicas para su preservación y conservación.

La conservación de la biodiversidad, la disminución del área de los bosques y selvas, causada principalmente por el aumento de zonas destinadas a usos productivos, impacta a la diversidad de plantas y animales (Biodiversidad). Sembrar árboles en los potreros, es una buena alternativa para conservar la biodiversidad. También el uso y protección de árboles locales contribuye a conservar el recurso genético, además los árboles son un medio para proteger y alimentar a otras plantas y animales pues sirven como hábitat a la fauna silvestre (Marinidou, Jiménez, 2010).

La falta de conocimiento por parte de nuestros ganaderos de los beneficios que prestan algunas variedades de árboles que son talados y que ayudan como una fuente de alimento, justamente en las épocas que se presentan sequías y donde el pasto no llena los requerimientos del consumo del ganado, ante esta problemática tenemos que tomar medidas para corregir factores que merman los rendimientos y ganancia de los productores ganaderos. Ante esta necesidad se debe de investigar nuevas opciones de plantas gramíneas y leguminosas, así como también árboles forrajeros que se producen en los ambientes donde se desarrolla la actividad agropecuaria.

Consciente de que en la Provincia de Manabí se dan árboles madereros y que sirven para la alimentación del ganado ya que producen frutos y que aportan con la nutrición de los animales en las épocas más secas. Hay la necesidad de difundir las bondades que ofrecen estos árboles para la alimentación de los animales como para mejorar las condiciones de fertilidad de los suelos de pastoreo.

Conociendo la problemática actual en la búsqueda de alimentos de bajo costo y alta calidad biológica, para suplir en algo las necesidades de los productores de carne y leche, y también que se logre de parte de las personas el apreciar estos recursos silvo-pastoriles que actualmente se están talando causando una deforestación en zonas semiáridas de las Provincias de Manabí. Considerando los aspectos señalados anteriormente, la presente investigación plantea estudiar alternativas de alimentación silvo-pastoriles como fuente alternativa para la solución de los problemas que enfrenta la ganadería, especialmente la provincia de Manabí, donde en la época seca la producción de pasto en escaza y por ende los productores ganaderos se ven afectados todos los años con la falta de suplementos que sean una alternativa barata y rica en fuentes nutritivas para mejorar las producciones de carne como de leche.

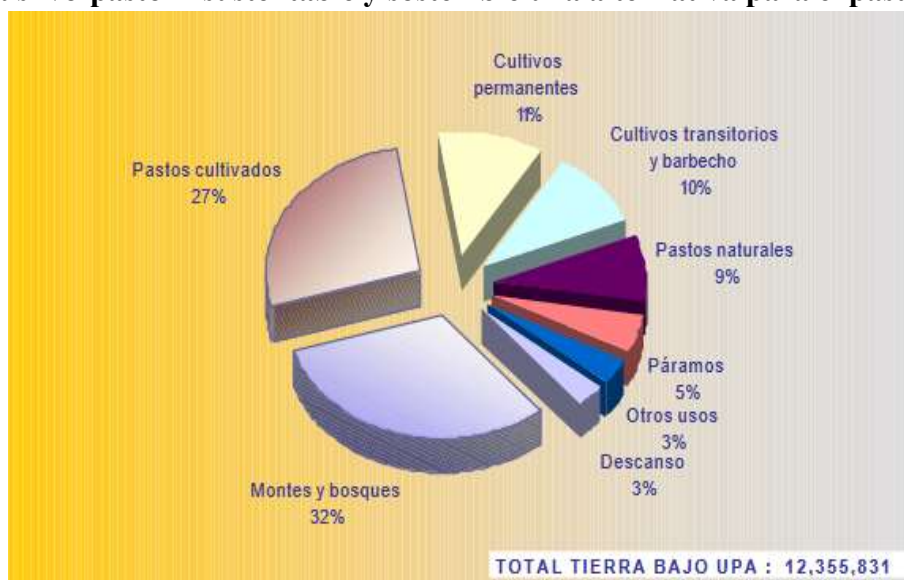
Se estima que la población mundial aumentará desde cerca de 2.500 millones en 1950 a casi 10.000 millones al año 2050, lo cual refleja una de las mayores tasas de crecimiento demográfico de la historia. Garantizar el suministro de madera y de productos madereros a partir de fuentes sostenibles evitando competir por la tierra agrícola y la producción de alimentos ya se ha convertido en un desafío en gran parte del mundo (Braun, Van, 2016).

La población bovina en el Ecuador según el INEC en el año 2000 en el censo agropecuario ganadero, presentaron 4'486.020 unidades bovinas de esta cantidad el 66.7 % son hembras y el 33.2 % son machos. En la Sierra se encuentra la mayor población con un 2.274.137 que representa el 50.6 %, en la costa 1.628.044 constituyéndose en el 36.2 %, la Región Insular y Amazónica 583.839 que constituye el 13 % de la población bovina.

Se estima que en la actualidad existen 5.573.554 unidades bovinas, según cifras del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) la provincia de Manabí es la principal productora ganadera con 1'200.000 mil reses, distribuidas entre los cantones con más producción están Chone, Pichincha, El Carmen, Flavio Alfaro, Olmedo, Paján, Santa Ana y Tosagua. Siendo Pedernales uno de los cantones con menos producción ganadera con 65.000 mil reses.

Ilustración 2 porcentajes de uso de la tierra bajo UPA, según la categoría ESPAC.

Sistema silvo-pastoril sustentable y sostenible una alternativa para el pastoreo.



Los sistemas agroforestales son aquellos donde se presenta una combinación de árboles y arbustos (componente leñoso perenne) con especies herbáceas que son cultivadas. Estos sistemas buscan beneficiarse de los sistemas agrícolas y forestales, bajo arreglos que van desde lo más simples hasta los más complejos, por ejemplo, los sistemas de varios estratos (Navas, 2016).

Los sistemas silvo-pastoriles son una combinación de árboles, arbustos forrajeros y pastos con la producción ganadera en la finca (Lam,2016).

Sistemas con árboles y su efecto en la reducción del estrés calórico

Los sistemas silvo-pastoriles, principalmente, se han establecido con el objetivo de proporcionar forraje a los animales, desconociendo otro tipo de beneficios como el mejoramiento de la fertilidad del suelo a través del reciclaje de nutrientes y la fijación de nitrógeno realizada por algunas especies, regulación del balance hídrico al conservar agua y reducir la evaporación, fijación de CO₂, diversificación de la producción (madera, leña, frutos, entre otros) y reducción del estrés calórico de los animales a través del efecto de la sombra. El uso de árboles en sistemas de producción tropical tiene un efecto positivo en la reducción del estrés calórico al generar microclimas en las áreas de pastoreo, los cuales permiten a los animales mantenerse en ambientes con temperaturas dentro o cerca de zona de termo neutralidad. Bajo la copa de los árboles se ha encontrado reducciones de temperatura entre 2 a 9° C con relación a la encontrada en áreas abiertas (Wilson y Ludlow, 1991; Reynolds, 1995).

Efectos benéficos de la sombra en sistemas de producción bovina

Efecto sobre:	
Consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Más tiempo dedicado a rumiar y pastorear. • Mayor consumo de alimentos • Disminución de los requerimientos de agua.
Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la eficiencia de la conversión de alimenticia. • Mayores ganancias de peso y producción de leche.
reproducción	<ul style="list-style-type: none"> • Pubertad más temprana. • Regularidad de ciclo astral. • Mayor líquido. • Mayor calidad de semen. • Tasa de concepción más alta. • Menos pérdidas embrionarias.
Sobrevivencia	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor longevidad reproductiva útil. • Mayor respuesta inmunológica a enfermedades. • Reducción de la tasa de mortalidad en animales jóvenes (mejor condición corporal y mayor reproducción de leche de las madres, menos dificultades al parto y mayor peso al nacimiento)

Fuente: adaptado de Pezo e Ibrahim, 1998.

¿Qué arreglos silvo pastoriles se pueden establecer?

Se considera un arreglo a la forma en la que están sembrados los árboles o arbustos. Esta forma de organización depende, en cierta medida, de los objetivos o beneficios que se buscan con los árboles, aunque también está influenciada por la preferencia que tienen los productores de sembrar estas especies en las fincas ganaderas. Los arreglos están conformados por especies y distancias de siembra entre los árboles. Estas últimas están íntimamente ligadas al objetivo del árbol, por ejemplo, cuando se busca cosechar madera las distancias de siembra tienden a ser mayores que cuando se busca la producción de forraje o leña (Navas .2016).

Tipos de sistemas silvo-pastoriles

(Llenderal AÑO) Escribió que hay muchas posibles combinaciones de plantas leñosas perennes con pasturas herbáceas y animales, lo que da lugar a diferentes tipos de sistemas silvo-pastoriles. El diseño de estos sistemas está orientado a obtener un beneficio económico, social o ecológico de las interacciones entre todos los componentes.

Cerca viva

Esta es una de las prácticas más utilizadas en las áreas tropicales. Consiste en el establecimiento de árboles para la delimitación de potreros o propiedades. Su establecimiento es hasta un 50% más barato que el de las cercas convencionales.

Plantas leñosas perennes en callejones

Es un sistema agroforestal en el cual se establecen hileras de plantas leñosas perennes con cultivos anuales sembrados en los espacios entre las hileras. Lo más común es utilizar leguminosas de rápido crecimiento. Esta poción se considera silvo-pastoril cuando las plantas leñosas son sometidas regularmente a podas con propósitos forrajeros, o bien cuando el cultivo entre las hileras de leñosas es alguna especie forrajera.

Árboles y arbustos dispersos en potreros

Puede ocurrir de manera natural a que la vegetación clímax de un sitio está constituida por la combinación de árboles y arbustos con pasturas como en el caso de los matorrales o las sabanas, o como resultado de proceso de sucesión vegetal tendientes a una vegetación clímax, como es el caso de los acahuals. Los árboles y arbustos dispersos en los potreros también pueden ser el resultado de la intervención del hombre, a través del Plantas leñosas perennes en callejones

manejo selectivo de la vegetación remanente o bien por la introducción de árboles arbustos en praderas ya existentes.

Pastoreo en plantaciones de maderable o frutales

En el trópico mexicano es frecuente el pastoreo en plantaciones de mangos, cítricos y otros frutales. En la zona templada es muy común el pastoreo en rodales de pinos. En los años próximos se espera que estos sistemas tomen más relevancia, ya que la reforestación se está incrementando en muchas de las áreas cubiertas por praderas degradadas. En estos sistemas, la actividad ganadera sirve para obtener ingresos durante el período transcurrido para que los árboles alcancen una condición rentable.

Barreras vivas

Pastoreo en plantaciones de maderable o frutales Barreras vivas Cortinas rompe vientos Una forma de cultivo en callejones son las barreras vivas con plantas leñosas perennes. El objetivo de las barreras vivas es proteger al suelo la erosión y son consideradas como sistemas silvo-pastoriles cuando el follaje de las leñosas es utilizado para la alimentación animal en sistemas de “corte y acarreo” o cuando entre las barreras se tienen pastos en lugar de cultivos de grano. Debido a que este es un sistema propio de terrenos con pendiente pronunciada es preferible que las forrajeras sean de corte y si el objetivo es utilizarlas bajo pastoreo, al menos en los primeros años de establecidas, las especies deben ser utilizadas bajo corte.

Cortinas rompe vientos

La cortina rompe vientos se consideran silvo-pastoriles cuando rodean áreas de pastoreo o de corte. Estos sistemas favorecen el bienestar de los animales por su protección contra el viento y la lluvia, pero también ayudan a contrarrestar el efecto del viento sobre los forrajes. Esto es importante en zonas con sequía estacional pues las presencias de las cortinas pueden prologar la estación de crecimiento de las plantas forrajeras. Además, en pasturas degradadas, la cortina rompe vientos pueden reducir la erosión eólica. Aparte de su acción protectora, las cortinas pueden funcionar como cercas vivas y proporcionar productos alternativos como forraje, leña, madera, frutos, postes, entre otros.

Se generan grandes beneficios por la inclusión de árboles en el SSPI

Las ventajas de la inclusión de los árboles en sistemas agroforestales son:

1. Producción de biomasa: Una alternativa para lograr incrementos en la productividad de los sistemas agrícolas es incrementando la productividad de la materia biomasa total. Este es un aspecto de particular relevancia en el trópico ya que se dispone de las condiciones básicas para producir grandes cantidades de biomasa durante todo el año, logrando mejor eficiencia en la utilización de la energía solar.

2. Producción de alimento: Es necesario conceptualizar un sistema agroforestal donde se integra la producción animal con especies vegetales. En estos sistemas mixtos el componente pecuario se integra al agrícola. Los árboles y arbustos forrajeros proporcionan follaje de alto valor nutritivo

(Guinea) en combinación con leguminosas para reducir los aportes externos de fertilizantes nitrogenados principalmente.

3. La integración: La utilización de los productos y subproductos de los árboles y arbustos hace posible lograr un alto nivel de integración y permite la diversificación de especies en las unidades de producción. Ejemplo de ello son el uso de frutos en la alimentación de mono gástricos u otras especies animales silvestres, así como la utilización de follaje para alimentar rumiantes y otros productos de los árboles (leña, madera, medicina, apicultura) y el uso potencial de las excretas generadas por las diferentes especies animales para ser utilizados como abonos orgánicos o generador de energía o bloques nutricionales.

4. Reciclaje de nutrientes: Para lograr un eficiente aprovechamiento de un sistema productivo es necesario conocer el origen, la dinámica y el ciclo de los nutrientes. De esta

forma se facilita el diseño de alternativas de manejo que mantengan la productividad del sistema (suelo y cultivos) y consecuentemente el mejoramiento progresivo de las condiciones básicas de la producción. La oportunidad de reciclar importantes cantidades de biomasa y otros residuos orgánicos provenientes del sistema productivo permite una mayor eficiencia reduciendo así la demanda por fertilizantes externos al mismo. El contenido nutricional de hojas de árboles y arbustos constituye en sí una de las vías importantes para el retorno de nutrientes al sistema (Michoacán, 2008)

¿Qué debo hacer para obtener mis arbolitos?

Le recomiendo hacer su propio vivero para producir los árboles de la especie que desee. Es fácil y económico. Estos son los pasos que hay que seguir:

- 1) Coseche semilla de árboles forrajeros que haya en su comunidad o en su predio.
- 2) Escarifique las semillas para facilitar la germinación: caliente agua hasta que hierva, sáquela de la lumbre y tres minutos después meta las semillas envueltas en un pañuelo al agua caliente por dos minutos, retírelas y listo.
- 3) Prepare el sustrato donde se sembrarán las semillas. El sustrato puede ser elaborado con el uso de tierra de buena calidad (50%) y con estiércol de vaca (50%).
- 4) Ya preparado el sustrato, se llenan las bolsitas de vivero con este sustrato, se siembran las semillas, se riegan periódicamente, se arrancan malezas y después de 3 meses, ya tenemos árboles para trasplantar.
- 5) La siembra de la semilla se hace casi encima de la tierra, es decir, no muy profunda.
- 6) Árboles listos para trasplantar.
- 7) Finalmente podemos llevarlos al campo y plantarlos.

¿Y cómo puedo integrar los árboles dentro de mis potreros?

- En cercas vivas, alrededor de los potreros.
- En bancos de proteína, plantados muy cerca
- En hileras, plantados en asociación con pastos. (Pinto, Gomes y otros, 2010)

¿CUÁLES SON LAS LEYES UNIVERSALES DEL PASTOREO? Voisin afirmó, que sin importar el lugar del mundo del que se tratase ni las condiciones agroecológicas predominantes en su entorno, las gramíneas en general (sea cual sea su género o especie) se ven afectadas por cuatro sucesos muy importantes que experimentan a lo largo de su existencia al relacionarlas con los animales que las consumen, por lo que él designó a estos cuatro sucesos o factores como las "cuatro leyes del pastoreo", y son las bases fundamentales para la planificación de todo proyecto de PRV. Estas leyes son:

LEY DEL REPOSO Las observaciones y mediciones de Voisin le condujeron a definir que los pastos al igual que los humanos tienen una curva de crecimiento y desarrollo evolutivo, es decir, que desde el día que son pastoreadas en adelante, cada día van creciendo progresivamente hasta alcanzar un punto máximo de desarrollo al que podemos definir como Punto de Madurez Fisiológica (PMF) y que más tarde se presenta su floración o estado de reproducción a lo cual podemos definir como Punto de Madurez de Cosecha (PMC). Observó y concluyó también que durante los primeros días el desarrollo de la gramínea es muy lento, luego pasados un par de semanas se acelera marcadamente hasta llegar al PMF y descende vertiginosamente hasta el PMC. Voisin y Pinheiro le llaman a esta aceleración en el crecimiento previa al PMF como "llamarada de crecimiento".

LEY DEL LA OCUPACIÓN Voisin observó que mientras menos tiempo permaneciera el ganado en un potrero, menor era el efecto negativo del ganado sobre la compactación del suelo y menor era también el efecto negativo sobre la capacidad de la pastura para rebrotar y desarrollarse. Concluyó luego que el rebrote de la pastura era mejor cuando el ganado realizaba un pastoreo a fondo que cuando dejaba la pastura muy alta o cuando consumía el rebrote. Entonces pudo concluir su segunda ley que dice que: Sitio Argentino de Producción Animal

con el tiempo se lograba cada vez un mayor rendimiento productivo de las pasturas y de los animales; y la segunda, que a medida que avanzaba la edad de la pastura en la etapa posterior al PMF, cada día se hacía más madura la planta y el ganado prefería los pastos jóvenes a los excesivamente maduros por lo que tendía a rechazarlos mientras más viejos estuvieran. Así concluyó que el mejor estado nutricional de la planta era justo después del PMF pero antes del PMC, a lo cual podemos definir como Punto Verde Óptimo (PVO) o Punto Óptimo de Cosecha (POC). Así estableció su primera ley que dice que: "Para que una hierba cortada por el diente del animal pueda dar su máxima productividad, es necesario que, entre dos cortes a diente sucesivos, haya pasado el tiempo suficiente que pueda permitir al pasto: 1. Almacenar en sus raíces las reservas necesarias para un rebrote vigoroso, y 2. Realizar su llamarada de crecimiento o alta producción diaria por hectárea".

2.- LEY DEL LA OCUPACIÓN Voisin observó que mientras menos tiempo permaneciera el ganado en un potrero, menor era el efecto negativo del ganado sobre la compactación del suelo y menor era también el efecto negativo sobre la capacidad de la pastura para rebrotar y desarrollarse. Concluyó luego que el rebrote de la pastura era mejor cuando el ganado realizaba un pastoreo a fondo que cuando dejaba la pastura muy alta o cuando consumía el rebrote. Entonces pudo concluir su segunda ley que dice que:

"El tiempo global de ocupación de una parcela debe ser lo suficientemente corto para que una hierba cortada a diente en el primer día (o al principio) del tiempo de la ocupación no sea cortada de nuevo por el diente de los animales antes de que éstos dejen la parcela"

LEY DEL RENDIMIENTO MÁXIMO Las observaciones de Voisin no sólo estuvieron relacionadas con la planta, también observó la respuesta animal con relación a las pasturas que este consumía. Notó entonces que el ganado por naturaleza no efectúa pastoreos muy eficientes a menos que quien los pastorea les ayude a pastorear los potreros de mayor biomasa y de mejor calidad cuando sus necesidades nutricionales sean más altas, de modo que se pudiera lograr su máximo rendimiento productivo al estar mejor nutrido. Entonces concluyó su tercera ley que dice:

"Es necesario ayudar a los animales de exigencias alimenticias más elevadas para que puedan cosechar la mayor cantidad de hierba y para que ésta sea de la mejor calidad posible"

LEY DEL REQUERIMIENTO REGULAR Observó Voisin que el ganado al ingresar a un potrero descansado primero lo recorre antes de iniciar a consumir el pasto allí producido, y que durante su recorrido se desperdiciaba mucho pasto, y además observó que mientras más tiempo el ganado permaneciera en el potrero, mayor era el desperdicio, y que el pasto al momento en que entraba el ganado era de buena calidad pero de un día para otro, disminuía severamente en cantidad y calidad. Por tanto, el ganado le daba muy buen rendimiento el primer día de pastoreo, pero decaía al segundo día, y más aún al tercer día, y más aún tras el paso de cada día de permanencia en el potrero. Entonces dedujo su cuarta ley la cual dice que:

"Para que una vaca pueda dar rendimientos regulares es preciso que no permanezca más de tres días en una misma parcela. Los rendimientos serán máximos si la vaca no permanece más de un día en una misma parcela".

Hipótesis: Mejorando las condiciones de las áreas destinadas para el pastoreo, se mejorara la producción de leche y carne en Manabí.

Objetivo General:

Mejorar los sistemas productivos silvo pastoriles sustentables y sostenibles para aumentar la producción en la provincia de Manabí.

Objetivos Específicos:

Diseñar varias propuestas para solucionar el pastoreo extensivo que se practica en la provincia de Manabí.

Incorporar a los sistemas pastoriles el componente arbóreo para mejorar las condiciones del hato ante el stress calórico de los animales por efecto del sol.

CONCLUSIÓN.

Implementar sistemas silvo-pastoriles en la producción bovina, para el mejor desarrollo de los ecosistemas y preservación de los recursos naturales, evitando las erosiones de suelo, produciendo más alimento para el hato ganadero, entre otros beneficios que nos brinda este sistema.

Mejorar los sistemas incorporando también el sistema rotacional Voisin para mejorar la rotación de los potreros de acuerdo a la fisiología vegetativo del pasto, y así evitar el sobrepastoreo.

Estos sistemas pastoriles se pueden incorporar a las praderas de Manabí teniendo en cuenta la topografía, la hidrografía, de las fincas

RECOMENDACIONES.

- Recomendar a los productores implementar estos sistemas, para lograr un agro silvo pastoril ecológicamente sustentable.
- Ayudar a la concientización que un buen manejo de pasturas, mejorara las condiciones de producciones futuras.
- Al implementar los arreglos pastoriles en las fincas de la provincia para mejorar la producción de pastos, incrementando la productividad y mejorando el rendimiento por hectárea por animal

Referencias

Braun A, Van S. 2016. Incremento de los sistemas silvo-pastoriles en América del Sur.

Director General de Paraguay Agricultura Corporación. Paraguay. Rescatado de:

<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7928/Incremento-de-los-Sistemas-Silvopastoriles-en-America-del-Sur.PDF?sequence=4&isAllowed=y>

Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC). 2017. Dirección responsable de la información estadística y contenidos: Dirección de estadísticas agropecuarias y ambientales. Rescatado de:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2017/Informe_Ejecutivo_ESPAC_2017.pdf

Lam F. 2016. Establecimiento y uso de sistemas silvo-pastoriles. República Dominicana.

Rescatado de: <file:///F:/ponencia%20estudiantiles/BVE17068935e.pdf>

Marinidou E, Jiménez G. 2010. Sistemas silvo-pastoriles. Colonia San Juan de Ocotán

Zapopan, Jalisco C.P. Rescatado de: <file:///F:/ponencia%20estudiantiles/sistemas-silvopastoril.pdf>

Michoacán A.C. (2008). Taller-Curso teórico práctico: Forrajes y Sistemas Silvo-pastoriles en la Producción Animal Tropical. Morelia, Michoacán. Rescatado de:

<file:///C:/Users/TECNORED/Documents/pomencia%20silvopastoril/ponencia%20estudiantiles/silvopastoril.pdf>

Navas A.2016 Sistemas silvo-pastoriles. Bogotá: Tropenbos Internacional Colombia &

Fondo Patrimonio Natural. Rescatado de:<file:///F:/ponencia%20estudiantiles/6-Sistemassilvopastoriles-low.pdf>

Pezo, D. y Ibrahim, M.1998. Sistemas Silvo-pastoriles. Turrialba, Costa Rica: CR, CATIE. Rescatado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rmv/n19/n19a10.pdf>

Pinto R, Gomes H y otros. 2010. Los sistemas silvo-pastoriles. Integración de la ganadería y los recursos naturales. México. Rescatado de: <file:///C:/Users/TECNORED/Documents/ponencia%20silvopastoril/ponencia%20estudiantiles/6666.pdf>

Reynolds, SG.1995. Pasto-ganado - sistemas de coco. Bangkok, Tailandia. FAO, Oficina Regional para Asia y el Pacífico. Rescatado de: <http://www.fao.org/docrep/005/af298e/af298E00.htm>

Rúa Franco Michael 2009 Las leyes universales de André Voisin para el pastoreo racional. Cultura Empresarial Ganadera *Zootecnista U de A, Especialista en Producción y Nutrición Animal UDCA, Pres. del Instituto André Voisin Colombia y Director General de Cultura Empresarial Ganadera. Disponible en: http://www.produccion-animal.com.ar/produccion_y_manejo_pasturas/pastoreo%20sistemas/115-Voisin.pdf

Uribe F, Zuluaga A, Murgueltio E, otros. 2011. Establecimiento y manejo de sistemas silvo-pastoriles. Colombia. Rescatado de: [file:///F:/ponencia%20estudiantiles/1.Establecimiento.y.manejo.de.SSP\(1\).pdf](file:///F:/ponencia%20estudiantiles/1.Establecimiento.y.manejo.de.SSP(1).pdf)

Wilson, JR. y Ludlow, MM.1991. “El ambiente y el crecimiento potencial de la hierba bajo plantaciones”. Forrajes para la plantación de cultivos. Camberra, AU: ACIAR. Recatado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rmv/n19/n19a10.pdf>

DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES DE CALCIO, FOSFORO Y MAGNESIO PARA PREVENIR LA HIPOCALCEMIA PUERPERAL BOVINA. REVISIÓN

AUTORES:

García Sánchez Jhon Gabriel
Manuel David Cedeño Barreno

TUTOR:

Intriago Mendoza Henry Othón. PhD.
henry.othon@uleam.edu.ec

RESUMEN

En el presente trabajo se investigó la fiebre de la leche (paresia de la parturienta, hipocalcemia post parto), trastorno hipocalcémico que se desarrolla cuando los mecanismos homeostáticos del calcio corporal fallan al intentar reponer la pérdida de calcio del pool plasmático se acompaña de la hipomagnesemia que también es un desorden metabólico, al comienzo de la lactancia, entre 24 a 72 horas posteriores al parto.

Se caracteriza por un descenso de los niveles de Calcio sérico y sin posibilidad de recuperar la estación. Implicando a los órganos como el hígado, riñones, intestino, esqueleto y hormonas Calcitonina, Paratohormona (PTH) y 1,25 dihidroxi colecalciferol (1,25-(OH)2D3), para aumentar tanto la capacidad intestinal de absorción, como la movilización del tejido óseo y la reabsorción renal. Los niveles de magnesio caen a valores de 1,8 a 1,1 mg/100 ml, se considera un desbalance moderado, pierde el apetito y se reduce la producción total de leche.

La susceptibilidad de hipocalcemia se da más en vaca lecheras como: Jersey, Guernsey, Pardo suizo, Holstein, Shorthorn y Ayrshire. Las vacas adultas de los cinco a diez años de edad son afectadas con mayor frecuencia.

En animales hipocalcémicos la administración de las soluciones de calcio por vía endovenosa, debe realizarse de forma lenta (mínimo 10 minutos para 500 ml) y cuidadosa (a temperatura corporal), y los que se acompañan con la hipomagnesemia se deben de administrar por el alimento 50g de óxido de Mg/animal/día espolvoreado sobre fardo, rollo, paja, heno. 50g de óxido de Mg son equivalentes a 30g de Mg.

PALABRAS CLAVES. Bovinos. Producción, Leche, Calcio, Fosforo, Magnesio.

SUMMARY

In the present work we investigated milk fever (paresis of the parturient, postpartum hypocalcemia), hypocalcemic disorder that develops when the homeostatic mechanisms of body calcium fail to try to replenish calcium loss from the plasma pool is accompanied by hypomagnesemia which is also a metabolic disorder, at the beginning of lactation, between 24 to 72 hours after delivery.

It is characterized by a decrease in serum Calcium levels and no possibility of recovering the season. Involving organs such as the liver, kidneys, intestine, skeleton and hormones Calcitonin, Paratohormone (PTH) and 1,25 dihydroxy cholecalciferol (1,25- (OH) 2D3), to increase both the intestinal absorption capacity and mobilization of bone tissue and renal reabsorption. The magnesium levels fall to values of 1.8 to 1.1 mg / 100 ml, it is considered a moderate imbalance, loses the appetite and reduces the total milk production.

The susceptibility of hypocalcemia occurs more in dairy cows such as: Jersey, Guernsey, Swiss Brown, Holstein, Shorthorn and Ayrshire. Adult cows between five and ten years of age are

affected more frequently. In hypocalcemic animals administration of intravenous calcium solutions should be done slowly (at least 10 minutes to 500 ml) and carefully (at body temperature), and those that are accompanied with hypomagnesemia should be administered by food 50g of Mg oxide / animal / day sprinkled on bale, roll, straw, hay. 50g of Mg oxide are equivalent to 30g of Mg.

KEYWORDS. Bovines Production, Milk, Calcium. Match. Magnesium.

INTRODUCCIÓN.

Hipocalcemia en bovinos es una enfermedad metabólica y según Corbellini C. (2000) La enfermedad es provocada por un desequilibrio entre los elementos que ingresan al organismo, y los egresos de los minerales que sufre pronunciadas variaciones durante el período de transición particularmente el Calcio (Ca), el Fosforo (P) y el Magnesio (Mg), los cambios se imponen al comienzo de la lactancia. Es necesaria la respuesta de órganos como el hígado, los riñones, el intestino y el esqueleto para mantener la homeostasis interna, teniendo un rol clave la hormonas Calcitonina, Paratohormona (PTH) y 1,25 dihidroxi colecalciferol (1,25-(OH)₂D₃) y el grado de sensibilidad de sus receptores específicos, para aumentar tanto la capacidad intestinal de absorción, como la movilización del tejido óseo y la reabsorción renal (Albornoz, 2006).

Los niveles sanguíneos normales de calcio en vacas lecheras fluctúan entre 8,60 y 9,63 mg/dl (Blood y Radostitis 1992; Goff, 2008). Cuando el calcio en el plasma está por debajo de estos límites considerados normales, funciones como la neurotransmisión, contracción muscular y regulación hormonal puede verse afectada. (Blood y Radostits, 1992; Corbellini, 2000, Radostits, 2001).

La forma clínica de la enfermedad (Paresia Puerperal Hipocalcémica) se presenta sobretodo en explotaciones lecheras intensivas. La incidencia promedio puede estimarse entre 5 a 10 %. Se observa más frecuentemente en vacas altas productoras y de mayor edad (Radostits, 2001; Stöber, 2005).

Estudios epidemiológicos demuestran que las anomalías de salud durante el periodo de transición no son eventos producidos independientemente, sino más bien un complejo de trastornos relacionados entre sí (Van Saun, 1997). A modo de ejemplo, si una vaca sufre Hipocalcemia Puerperal (HP) tiene 4 veces más probabilidades de tener retención de placenta y es 2 a 3 veces más propensa a tener una dislocación de abomaso. La retención de placenta aumenta 16,4 veces la probabilidad de incidencia de cetosis, las vacas con dislocación o torsión de abomaso son 1,8 veces más propensas a sufrir de HP, retención de placenta o cetosis (Curtis y col., 1983). Es evidente entonces que si una vaca cursa el periodo de transición libre de enfermedades, se puede esperar un período de lactación productivo y con grandes expectativas de una buena eficiencia reproductiva (Van Saun, 1997).

Fig: 1 CAMBIOS EN LOS CONSTITUYENTES SANGUÍNEOS EN VACAS NORMALES Y EN

DECÚBITO: mg/100ml

	Ca	P	Mg
Normales	9.4	4.6	2.1
Al parto			
Vaquillas	9.0	5.3	2.6
Adultas	8.0	3.9	2.8

Hipocalcemia subclínica

	6-7	2.5-3	3
Fig: 2	DECÚBITO O HIPOCALCEMIA		
Fase I	6.2 ± 1.3	2.4 ± 1.4	3.2 ± 0.7
Fase II	5.5 ± 1.3	1.8 ± 1.2	3.1 ± 0.8
Fase III	4.5 ± 1.1	1.6 ± 1	3.3 ± 0.8

Fuente: MVZ, MSC.DCV MARIO MEDINA Cruz

Dentro de los disturbios metabólicos que pueden padecer las vacas en el periodo peripartal, nos hemos centrado en los desequilibrios minerales que acontecen durante el parto pero también existen desequilibrios energéticos y proteicos. Por ejemplo, el síndrome de movilización grasa que es la principal consecuencia de una mala adaptación del animal al Balance Energético Negativo (BEN) y germen de otras patologías peripartales (cetosis, desplazamiento de abomaso, retención de placenta, mastitis, reducción de la producción, problemas reproductivos y aumento en la susceptibilidad a enfermedades infecciosas (Fernández, 2009; Roberts y col., 2012; Santschi y col., 2011).

Factores de predisposición: La enfermedad aparece por lo general en ganado lechero lactante adulto de alta producción. La susceptibilidad de las diferentes razas en orden decreciente a padecer hipocalcemia es: Jersey, Guernsey, Pardo suizo, Holstein, Shorthorn y Ayrshire. Las vacas lecheras maduras, en el grupo de cinco a los diez años de edad son afectadas con mayor frecuencia debido a una mayor producción de leche, menores reservas de Ca⁺, menor actividad metabólica y mayor grado de depresión del apetito al parto. La hipocalcemia en el momento del parto es más frecuente en vacas en su tercer a séptimo parto, aunque es frecuente en el primer parto. Se han registrado índices de morbilidad anual de 3.5 y 8.8 % en vacas adultas susceptibles, la incidencia ha aumentado en las tres últimas décadas en coincidencia con un aumento en la producción láctea. (Cruz, 2018)

El mecanismo de adaptación metabólica para el calcio no es lo suficientemente rápido al inicio de la lactancia; las vacas requieren aproximadamente de 1 a 2 d para maximizar el flujo de entrada de calcio desde el tracto gastrointestinal y de la médula a la glándula mamaria. (Vaquero, 2016)

Test rápido para el diagnóstico de hipocalcemia a campo:

El fundamento de este test, parte del principio por el cual el EDTA es un factor quelante del calcio sérico. La Sangre para coagular requiere imperiosamente de la presencia de calcio. Sin calcio no se desencadena la coagulación.

En un tubo de ensayo limpio con agua destilada y seco, se vierten 0,8 ml de una solución de EDTA al 1%. Sobre esta solución de EDTA se colocan lentamente 2 ml exactos de Sangre recién extraída correspondientes a la vaca problema. Con un leve movimiento de inversión se mezclan la sangre con la solución de EDTA. Se deja reposar unos minutos (3 a 5). (Sack, 2009)

MANIFESTACIÓN CLÍNICA

Según Martínez. G (2018) La forma clínica se puede dividir en 3 etapas: una primera etapa se caracteriza porque la vaca sufre un breve estado de excitación en forma conjunta con un cuadro de tetania con hipersensibilidad y temblores musculares. Ésta permanece quieta e inapetente. Si el animal es obligado a moverse sus movimientos son dificultosos dada la rigidez de los miembros (tetania) y cae. En la etapa siguiente se observa a la vaca decúbito esternal, y si bien

ya no presenta tetania de los miembros sigue sin poder ponerse de pie. En la tercera etapa el animal muestra un estado de coma con decúbito lateral; no puede levantarse y se produce un meteorismo secundario.

Esta condición puede predisponer al animal a una fiebre de leche. Cuando la hipomagnesemia se vuelve más severa se contraen los músculos de la cara, hombros y flancos y la motilidad del rumen se reduce sustancialmente. Las vacas se ponen nerviosas, irritables, braman y orinan frecuentemente. Al progresar este desorden metabólico el animal muestra espasmos tetánicos de los músculos, los cuales pueden hacer que se tambalee y caiga. Posteriormente el animal arquea la cabeza hacia atrás y chapotea. Estos episodios son recurrentes y si la vaca no se trata oportunamente muere (Goff, 1998; NRC, 1980). Uno de los síntomas más característicos de la hipomagnesemia es que los párpados se mueven y los globos de los ojos oscilan involuntariamente.

Esto puede deberse a varios factores que incluyen: el tipo de pastura, interacción con otros elementos (ej. potasio, proteínas), requerimientos del animal (máximos en épocas de parto postparto), variaciones estacionales en la composición de los forrajes, falta de un reservorio eficiente en el animal, clima frío, etc. El magnesio (Mg) es un elemento macro (que se requieren en grandes cantidades) muy importante que el ganado debe consumir en los niveles adecuados para garantizar su salud. Es fundamental para el correcto funcionamiento del sistema nervioso, como también del enzimático. Los requerimientos de magnesio para vacunos y vacas de cría son de 0.06 a 0.30 g Mg / 100 g de MS. Los niveles normales de Mg en plasma son de 1.8 a 2.0 mg/dl. Valores por debajo de 1.0 a 1.2 mg/dl indican deficiencia de Mg. El Mg se absorbe principalmente en el rumen. La absorción es reducida por el potasio y favorecida por el sodio. Las reservas corporales de Mg son pocas y de difícil acceso. Por ese motivo los aumentos en la demanda por lactancia de la vaca o por crecimiento de los vacunos jóvenes, deben ser cubiertos directamente por el Mg del forraje y si éste no es suficiente puede aparecer la tetania. El potasio (K) es otro mineral importante en la nutrición animal. Demasiado potasio, sin embargo, puede ser perjudicial ya que inhibe la absorción de magnesio.

METABOLISMO Y FUNCIONES DEL MAGNESIO: El magnesio se absorbe en los rumiantes especialmente a nivel rumial, aunque también se absorbe en el retículo y en el omaso. La absorción de este mineral se ve afectada por la fuente del mismo, la concentración de potasio, calcio, grasas, sulfatos, citrato y ácido transaconítico en la dieta. Así como algunos productos de la fermentación que incluyen amoníaco, ácidos grasos volátiles, ácido láctico, dióxido de carbono y ácidos grasos de cadena larga (Kincaid, 1988).

Alrededor del 60% del magnesio que se integra al organismo se localiza en el hueso. Una tercera parte de este se combina con el fosfato y el resto está adsorbido débilmente a la estructura mineral ósea. Esta última fracción se puede movilizar hasta cierto grado en los animales jóvenes. Esta movilización no ocurre por control endocrino y en los animales adultos se da de una manera pobre. Los niveles normales en el plasma sanguíneo para el ganado lechero oscilan entre 1,8 y 2,4 mg/100 ml (Goff, 1998; NRC, 1980; 1989; Reinhardt, 1988).

ORIGEN DEL DESBALANCE: Una vaca de 500 kg de peso vivo tiene alrededor de 243,2 g de magnesio, los cuales se encuentran distribuidos en el organismo de la siguiente manera: 0,7 g en la sangre, 2,5 en todos los líquidos extracelulares, 70 dentro de las células y 170 en los huesos. El magnesio de la sangre y el extracelular está en equilibrio con el del líquido cefalorraquídeo. Este equilibrio es sensible y debido a que no existen mecanismos homeostáticos que lo regulen, depende fundamentalmente de la relación entre los egresos (la producción de un litro de leche remueve 0,15 g de magnesio de los líquidos extracelulares) y el consumo de magnesio dietético.

Tratamiento

La prevención de la hipocalcemia en general se logra a través de modificaciones de la dieta en el periodo de transición de la vaca lechera (3 semanas preparto a 3 semanas postparto). Fundamentalmente las estrategias más difundidas a nivel mundial son:

Según Martínez. G (2018) El suministro de dietas en preparto extremadamente bajas en calcio promueve la adaptación prematura de la regulación metabólica del calcio. Esta estrategia se basa en disminuir los ingresos de Ca en los últimos 30 a 40 días de preñez. Para ser efectiva, las dietas deben proporcionar menos de 20 g/Ca/día disponible y en una relación Ca:P igual o menor a 1:1.

Vías de aplicación

El animal caído significa una urgencia clínica y deber ser atendida lo antes posible. Cuanto más tiempo pase, menor será la probabilidad de recuperación.

En animales hipocalcémicos la administración de las soluciones de calcio por vía endovenosa, debe realizarse de forma lenta (mínimo 10 minutos para 500 ml) y cuidadosa (a temperatura corporal), debido a que paradójicamente cuanto más grave es el cuadro de hipocalcemia, mayores son los efectos cardiotóxicos secundarios a la administración de calcio.

La administración de atropina, sulfato 1 ‰, es recomendable para contrarrestar las arritmias inducidas por la infusión de calcio en las animales hipocalcémicos. (Sack, 2009)

Para tratar la hipomagnesemia se debe de considerar que si un bovino adulto necesita un aporte diario total de 30g de Mg. Suministrar 50g de óxido de Mg/animal/día espolvoreado sobre fardo, rollo, paja, heno. 50g de óxido de Mg son equivalentes a 30g de Mg.

Hipótesis:

El adecuado manejo de los niveles de calcio, fósforo y magnesio en la alimentación de las vacas pre parto, reducirá el porcentaje de vacas con hipocalcemia en el hato ganadero post parto.

Objetivo general.

Determinar los niveles de calcio, fósforo y magnesio para prevenir la hipocalcemia puerperal bovina.

Materiales y Métodos.

La presente investigación, tiene por objeto analizar los factores asociados en el manejo alimentario de las vacas productoras de leche en los hatos ganaderos de la provincia de Manabí, mediante una investigación de revisión bibliográfica.

EL ORO	144.397
ESMERALDAS	254.148
GUAYAS	296.417
LOS RÍOS	101.510
MANABÍ	921.823
SANTA ELENA	2.424

Caracterización del hato ganadero de las provincias de la costa ecuatoriana.

Número de cabezas de ganado en las provincias de la costa del Ecuador



Gráfico: 3, población bovina de la costa ecuatoriana

Número de cabezas de ganado según raza por provincia de la costa del Ecuador

REGIÓN COSTA		Total	Brown S	Cebú	Holstein F.	Jersey	Mestizos	
Criollos	Otras razas							
EL ORO	144.397	21.481	61.479	12.575	1.591	35.151	9.074	3.047
ESMERALDAS	254.148	21.886	67.558	2.810	5.355	108.025	22.983	25.531
GUAYAS	296.417	8.446	73.022	8.875	2.673	171.818	23.698	7.884
LOS RÍOS	101.510	6.426	34.065	1.500	924	41.725	12.311	4.560
MANABÍ	921.823	87.218	209.048	27.349	24.771	328.433	198.164	46.839
SANTA ELENA	2.424	16	762	24		1.100	508	14

INEC 2018 grafico: 4

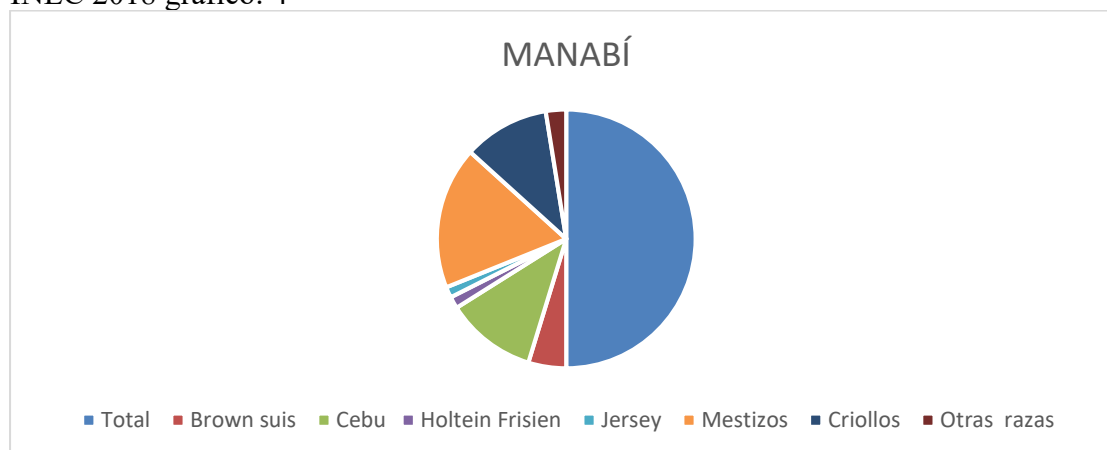


Gráfico: 5, cabezas de ganado según las razas en la Provincia de Manabí
 Uso del suelo según categorías por Hectáreas en la Costa del Ecuador

	Total	Cultivos Permanentes	Cultivos Transitorios	Descanso	Pastos Cultivados	Pastos Naturales	Montes y Bosques	Otros Usos
EL ORO	388.819	59.962	4.758	634	143.017	43.376	101.314	35.171
ESMERALDAS	1.025.614	221.738	6.416	12.339	201.973	200	502.302	80.647
GUAYAS	1.004.396	264.223	213.489	22.223	128.061	40.239	248.080	88.080
LOS RÍOS	632.259	239.916	198.406	13.250	41.732	15.938	80.939	42.078
MANABÍ	1.606.465	214.050	102.868	20.972	755.176	21.912	365.958	125.529
SANTA ELENA	73.467	5.431	3.659	7.356	2.188	131	48.982	5.721

INEC

Gráfico: 6 2018

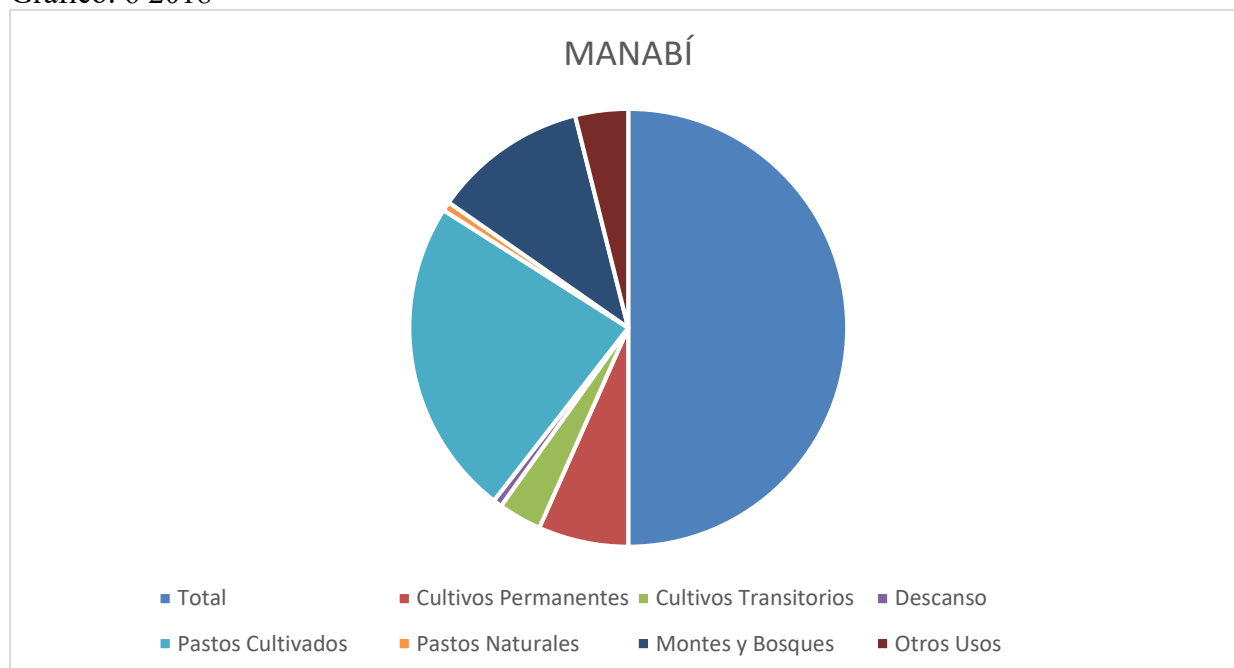
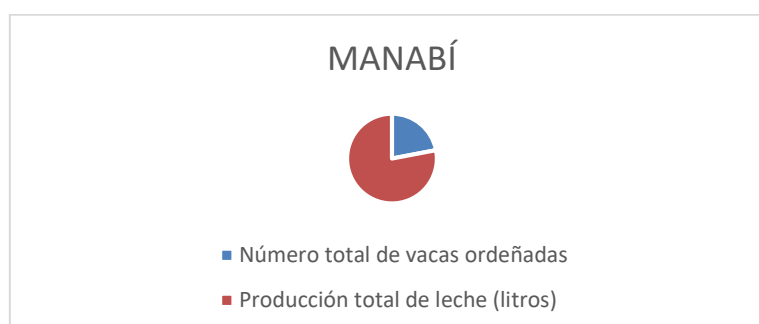


Gráfico: 7, Uso del suelo según categorías por hectáreas en la provincia de Manabí.

Número total de vacas ordeñadas según producción por provincia de la costa del Ecuador	Número total de vacas ordeñadas	Producción total de leche (litros)
EL ORO	9.028	34.174
ESMERALDAS	25.076	101.319
GUAYAS	47.459	160.443
LOS RÍOS	10.138	44.325
MANABÍ	170.221	603.384
SANTA ELENA	135	852

INEC 2018 grafico: 8

**Gráfico: 9 de total de vacas ordeñadas según producción en la provincia de Manabí.**

Como se puede observar en la información procesada por el INEC (2018) la Provincia que tiene la mayor población bovina es Manabí, de las cuales tiene tres razas que por su condición genética de producción de leche están con predisposición de padecer de hipocalcemia, e hipomagnesia, además la Provincia de Manabí es la que lidera en el cultivo de pastos por sobre otros cultivos, la cual produce de alimento a la gran población bovina existente, para el

consumo de carne y de leche. También se puede observar que la provincia de Manabí produce el 43,47% del total de la leche en la región de la costa.

No existen datos del MAGAP sobre la incidencia de estas patologías metabólicas en los hatos ganaderos de Manabí, pero por tener las razas susceptibles.

Conclusiones

- Que el efecto genético de las vacas de razas Jersey, Guernsey, Pardo suizo, Holstein, Shorthorn y Ayrshire. Por su elevada producción de leche aumentando las probabilidades la aparición de esta enfermedad metabólica.
- La paraesia puerperal en animales genéticamente susceptibles aumenta la predisposición de sufrir de retención placentaria y de infecciones del aparato reproductor como son vaginitis y Endocervitis.

Recomendaciones

- Tratar de dar un manejo adecuado de las vacas en las vacas en el periodo de transición disminuyendo los niveles de calcio que se les suministran en los alimentos para que las hormonas que regulan este proceso.
- Cuando las vacas se encuentran en días previos al parto se debe suministrar dietas en donde los contenidos de calcio fosforo y magnesio de los alimentos sean altos para que se incorporen al calcio sanguíneo

Bibliografía

- Albornoz L. (2006). Hipocalcemia puerperal, variaciones de minerales en el periparto y evaluación de tratamientos. Tesis de Maestría, Programa de Posgrados de la Facultad de Veterinaria, UdelaR, Montevideo, Uruguay.
- Alonso-Díez AJ, González-Montaña JR. (1997). Profilaxis de la paresia puerperal hipocalcémica bovina. *Med Vet* 14:610-614.
- Blood DC, Radostits OM. (1992). *Medicina Veterinaria. Volumen II Séptima edición.* McGaw-Hill. 1059 p
- Castells, D. M. (2018). *polidist.* Obtenido de http://www.polidist.com/web/index.php/component/docman/doc_view/92-calcio-en-vacas-post-parto
- Corbellini C. (2000). Influencia de la Nutrición en las enfermedades de la producción de las vacas lecheras en transición. XXI Congreso Mundial de Buiatría, Punta del Este, Uruguay, 689:16.
- Medina Cruz, M. (2018). *HIPOCALCEMIA.* Universidad Autonoma Nacional de Mexico. Facultad de Medicina Veterinaria Y zootecnia. Obtenido de <http://www.ammveb.net/clinica/hipocalcemia.pdf>
- Curtis C R, Erb HN, Sniffen CJ, Smith RD, Powers PA, Smith MC, White ME, Hillman RB, Pearson EJ. (1983). Association of parturient hypocalcemia with eight periparturient disorders in Holstein cows. *JAVMA* 183:559-561.
- Dhiman TR, Sasidharan V. (1998). Effectiveness of calcium chloride in increasing blood calcium concentrations of periparturient dairy cows. *J Anim Sci* 77:1597-1605.
- Fernández, G. (2009). El Periodo de Transición en la Vaca Lechera. Sistema de Revisiones en Investigación Veterinaria de San Marcos. Seminario Avanzado de Investigación-Cajamarca, Universidad Nacional de Cajamarca, Peru, pp 1-5.

Goff, J.P. 1998. Ruminant hypomagnesemic tetanies. *Current Veterinary The-rap: Food Animal Practice*. 4th Ed. Edited by Jimmy L. Howard. W.B.Saunders. Philadelphia, Pa. USA. pp. 1-9

Goff JP. (2008) The monitoring, prevention, and treatment of milk fever and subclinical hypocalcemia in dairy cows. *The Veterinary Journal* 176: 50–57

Horst RL, Kimura K, Goff JP. (1998). Effect of mastectomy on plasma calcium and vitamin A and E metabolism in the periparturient dairy cows. *National Animal Disease Center, 10th International Conference on Production Diseases in Farm Animals*. A8:34-43.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2018. Resumen Disponible:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Kincaid, R. 1988. Macro elements for ruminants. In: *The ruminant animal. Di-gestive physiology and nutrition*. Ed. by D.C. Church. New Jersey. Prin-ce Hall. pp. 326-341

Littledike, E.T.; Young, J.W.; Beitz, D.C. 1981. Common metabolic diseases of cattle: ketosis, milk fever, grass tetany, and downer cow complex. *Journal of Dairy Science*. 64(6):1465-1482

Martínez G. Marcela (2018) Hipocalcemia en vacas. Si se trabaja antes, no hay nada que temer. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – Argentina EEA Salta – Grupo de Producción Animal Disponible: <https://www.engormix.com/ganaderia-leche/articulos/hipocalcemia-vacas-trabaja-antes-t42172.htm>

National Research Council. 1989. *Nutrient Requirements of Dairy Cattle*. 6th rev. ed. Washington, D.C. National Academy Press. 157 p

National Research Council. 1980. Mineral tolerance of domestic animals. *Natl. Acad. Sci.*, Washington, D.C. 577 p.

Radostits, O M; Gay, C C; Blood, D C; Hinchcliff K W. (2001) *Medicina Veterinaria. Tratado de las enfermedades del ganado bovino, ovino, porcino, caprino y equino*. 9ª ed. Vol II, 1687-1698.

Reinhardt, T.A.; Horst, R.L.; Goff, J.P. 1988. Calcium, phosphorus, and magnesium homeostasis in ruminants. *Vet. Clin. North Am. Food Anim. Pract.* 4:331.

Risco C. (2001a). Management of the postpartum dairy cow to maximize pregnancy rate. 34th Annual Conference of the American Association of Bovine Practitioners. Vancouver, Canadá

Roberts T, Chapinal N, LeBlanc SJ, Kelton DF, Dubuc J, Duffield TF. (2012). Metabolic parameters in transition cows as indicators for early-lactation culling risk. *J. Dairy Sci.* 95:3057-3063.

Santschi DE, Lefebvre DM, Cue RI, Girard CL. (2011). Incidence of metabolic disorders and reproductive performance following a short (35-d) or conventional (60-d) dry period management in commercial Holstein herds. *J Dairy Sci* 94:3322-3330.

Sack, W. A. (29 de octubre de 2009). *Engormix*. Obtenido de <https://www.engormix.com/ganaderia-leche/articulos/fiebre-leche-hipocalcemia-bovinos-t28167.htm>

Stöber, M. (2005). Medicina Interna y Cirugía del Bovino. Paresia Puerperal Hipocalcémica. Editorial Intermédica 4ta Ed pp: 1125-1132

Van Saun RJ. (1997). Prepartum nutrition: the key to diagnosis and management of periparturient disease. http://vbs.psu.edu/extension-1/copy_of_resources/pdf/transitioncowhealthandnutrition/prepartum%20nutr.pdf/view. Fecha de consulta 24-05-2019

Vaquero, A. (8 de marzo de 2016). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/AlejandroGonzlez71/hipocalcemia-bovina>

EL USO DE LOS CONECTORES LÓGICOS EN LA REDACCIÓN CIENTÍFICA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORES

Belén Estefanía Cerón Cox
e1755439294@live,uleam.edu.ec
Elsa María Reyna Espinoza
e1315984979@live,uleam.edu.ec
Jordan Gregorio Carrasco Rivadeneira
e1313111658@live,uleam.edu.ec
Klever David Mera Zambrano
e1311389678@live,uleam.edu.ec
Klever Amado Torres Taípe
e1750594531@live,uleam.edu.ec
Leny Mishell Rivilla Canchingre
e1314646892@live,uleam.edu.ec
Nathaly Moncerrate Calderón Pincay
e1726150848@live,uleam.edu.ec
Tamara Vanesa Cobeña Reyes
e1315718021@live,uleam.edu.ec
Valeria Roxana Andrade Barberán
e1311489486@live,uleam.edu.ec

TUTORES:

Lilia Monserrate Villacis Zambrano. PhD.
lilia.villacis@uleam.edu.ec
· María del Mar Hidalgo Cedeño, Mg.
maria.hidalgo@uleam.edu.ec

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal, determinar y analizar la problemática del uso de los conectores lógicos en la redacción científica en los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez.

Para el proceso de recopilación de datos se aplicaron encuestas de tipo cuantitativa y cualitativa; se utilizó el software SPS 21 una vez que se obtuvieron los resultados se pudo analizar e interpretar, que la mayoría de los estudiantes no tienen conocimiento del uso de los conectores lógicos en la redacción científica.

Para finalizar, los resultados obtenidos son la clara realidad actual que está viviendo la población estudiantil, considerando que el poco o casi nulo uso de los conectores lógicos en la redacción, son falencias que se vienen arrastrando desde la educación media básica; motivo por el que se invita a implementar medidas y técnicas de enseñanza-aprendizaje que permitan que los estudiantes universitarios presenten trabajos académicos de calidad.

Palabras Claves: Conectores lógicos, redacción científica, habilidades de escritura.

SUMMARY

The main objective of this research is to determine and analyze the problem of the use of logical connectors in the scientific writing of the students of the Laica University Eloy Alfaro de Manabí Bahía de Caráquez Extension.

For the data collection process, quantitative and qualitative surveys were applied; the SPSS 21 software was used once the results were obtained, it was possible to analyze and interpret, that most of the students are not aware of the use of the connectors logical in the scientific writing. To conclude, the results obtained are the clear current reality that the student population is living, considering that the little or almost no use of logical connectors in the writing, are shortcomings that have been dragging from the basic secondary education; reason why it is invited to implement measures and teaching-learning techniques that allow university students to present quality academic papers.

Keywords: Logical connectors, scientific writing, writing skills.

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente trabajo consiste en describir y analizar el uso de los conectores lógicos en la redacción científica de trabajos académicos de los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

La investigación se realiza con la finalidad de determinar las falencias presentadas por los estudiantes al momento de usar conectores lógicos en la presentación de los trabajos académicos, solicitados en las diferentes asignaturas que se encuentran cursando, y así poder implementar estrategias didácticas para fortalecer las habilidades de redacción que permitan cumplir con el objetivo principal de la misma.

Las habilidades de redacción de trabajos académicos benefician a los profesionales en todas las áreas de conocimiento, permitiendo que al momento de redactar informes éstos sean claros, precisos, sin contenidos ambiguos que se presten para una interpretación errónea de la información presentada, ocasionando la confusión o desinformación de los lectores.

Los resultados de la investigación, permiten implementar herramientas y técnicas de enseñanza-aprendizaje que contribuyen a la formación de competencias en la redacción de trabajos académicos en los futuros profesionales de las diferentes carreras que oferta la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez; cumpliendo con los requisitos fundamentales que contemplan las normas de escritura e investigación científica.

Los conectores lógicos son palabras o expresiones que sirven para entrelazar las ideas en una oración. Los utilizamos cuando hablamos y cuando escribimos. Posibilitan la coherencia en la argumentación, porque ayudan a organizar las ideas en un orden lógico. Algunas conjunciones tradicionales pueden usarse como conectores lógicos. Es decir, a la construcción del sentido a partir de la relación apropiada entre las ideas que lo componen: orden, jerarquía, correspondencia. La segunda, al conjunto de propiedades lingüísticas que indican esas relaciones. (R, 2005)

Los conectores lógicos son un medio fundamental para lograr que un texto no sea una acumulación de oraciones, esto se debe a que relacionan una oración con otra, un párrafo con otro, es decir que estos conectores ayudan a organizar ideas en un orden cronológico para la unión de palabras más importantes haciendo el uso del orden lingüístico.

En la descripción con el nombre de conectores lógicos (Villanueva, 2010) comenta que “los conectores lógicos parcialmente se sitúan al inicio de una frase u oración, para indicar su relación con la anterior, deben usarse correctamente para que el acabado del texto sea más profesional”

Los conectores lógicos son palabras o expresiones que marcan la relación entre ideas. Se suelen situar al principio o cerca del inicio de la oración para indicar su relación lógica con la anterior. Sirven para indicar diferentes tipos de relación entre las oraciones que integran el párrafo y para pasar de un párrafo a otro, por ello han de seleccionarse cuidadosamente.

“En su texto titulado los conectores lógicos explican que los conectores lógicos son palabras que sirven para unificar oraciones, se pueden utilizar cuando se habla o se escribe.” (Dias, 2012, pág. 7)

Los conectores lógicos son palabras o expresiones que sirven para entrelazar las ideas en una oración. Los utilizamos cuando hablamos y cuando escribimos. Posibilitan la coherencia en la argumentación, porque ayudan a organizar las ideas en un orden lógico. Algunas conjunciones tradicionales pueden usarse como conectores lógicos.

(Galeano, 2013), dice “Los conectores lógicos tienen como principal función unir palabras, frases, dentro de un mismo párrafo. Esto ayuda a reducir o ampliar el párrafo, siempre y cuando llevando la coherencia del texto”.

El autor da claramente a entender que estos sirven para unir ideas dentro de un mismo párrafo, establecen relaciones semánticas entre dos distintos párrafos, para pasar de un párrafo a otro, por ello han de seleccionarse cuidadosamente que conectores utilizar.

(Castillo, 2018) Dice “Los conectores lógicos son aquellas estructuras lingüísticas que conectan ideas que tienen entre sí una determinada relación. Al usarlos, el autor comunica a los interlocutores la relación entre una primera idea”

La autora nos da a entender que ayudan a relacionar ideas entre sí, a fortalecer la coherencia de un texto. El uso de los conectores lógicos es de mucha importancia porque una pequeña falla puede cambiar el sentido del texto.

La redacción científica tiene una única finalidad: comunicar eficazmente los resultados de una investigación científica. Para lograr esta meta de manera adecuada e informar con eficacia de los hallazgos conseguidos no es necesario ninguna destreza especial; la redacción científica es una habilidad que se puede aprender, aunque son necesarios algunos requisitos previos, como el dominio del idioma.

La construcción de textos coherentes y bien cohesionados, así como el conocimiento de las normas ortográficas son un requerimiento necesario para adquirir las destrezas necesarias en la redacción científica. (J.A Mary, 2007)

Redactar artículos científicos implica conocer reglas y protocolos relacionados a la argumentación, explicación, ortografía, estilo y edición de textos. Escribir y leer apropiadamente artículos científicos son habilidades clave para los investigadores.

(Padron, 2014) Dice “En la redacción científica los lectores deben encontrar la información suficiente para analizar las observaciones, repetir los experimentos y evaluar los procesos que condujeron a su investigación, y para lograr esto el autor debe tener presente, que la meta es comunicar eficazmente el resultado de la investigación teniendo presente los tres principios básicos de la redacción científica y su estructura y termina cuando el lector entiende lo expresado en él”

La redacción científica es importante para publicar artículos en revistas e informar con eficacia y manejar algunos requisitos en el dominio de idioma para desarrollar destrezas especiales, en la construcción de textos coherentes, mediante todos estos requerimientos necesarios se puede complementar ideas científicas y unirlos para formar una redacción científica en la cual nos permite desarrollar lo más importante de la ciencia en un pequeño párrafo de la redacción y poderla comprenderla.

(Novales, 2010) Dice “El artículo científico constituye el medio comunicativo por excelencia de la comunidad científica. Según la UNESCO, su propósito es comunicar los resultados de investigaciones, ideas y debates de una manera clara, concisa y fidedigna”.

La autora nos da a entender que una redacción científica se debe buscar suficiente información para poder comunicar eficazmente lo investigado, se sabrá que la redacción científica está terminada cuando el lector entiende lo expresado por él. Para escribir un buen artículo científico

hay que conocer y practicar los tres principios básicos de la redacción científica: precisión, claridad y brevedad.

(Delgado, 2016) “Comparte que esta redacción comunica eficazmente los términos científicos investigados, informando de manera adecuada, este tipo de textos se construye tomando muy en cuenta las normas ortográficas ya que son indispensables para un acabado profesional”

La autora da a conocer cuáles son los propósitos de elaborar un artículo científico, este se utiliza para realizar debates de manera clara. Se aprende a investigar y a redactar participando de la práctica cotidiana de capturar imágenes e información, de aprender conceptos, normas y principios, que se plasman en un documento escrito.

En la redacción (Rodríguez C. , 2018) explica que los artículos científicos deben ser bien estructurados que impliquen el uso de reglas ortográficas, una buena argumentación, estilo, edición etc. Se podría decir que la redacción científica conlleva un protocolo muy estricto que debe cumplirse correctamente, para obtener una mejor redacción.

La redacción científica tiene una única finalidad: comunicar eficazmente los resultados de una investigación científica.

Para lograr esta meta de manera adecuada e informar con eficacia de los hallazgos conseguidos no es necesario ninguna destreza especial; la redacción científica es una habilidad que se puede aprender, aunque son necesarios algunos requisitos previos, como el dominio del idioma. La construcción de textos coherentes y bien cohesionados, así como el conocimiento de las normas ortográficas son un requerimiento necesario para adquirir las destrezas necesarias en la redacción científica.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para analizar el uso de los conectores lógicos en la redacción científica se realizó una revisión bibliográfica existente basada en concepto, definiciones y características relativas al tema investigado.

El proceso de recopilación de datos se realizó mediante una investigación cuantitativa para analizar y comprobar datos e información concreta en conjunto con el método cualitativo para comprender las razones que determinan el enfoque fundamental de la investigación.

La institución seleccionada para realizar la presente investigación fue la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez.

La población estudiantil legalmente matriculada es de 634 estudiantes, mediante el cual se tomó una muestra de 90 estudiantes aleatoriamente, se consideró un margen de error del 2.2% y un nivel de confianza del 90%.

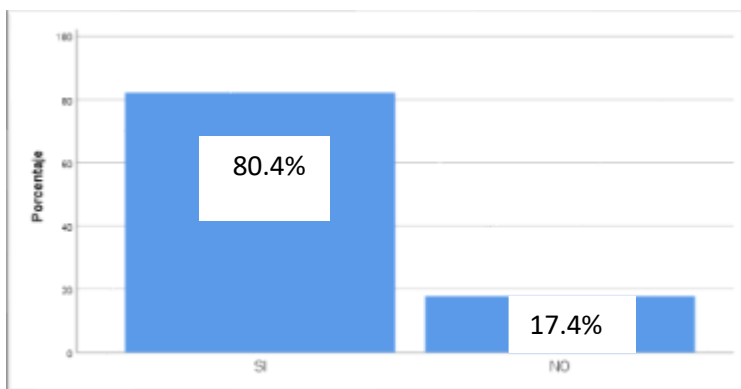
RESULTADOS

El objetivo principal de la investigación es conocer el nivel de uso de los conectores lógicos en la redacción científica de trabajos académicos de los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez, se formó un cronograma de actividades para aplicar las encuestas a los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro, Extensión Bahía de Caráquez, las mismas que fueron aplicadas entre los días 16 y 17 de mayo del 2019.

Una vez que fueron aplicadas las encuestas, se realizó la tabulación de los datos y posteriormente la validación de la información mediante el software SPSS versión 21, herramienta informática que permite comprobar la fiabilidad y validez de la información, partiendo desde el coeficiente alfa de Cronbach.

El valor del coeficiente Alfa de Cronbach es de 0,913 por lo que el instrumento utilizado es altamente fiable presentando una escala estable y está exento de errores aleatorios.

Figura 1:

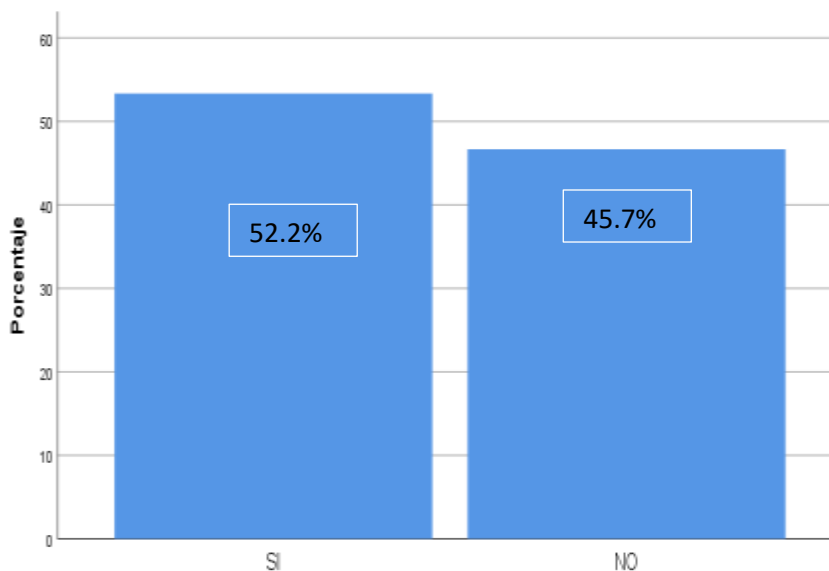


Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes Primer Nivel Contabilidad y Auditoría

Se evidencia que de los 90 estudiantes encuestados el 80,4% utiliza vicios del lenguaje al momento de redactar una noticia o un párrafo, mientras el 17,4% no utiliza los vicios del lenguaje. De acuerdo a estos resultados se puede identificar claramente que los estudiantes no conocen y por lo tanto no utilizan conectores lógicos al momento de redactar los trabajos académicos.

Figura No. 2



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

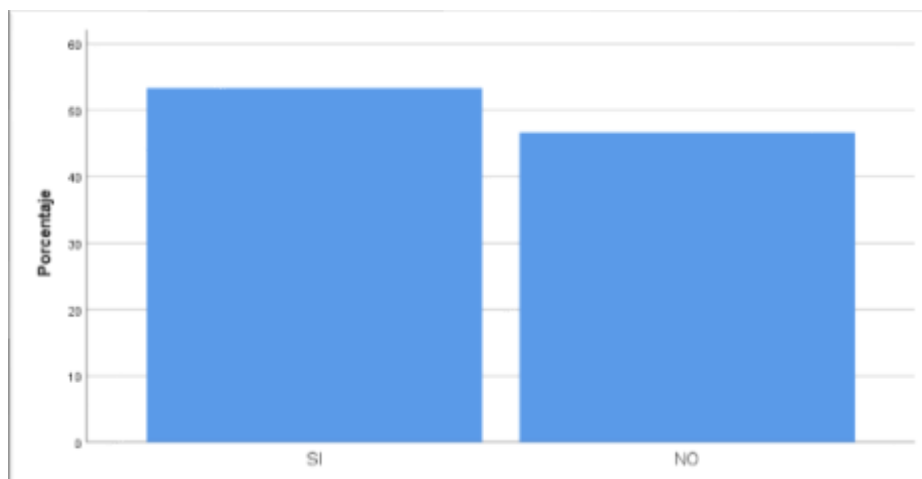
Elaboración: Estudiantes Primer Nivel Contabilidad y Auditoría.

Las evidencias demostraron que el 52,2% si conoce las clases de vicios que puede cometer al redactar una información, mientras que el 45,7% no conoce las clases de vicios y no saben utilizar los conectores lógicos al momento de redactar un párrafo. Mediante los resultados obtenidos de la investigación se concluye que los estudiantes tienen un alto conocimiento referente a las clases de vicios que se cometen al momento de redactar un texto científico, sin embargo como el poco uso de los conectores lógicos permite que éstos vicios de lenguaje se sigan presentando en los trabajos académicos.

Figura No. 3

52.2%

45.7%

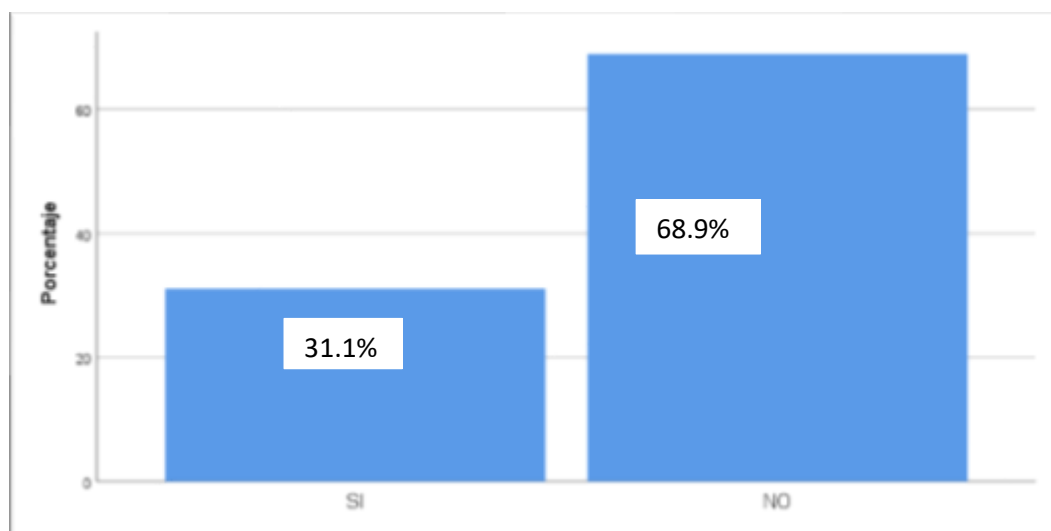


Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes Primer Nivel Contabilidad y Auditoría

Se constata que el 52.2 % si tiene en cuenta las clases de vicios que se cometen al momento de redactar un párrafo, mientras que el 45.7 % no toma en cuenta los vicios al momento de redactar un párrafo. Dado los resultados de la investigación se puede deducir que los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro si tienen en cuenta las clases de vicios que se cometen al momento de redactar un párrafo.

Figura No. 5

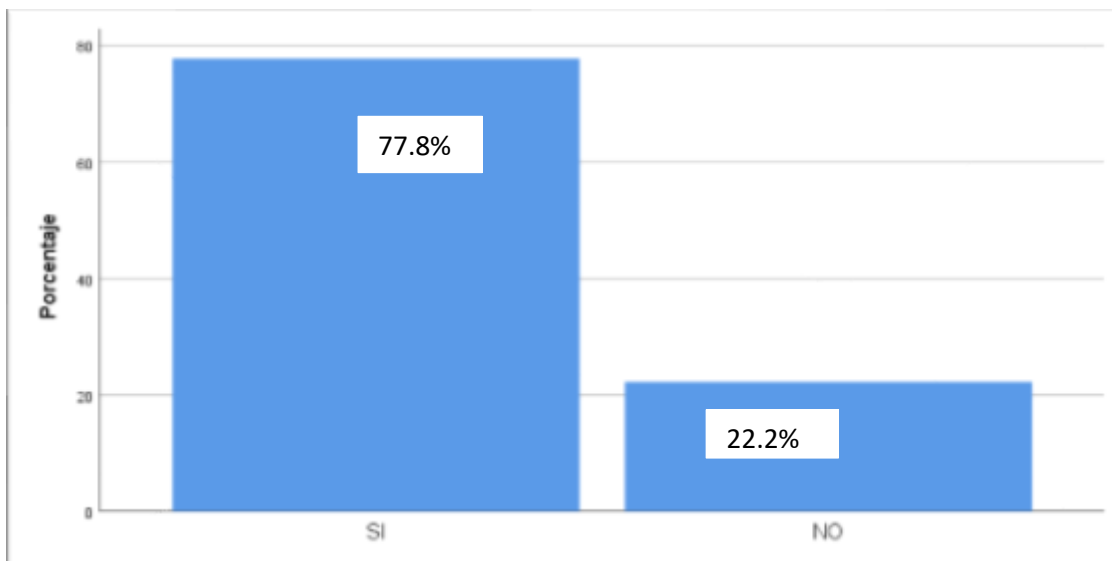


Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes Primer Nivel Contabilidad y Auditoría

Se evidencia que 68.9% que no ha tenido el conocimiento referente a los vicios de lenguaje, el 31.1% dijo que si porque ellos han ido a capacitaciones del tema tratado. Lo que demuestra que una gran carencia de redacción es de manera general, porque no usas las normas esenciales para redactar y el escaso conocimiento de los vicios de lenguaje hacen que se evidencia esta falacia

Figura No. 7:

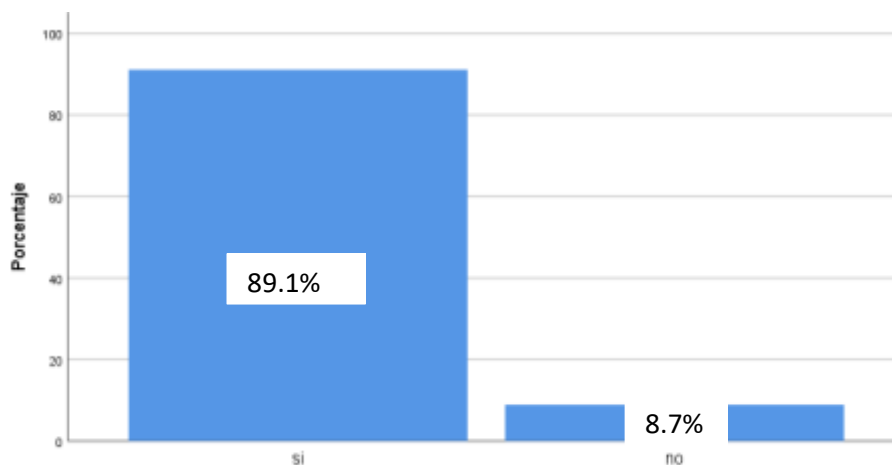


Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes Primer Nivel Contabilidad y Auditoría

Desde 77.8% si creen que los vicios de redacción puedan obtener consecuencias al leer y al escribir un artículo y el 22.2% antes los datos expuestos los estudiantes no conocen de los vicios de redacción para leer y escribir un artículo. Una vez ejecutada la conclusión de la investigación permite inducir que los estudiantes de la Extensión Bahía de Caráquez creen que los vicios de redacción si obtienen consecuencias al leer y escribir un artículo.

Figura No. 8:



Fuente: Estudiantes ULEAM Extensión Bahía de Caráquez

Elaboración: Estudiantes Primer Nivel Contabilidad y Auditoría

Como resultado el 89,1% si afirma que es importante en una redacción utilizar los conectores lógicos, mientras que el 8,7% no utilizan conectores lógicos al momento de redactar un artículo. De acuerdo con los resultados obtenidos se logra deducir que la mayor parte de los estudiantes de la universidad si tienen en cuenta que para redactar un artículo es importante utilizar conectores lógicos,

DISCUSIÓN

La investigación se realizó con la finalidad de conocer si los Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Ext. Bahía de Caráquez tiene conocimiento alguno sobre los conectores lógicos en la redacción académica - científica, debido a que en las encuestas

realizadas más del 80% no tienen conocimiento sobre dicho tema por ende cuenta con falencias al momento de realizar un párrafo para conectar ideas que tienen entre si determinada relación, y que fortalecen la coherencia de los textos y continuidad del desarrollo de los conceptos para que sean párrafos o textos independientes y autónomas porque al momento de tener una falla de conexión cambia íntegramente el sentido todo el texto.

CONCLUSIONES

- La mayoría de los estudiantes encuestados al momento de redactar un trabajo académico científico no toma en cuenta los vicios del lenguaje que se pueden cometer, así mismo no utilizan conectores lógicos al momento de realizar un informe académico.
- Los estudiantes encuestados no han recibido capacitaciones ni seminarios que les permita conocer las técnicas o herramientas necesarias para una adecuada redacción científica que se pueden encontrar en un párrafo.
- Existe la falta de interés por parte de los estudiantes respecto al uso de los conectores lógicos en la redacción científica en contabilidad y auditoría y esto provoca que existan problemas de redacción por parte de los alumnos

RECOMENDACIONES

- implementar nuevas estrategias de enseñanzas sobre el uso de los conectores lógico en la redacción académica hacia los estudiantes de la universidad laica Eloy Alfaro de Manabí ext. Bahía de Caráquez
- crear talleres o tutorías de docente con estudiantes para impartir clases sobre el tema de investigación para así poder superar dichos inconvenientes.
- Utilizar palabras concretas al momento de redactar una información, dando un resultado exacto sin especulaciones que aporte con eficacia a los lectores.

Bibliografía

- Castillo, I. (2018). *Conectores logicos*.
- Delgado, A. (2016). Escuela de Autores. *Revista Comunicar*.
- Dias, A. (2012). Centro de escritura. En *Conectores logicos* (pág. 07).
- Galeano, E. (2013). *Conectores logicos y su funcion*.
- Gamboa, C. S. (15 de Mayo de 2014). *es.slideshare.net*. Obtenido de *es.slideshare.net*: <https://es.slideshare.net/jose159col/etica-profesional-del-contador-34727640>
- Gironzini. (17 de Septiembre de 2015). *www.auditool.org*. Obtenido de *www.auditool.org*: <https://www.auditool.org/blog/auditoria-externa/2041-etica-profesional-del-contador-publico>
- Gomez, G. (11 de 03 de 2002). *gestiopolis*. Obtenido de *www.gestiopolis.com*: <https://www.gestiopolis.com/codigo-etica-profesional-contador-publico/>
- J.A Mary. (2007). *Manual de redaccion cientifica*. Madrid: Universidad de Alcala.
- Miguel, G. (17 de Septiembre de 2015). *www.auditool.org*. Obtenido de *www.auditool.org*: <https://www.auditool.org/blog/auditoria-externa/2041-etica-profesional-del-contador-publico>
- Novalés, C. I. (2010). Artículo científico como medio comunicativo.
- Padron, N. Q. (2014). *La redaccion cientifica*.
- R, J. (2005). *Conector logico*.
- Rodriguez, C. (2018). San Marcos: Universidad Nacional de San Marcos.
- Todocontabilidad. (2 de 9 de 2012). *deberescontabilidad.blogspot.com*. Obtenido de *deberescontabilidad.blogspot.com*: <http://deberescontabilidad.blogspot.com/2012/09/codigo-de-etica-del-contador.html>
- Valencia, D. (13 de Marzo de 2017). *www.ucc.edu.co*. Obtenido de *www.ucc.edu.co*: <https://www.ucc.edu.co/prensa/2016/Paginas/la-etica-profesional-y-el-contador-publico-en-la-actualidad.aspx>
- Villanueva, I. (2010). *Conectores logicos*.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LAS CARRERAS DE LA ULEAM EL CARMEN Y SU RELACIÓN CON TEMAS INVESTIGACIÓN DE GRADO

AUTORES:

Kevin A. Peñaloza kevinalex1997@gmail.com
 Nathaly J. Zambrano natylamaslinda12@hotmail.com
 Fabian B. Narvaez fabian_nar1998@hotmail.com
 Melanie L. Montalvan mel_montalvan@gmail.com

TUTOR

Marlon Paul Serrano, Mg.
marlon.serrano@uleam.edu.ec

RESUMEN

Las líneas de investigación son guías que abarcan procesos, aspectos y definiciones con el afán de articular el horizonte de las investigaciones, el estudio del conocimiento de que plantean las instituciones de educación superior respecto al perfil y la oferta académica. Los temas de investigación de grado es una modalidad de obtención del título universitario de tercer nivel de los egresados, el proceso actual de aprobación de temas de investigación de grado en la Uleam Ext. En El Carmen, presenta deficiencias respecto a la relación que debe existir entre la declaración del anteproyecto de TIG y las líneas de investigación de las carreras. Las autoridades universitarias limitan su accionar a la experiencia confiando en su buena memoria y criterio, antes de aprobación del inicio de trabajos de tesis. La presente investigación se realizó con el objetivo de conocer el rating de los TIG desarrollados a partir del año 2015 y su relación con las líneas de investigación de las carreras de Ciencias de la Educación - Sistemas informáticos – Agropecuaria y Contabilidad y Auditoría. Se aplicó el método inductivo para recopilar y ordenar la información, además el método deductivo para asociar los temas y componer los cuadros estadísticos de distribución de frecuencia con el fin de llegar a conclusiones objetivas, para el efecto se partió de una base de datos proporcionada por biblioteca central de la universidad y la biblioteca de Agropecuaria. Como objeto de estudio se tomó de referencia, todos los TIG (s), lo que representa el 100% de las tesis sujetas de estudio. Al concluir se presentarán los resultados obtenidos que permitirán a las autoridades tomar una decisión académica sobre los proyectos de titulación futuros, también se proporcionará un documento - argumento objetivo para que se trate en los colectivos y debates académicos.

Palabras clave: líneas de investigación, Tesis, Trabajos de investigación, competencias
ABSTRAC

The investigation's lines are guides that include processes, aspects and definitions with the aim of articulating the horizon of the investigations, the study of the knowledge of higher education institutions regarding the profile and the academic offer. The topics of undergraduate research is a modality of obtaining the university degree of third level of the graduates, the current process of approval of subjects of research of degree on Uleam's El Carmen city this process has some deficiency about the relationship, the blueprint and the investigation's lines of each careers. The university authorities limit their actions to the experience, trusting in their good memory and criteria, before approval of the thesis work. The objetc of this investigation is to kwon the TIG(s) rating since 2015 to nowadays of the Agropecuaria, Ciencias de la Educación, Sistemas Informáticos y Contabilidad y auditoría careers. The inductive method was applied to collect and organize the

information, as well as the deductive method to associate the topics and compose the statistical tables of frequency distribution, In order to reach objective conclusions, for this purpose a data base provided by the central library of the university and the agricultural and livestock library was used. the object`s study, all the TIG (s) were taken as a reference, which represents 100%. At the end, the results obtained will be presented, to the authorities to make an academic decision about the future degree projects, and a document will be provided - an objective argument to be discussed in the groups and academic debates.

Keywords: Research lines, Theses, Research works, competencias

INTRODUCCIÓN:

La investigación científica ha permitido el desarrollo de avances tecnológicos, científicos, sociales y culturales, se ha convertido en el camino más aceptado para acortar la brecha que existe entre las hipótesis, dudas, problemas, interrogantes y finalmente la comprobación con fundamentación teórica y o explicación lógica, es decir la generación del conocimiento. Para realizar una investigación científica que cumpla con los lineamientos, parámetros establecidos y objetivos propuestos es preciso delimitar los alcances y limitaciones dentro de una sección o área dividiéndola en partes más pequeñas para así sistematizar los resultados requeridos por la investigación, esta particularidad se denomina líneas de investigación.

Según (Enciso, 2015) manifiesta que las líneas de investigación “son enfoques interdisciplinarios que permiten englobar procesos, prácticas y perspectivas de análisis y definición disciplinaria con énfasis en los aportes de experimental simbólica y creatividad expansiva e inclusiva del Campo de la Comunicación en sus más amplias acepciones y potencialidades”. Permiten una visualización general sobre los temas, materiales, procesos y recursos que se van a tomar en cuenta al momento de realizar una investigación.

El término línea de investigación ha sido objeto de análisis y elaboración por parte de diferentes autores. Para (Barrios, 1990), la línea de investigación es considerada como: el eje ordenador de la actividad de investigación que posee una base racional y que permite la integración y continuidad de los esfuerzos de una o más personas, equipos o instituciones comprometidas en el desarrollo del conocimiento en un ámbito específico (p 5).

(Becerra & Ruiz, 1994) Desde una perspectiva investigativa profunda plantean que la investigación puede ser catalogada como un vector por sus condiciones inherentes como son magnitud sentido y dirección. “Se hace en una determinada cantidad, posee un significado cognoscitivo para algún investigador y sigue un curso determinado por el desarrollo del dominio de la clase de problemas que se trate”, por lo tanto, la línea de investigación debería cumplir con estos parámetros y poseer un sentido epistémico, lo mismo que ayudaría a resolver problemas comunes en la sociedad. (s/p).

Dentro de cada línea de investigación se pueden enfocar diversas tramas conocidas como temas de investigación. Para (Palazzolo, 2011) “comprende la etapa inicial del proceso de escritura de tesis. Su elección, muchas veces, está asociada a la complejidad que implica precisar los límites del propio trabajo”. Aunque, las más sencillas definiciones serán las que mejor orienten los esfuerzos del investigador, aquellas conceptualizaciones que lo conecten con sus propias motivaciones e inquietudes sobre el campo de estudio.

En necesaria una universidad totalmente sintonizada con los cambios coyunturales de nuestra era, al respecto para Rodríguez R, (2011) - Castells, (1998)

El sentido y la misión de la Universidad deben acompasarse con las dinámicas sociales y culturales propias de cada época. Por este motivo, si el mundo ha cambiado dando un giro

de 180 grados en la manera de comunicarse y de acceder al conocimiento en las últimas décadas (Castells, 1998), el curriculum general de la universidad del siglo XXI también debe evolucionar para adecuarse a las demandas de una sociedad en continua transformación y caracterizada por la inestabilidad y la incertidumbre

Sobre la responsabilidad de la universidad con la sociedad y la demanda y expectativa de esta como único ente de desarrollo el autor Rodríguez-Ponce, (2017) Acota que la articulación entre investigación y docencia de pregrado y postgrado no puede soslayarse. Ciertamente, el desafío de la gestión de la investigación en las universidades consiste básicamente en conjugar los talentos, los recursos y las capacidades institucionales, respondiendo con energía intelectual a las demandas y requerimientos de la sociedad del conocimiento, lo que evidencia la gran injerencia en la sociedad.

La interrogante de esta investigación responde a “las líneas de investigación están relacionadas con los TIG(s)”, para ello se contara con la ayuda de los materiales estadísticos como: tabla de distribución de frecuencias, gráficos porcentuales en barras y el análisis objetivo, se desea establecer si el proceso de concordancia y relación se está poniendo en marcha o a su vez difiere y en qué magnitud.

A partir del año 2015 en la unidad de investigación, conjuntamente con coordinadores – docentes y autoridades se conformaron mesas de trabajo para la composición de las líneas de investigación de cada carrera, en este marco fruto de este trabajo se presentó el PLAN DE INVESTIGACION (2016 – 2020) el mismo que fue aprobado y ejecutado hasta la presente fecha y recoge las siguientes líneas de investigación:

Ingeniería agropecuaria: Conocimientos y técnicas agrícolas ancestrales - administración y costos agropecuarios - Agroecología y técnicas amigables con el medio ambiente – Misceláneos

Ingeniería en Contabilidad y Auditoría: Costos y presupuestos – Contabilidad General - Auditoría y Control

Ingeniería en sistemas informáticos: Auditoría y seguridad informática – ingeniería de software

Ciencias de la educación: Dispone de una sola línea de investigación la cual es Innovación educativa, sin embargo posee 3 objetivos importantes los cuales articulan los procesos investigativos y la misma línea de investigación: Fortalecimiento de la investigación – Mejora continua – Análisis y fundamentación científica.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se desarrolló en diferentes etapas, cada una con sus respectivas directrices. se partió de inquietud “las líneas de investigación están relacionadas con los TIG(s)?” se inició la investigación solicitando el total de tesis a partir del año 2015 a la presente fecha, para esta actividad se solicitó la información a las bibliotecas de la Uleam Ext. El Carmen “Planta central como la granja experimental” los datos fueron proporcionados en digital en una hoja electrónica.

Para analizar y representar los resultados del estudio se aplicaron diversas técnicas estadísticas en las que se incluyeron las tablas de distribución de frecuencia gráficos estadísticos¹. Se aplicó también la revisión documental a los TIG(s) realizadas en el caso de incongruencia, para desechar interrogantes de clasificación, se procedió a revisar los antecedentes y objetivos solicitando directamente a la TIG(s) físicas.

¹ Grafico estadístico: Las rep

El estudio fue ejecutado por grupos de trabajo conformado por cuatro integrantes que se encargaron de examinar cada TIG(s), y clasificar los títulos y su respectiva categorización respecto a las líneas de investigación, “análisis deductivo primario”. La información se contrastó solicitando una entrevista con un especialista docente de cada carrera, el cual comprobó, discutió, amplió y confirmó la información procesada, de esta manera se procedió a realizar la tabulación de los datos obtenidos en tablas y sus respectivos gráficos estadísticos para facilitar su comprensión.

Se creó un grupo de avanzada denominado compendio, el cual se encargó de recopilar la información que entregaba cada líder de investigadores, el objetivo fue consolidar la información en una herramienta digital para así disponer de una base de datos ordenada que el mismo tiempo sirve como línea base. Al finalizar se procedió a la narrativa de los resultados, las conclusiones e interpretaciones, discusión, etc.

RESULTADOS

Con el objeto de facilitar la comprensión de la información se vio la necesidad de representar en tablas y gráficos estadísticos, los cuales por su flexibilidad permitió una comprensión a primera visualización. Se inicia con la presentación de ingeniería en sistemas informáticos. Los resultados fueron.

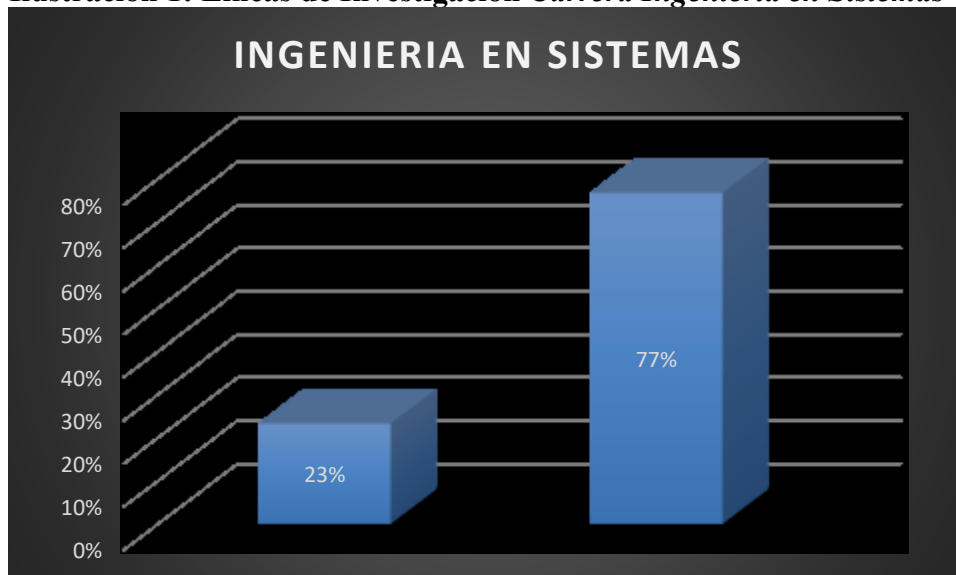
Tabla 6: Líneas de Investigación de Ingeniería en Sistemas.

Líneas de Investigación	Datos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Auditoría Informática	30	30%	39
Ingeniería de Software	99	70%	129
TOTAL	129	100%	

FUENTE: TIG (s). Disponibles en bibliotecas Uleam Ext. En El Carmen

ELABORADO POR: Investigadores

Ilustración 1: Líneas de Investigación Carrera Ingeniería en Sistemas



FUENTE: TIG (s). Disponibles en bibliotecas Uleam Ext. En El Carmen.

ELABORADO POR: Autores

Una vez tabulada la información y con ayuda del gráfico de barras se pudo demostrar que de un total de 129 tesis tomadas como población universal comprendidas entre el periodo 2015 al 2019, el 77% corresponde a 90 trabajos de investigación de grado inclinados por temas relacionados con la ingeniería de software y un 23% que comprende 39 TIG (s) de auditoría informática. Se puede evidenciar que la diferencia porcentual equivale al 54%

Respecto a la carrera de Ciencias de la Educación se obtuvo la siguiente información:

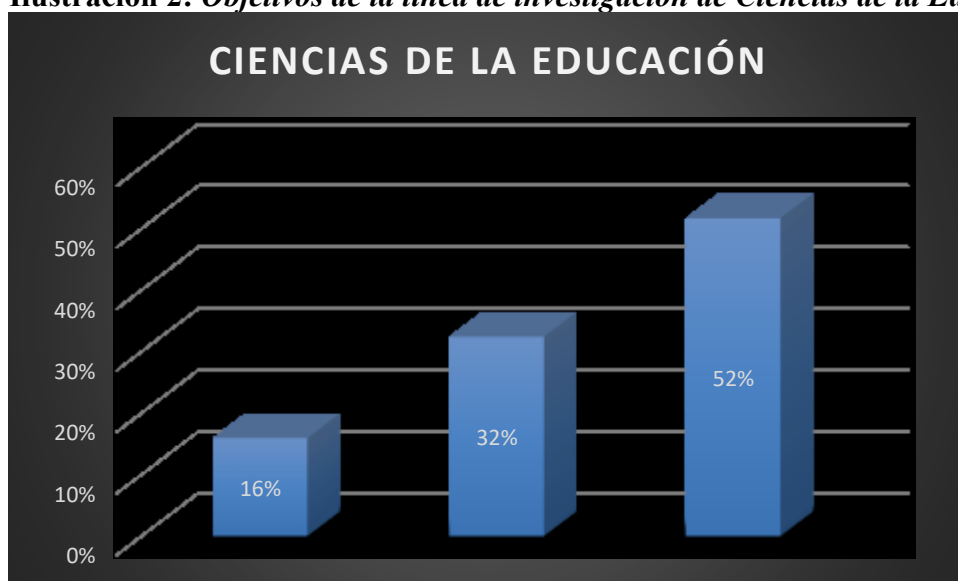
Tabla 7: Objetivos de Investigación de la carrera de Ciencias de la Educación.

Líneas de Investigación	Datos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Fortalecimiento de Investigación	86	16%	86
Mejora Continua	175	32%	261
Análisis Fundamentación Científica	279	52%	540
TOTAL	540	100%	

FUENTE: TIG (s). Disponibles en bibliotecas Uleam Ext. En El Carmen

ELABORADO POR: autores

Ilustración 2: Objetivos de la línea de investigación de Ciencias de la Educación



FUENTE: TIG (s). Disponibles en bibliotecas Uleam Ext. En El Carmen

ELABORADO POR: Autores

La carrera Ciencias de la Educación en su ámbito investigativo se articula en 3 objetivos de una línea de investigación los cuales son: Fortalecimiento de la educación, Mejora continua y Fundamentación científica. De acuerdo a los datos obtenidos de un total de 540 tesis como población se encuentra con una mayor aceptabilidad Fundamentación Científica, el cual comprende el 52% de los temas elegidos por los estudiantes, con un 32% del total de tesis se encuentra la mejora continua y con menor significancia el Fortalecimiento de la investigación que corresponde el 16%. La diferencia que existe entre los valores porcentuales es mínima por lo tanto se podría asegurar que existe una distribución de temas casi equitativos.

Respecto a la carrera de Contabilidad y Auditoría se obtuvo la siguiente información:

Tabla 3: Línea de Investigación de la carrera de Contabilidad y Auditoría

Líneas de Investigación	Datos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Costos y Presupuestos	47	20%	47
Auditoría y Control	122	53%	169
Contabilidad general	61	27%	230
TOTAL	230	100%	

FUENTE: TIG (s). Disponibles en bibliotecas Uleam Ext. En El Carmen

ELABORADO POR: autores

Ilustración 3: línea de investigación de Contabilidad y Auditoría



En la carrera de Contabilidad y Auditoría se evidencia que la directriz Auditoría y control con 122 TIG(s), lidera o se sobrepone a las dos restantes, al momento de revisar el proyecto Auditoría y gestión contable de la Pymes o Ong(s) de los cantones Santo Domingo, El Carmen, La Concordia, Flavio Alfaro... (proyecto que articula las TIG(s)) se conoce que esta realidad responde a los objetivos o tareas del proyecto, en vista que en las empresas el paso uno es ejecutar diagnósticos para poder intervenir posteriormente con soluciones contable o cálculos de costos y presupuestos, es decir la diferencia responde lógicamente a un proceso. Al momento de consultar con el especialista de la carrera se estableció que existe más de 50 TIG(s) disponibles para la segunda etapa la cual es investigaciones de costos o establecimiento de procesos contables.

Se evidencia que se han ejecutado 47 TIG(s) en el área de costos y presupuestos y 61 TIG(s) de Contabilidad general, en este caso si se evidencia una desproporción significativa en vista que hay un diferencia de 14 TIG(s) cuando lo lógico sería una diferencia no mayor a 3 TIG(s) entre una y otra.

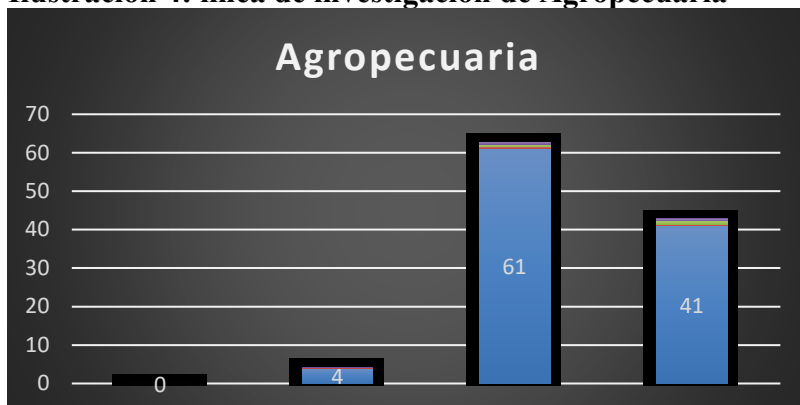
Respecto a la carrera de ingeniería Agropecuaria se obtuvieron los siguientes datos

Tabla 4: Líneas de Investigación de la carrera de Ingeniería Agropecuaria

Líneas de Investigación	Datos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Conocimientos y técnicas ancestrales	0	0%	0
Administración de costos agropecuarios	4	3%	4
Agroecología y técnicas amigables con el medio ambiente	61	58%	65
Misceláneos	41	39%	106
TOTAL	106	100%	

FUENTE: TIG (s). Disponibles en bibliotecas Uleam Ext. En El Carmen

ELABORADO POR: autores

Ilustración 4: línea de investigación de Agropecuaria

Sobre la carrera de agropecuaria se evidencia valores muy significativos mientras 61 TIG(s) equivalente al 58% sobre la línea Agroecología y técnicas amigables con el medio ambiente, se han desarrollado por los egresados, no hay ninguna investigación de Conocimientos y Técnicas ancestrales, ello evidencia un desfase significativo, el especialista docente entrevistado también identifica a esta situación como una debilidad de la carrera.

Otro valor que llama la atención es que 39% de los TIG(s) no encajan en ninguna de las directrices aprobadas, ello significa que los temas no son analizados adecuadamente antes de su aprobación y desarrollo. Sobre la Línea Administración y costos agropecuarios se evidencia que tampoco es prioridad para los egresados, con apenas un 3% de TIG(s) correspondiente a 4 tesis.

DISCUSION:

Partiendo de la interrogante: “las líneas de investigación están relacionadas con los TIG(s)”, se ha verificado el cumplimiento parcial, mientras algunas carreras como Contabilidad y Auditoría presentan justificaciones objetivas de la diferencia de los TIG(s) desproporcionados, la Carrera de Agropecuaria presenta un desfase extremadamente amplio, pero en este caso no se ha desarrollado en absoluto dos de las líneas de investigación, específicamente lo que se relaciona a Adm. Costos agropecuarios y cultivos ancestrales que en este caso no hay ningún TIG que evidencie alguna investigación al respecto.

En el caso de Ingeniería de sistemas la desproporción equivalente al 40% entre Ingeniería de software y Seguridad y Auditoría informática, llama la atención de forma tal que se evidencia una débil planificación al momento de aprobar los TIG(s). En este caso existen dos interrogantes adicionales ¿se ha socializado las líneas de investigación? O ¿Se ha dejado que los estudiantes egresados y en capacidad de desarrollo de TIG (s) postulan y ejecutan sin un control previo? Por otro lado la línea de investigación Ingeniería de Software puede tener estar justificada en la innovación y la creación de nuevas alternativas tecnológicas e instrumentos que ayudan a la sociedad para mejorar procesos de forma sistemática y automatizada.

Respecto a Ciencias de la Educación los resultados encontrados evidencian que en un 52% se han desarrollados los TIG(s) en la línea Fundamentación Científica, debilitando las dos adicionales, en este caso debería equilibrarse a un 33% con una holgura más menos un 5% que no debería ser mayor para llegar a un equilibrio proporcional lógico y operativo.

Se evidencia que el proceso de asignación de los TIG(s) hay debilidad y deficiencia justamente por no disponer de una base de datos que articule la aprobación de los

anteproyectos de TIG(s) a más de ello se identifica una descoordinación por parte de los entes relacionados como Comisión Académica Coordinadores de carrera, Tutores de TIG(s) y Egresados.

CONCLUSIÓN:

Para llegar a un proceso de TIG(s) idóneo se llega a la conclusión que la única manera es la solución integral la cual requiere un diagnóstico profundo que debe cumplir 3 pasos importantes:

PRIMERO: Discutir en el seno del colectivo y debate académico los resultados de esta investigación, para reformular, actualizar, fusionar o eliminar las líneas de investigación de cada carrera en función del perfil de la carrera y el egresado

SEGUNDO: Creación de un proyecto integrador de pertinencia donde se establezca los requerimientos de la sociedad productiva y que articule el proceso sustantivo VINCULACION – ACADEMIA - INVESTIGACIÓN – TIG(s) pero que fomente los requerimientos en líneas de investigación operativas y de asistencia a la sociedad, es decir la universidad haga presencia más efectiva y justificada.

TERCERO: Actualizar la base de datos y la línea base constantemente con el objeto que principalmente las autoridades académicas hagan uso de ella antes de la toma de decisiones.

Finalmente se acota que bajo los resultados presentados todas las carreras necesitan ajustes a sus líneas de investigación y los TIG(s) unas más otras menos, sin embargo, la única carrera que justifica un repunte de TIG(s) sobre las otras líneas de investigación es Contabilidad y Auditoría en vista que disponen de un proyecto que articula los TIG(s) y dentro de sus objetivos esta ejecutar primeramente la Auditoria y control.

Bibliografía

Barrios, M. (1990). *Criterios y Estrategias para la definición de Líneas de Investigación y prioridades para su desarrollo*. Caracas: UPEL.

Becerra, A., & Ruiz, B. (1994). Líneas de Investigación. Obtenido de http://doctoradoulacyordis.blogspot.com/2015/02/lineas-de-investigacion_15.html

Enciso, L. (2015). <http://lilianaenciso.com>. Obtenido de <http://lilianaenciso.com>

Palazzolo, F. (2011). *printfriendly.com*. Obtenido de <https://www.printfriendly.com/p/g/4nzvfk>

Rodríguez, I. R. (2012). ¿Cómo afrontar el trabajo fin de grado? Un problema o una oportunidad para culminar con el desarrollo de las competencias. *Revista Complutense de Educación*, 22(2), 179-193.

Rodríguez-Ponce, Emilio. (2017). Los desafíos estratégicos para la gestión de la investigación universitaria en la sociedad del conocimiento. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(3), 362-365. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000300362>

DIAGNÓSTICO PSICOSOCIAL DEL SUJETO QUE APRENDE: ESTUDIO DE CASO

AUTORES

Cedeño Cedeño María Alexandra
alexmuchachita@gmail.com

TUTORA

Lic. Victoria Andrade Torres Mg.
vickyantodezam@hotmail.com

RESUMEN:

La investigación, consistió en un diagnóstico de las tensiones psicosociales en el aprendizaje que presentan estudiantes en su contexto familiar y escolar: historias de vida en la cual el objetivo de esta investigación fue el describir características psico sociales de los sujetos que participan del acto educativo en función de sus contextos escolares y familiares, y que surge en base a problemas del aprendizaje que existen en los estudiantes por situaciones coyunturales de la familia, por razones afectivas y de comunicación intrafamiliares. La población de estudio fueron estudiantes de décimo año de Educación Básica de la Unidad Educativa Augusto Solórzano Hoyos, teniendo como muestra específica a dos estudiantes de este nivel. Dicho análisis, ayudó a la comprensión de la realidad del sistema educativo actual que posee el Ecuador para así pensar en el diseño de estrategias de mejora en la aplicación de dicho sistema, que favorezca la permanencia y eficiencia del mismo, mediante la creación de observación para su mejor comprensión. La investigación se realizó en base a la metodología de la observación, método cualitativo entre otros, obteniendo información de diversas fuentes, como documentos de ficha de observación, carta de compromiso, entrevista a profundidad. Uno de las conclusiones a las que llegamos en este estudio es que los estudiantes que tienen niveles cognitivos altos tienen características psicosociales integradoras del sujeto que aprende en relación con el contexto en que ellos permanecen.

PALABRAS CLAVES: cualitativo, observación, compromiso, prácticas, aprendizaje, metodología.

ABSTRACT

The research consisted in a diagnosis of the psychosocial tensions in the learning presented by students in their family and school contexts: life stories in which the objective of this research was to describe the psycho-social characteristics of the subjects participating in the educational act in function of their school and family contexts, and that arises based on learning problems that exist in students due to conjunctural situations of the family, for affective reasons and intrafamilial communication. The study population was students of the tenth year of Basic Education of the Educational Unit Augusto Solórzano Hoyos, having as a specific sample two students of this level. This analysis helped to understand the reality of the current educational system that Ecuador has in order to think about the design of improvement strategies in the application of this system, which favors its permanence and efficiency, through the creation of observation for your best understanding The research was carried out based on the methodology of observation, qualitative method among others, obtaining information from various sources, such as observation file documents, letter of commitment, in-depth interview.

One of the conclusions reached in this study is that students who have high cognitive levels have psychosocial characteristics integrating the subject that learns in relation to the context in which they remain.

KEYWORDS: qualitative, observation, commitment, practices, learning, methodology.

Introducción

La investigación que tiene como título Diagnóstico psicosocial del sujeto que aprende: Estudio de caso, consistió en un diagnóstico de las tensiones psicosociales en el aprendizaje que presentan estudiantes en su contexto familiar y escolar: historias de vida en la cual el objetivo de esta investigación fue el describir características psico sociales de los sujetos que participan del acto educativo en función de sus contextos escolares y familiares, investigación que nace del proyecto integrador de saberes de los estudiantes de segundo nivel de la carrera de Pedagogía de Idiomas Nacionales y Extranjeros, como requisito de aprobación del semestre y cuyo objetivo es de conocer las características psicosociales que afectan en el aprendizaje del sujeto que aprende.

La investigación narrativa se utiliza cada vez más en estudios sobre la experiencia educativa. Tiene una larga historia tanto dentro como fuera de la educación. Según Connelly y Clandinin (1995) la razón principal para el uso de la narrativa en la investigación educativa es que los seres humanos somos organismos contadores de historias, organismos que, individual y socialmente, vivimos vidas relatadas.

Como modo de conocimiento, el relato capta la riqueza y detalles de los significados en los asuntos humanos (motivaciones, sentimientos, deseos o propósitos), que no pueden ser expresados en definiciones, enunciados factuales o proposiciones abstractas, como hace el razonamiento lógico formal.

En cuanto al desempeño escolar Kanekar (1977) menciona que una alta ansiedad puede facilitar la ejecución de una tarea cuando las respuestas correctas dominan. En el rendimiento académico, mientras más inteligentes sean los estudiantes se espera que las respuestas correctas sean las dominantes.

La salud psicológica se relaciona con la percepción de la interacción familiar y la confrontación con sus progenitores (Amerikaner y Monks, 1994). Así, la responsabilidad que tienen los estudiantes sobre sus acciones se vincula con su percepción sobre las responsabilidades familiares que toman sus padres (Taylor, Field, Yando et al., 1997). Strage y Brandt (1999) señalan que la autonomía paterna es un predictor de la calificación de los estudiantes, el nivel de confianza, la persistencia, el involucramiento y la compenetración en la tarea. Por esto consideran que las características de los padres son un predictor del ajustamiento y el éxito.

Por otra parte, la soledad es un factor psicológico y potencialmente estresante, resultado de carencias afectivas, reales o percibidas, que puede tener un impacto diferencial sobre el funcionamiento y salud física y psicológica del sujeto (Montero y Sánchez-Sosa, 2001). De esta manera, la respuesta de los estudiantes al estrés está relacionada con sus características de personalidad que juegan un papel importante en sus propias vidas y proveen las bases para el aprendizaje social en el caso del abuso del alcohol y de los factores de riesgo que contribuyen a su uso entre los universitarios (Williams y Clark, 1998).

MATERIALES Y MÉTODOS.

“La investigación cualitativa exige el reconocimiento de múltiples realidades y trata de capturar la perspectiva del investigado”. De acuerdo con (Fetterman, 1989) por lo tanto esta metodología cualitativa se basa en la recogida de información basada en la

observación de comportamientos naturales, y respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados del sujeto de estudio. (Pelekais, 2000), “ofrece al investigador métodos y herramientas viables y confiables para hacer de la investigación una fuente de información para la toma de decisiones”. Se considera que este método es aquel donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones o instrumentos en una determinada situación o problema.

Con lo expuesto, el estudio siguió las pautas del método biográfico-narrativo, definido así: “Método puede utilizarse así para denominar las diversas estrategias que, dentro de cada metodología, existen (o habrán de existir)” (Follari, 2014), mediante el cual permite a un investigador obtener datos relevantes e importantes para la posible solución a las problemáticas existentes, “Hunter McEwan (1997) dice que la narrativa es la forma propia para caracterizar las acciones humanas” (Botía, 2002), las cuales han sido parte de la trayectoria de vida de un individuo y que de una u otra forma son significativamente para obtener resultados significativos del sujeto de estudio objeto de la investigación, y además nos sirvió a través de varias técnicas como la observación, la documentación y la conversación recoger la información para después interpretarla y responder a los aspectos del tema en estudio, es decir las características psicosociales del sujeto que aprende en los diversos contextos en donde este se desarrolla.

Técnicas y procedimientos de investigación: Para llegar al estudio a profundidad del sujeto objeto de investigación, empleamos las siguientes técnicas de recogida de datos, así tenemos:

Entrevista en profundidad.- “La entrevista a profundidad se entiende como los encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y el entrevistado, que tienen como finalidad conocer la opinión y la perspectiva que un sujeto tiene respecto de su vida, experiencias o situaciones vividas” (Tomás J. Campoy Aranda & Elda Gomez Araújo, s.f.). “Es un intercambio verbal que nos ayuda a reunir datos durante el encuentro de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia de acuerdo a la temática programada por el investigador, quien da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico” (Gisela I Díaz & Rafaela Andrés Ortiz, 2005) citó a (Nahoum, Ch., 1985). Esta técnica de investigación fue utilizada para determinar los aspectos psicosociales del sujeto que aprende, para lo cual se siguió con el protocolo de prácticas, diseñando el instrumento, en la cual se partió del estudio de los estadios evolutivos de Jean Piaget, es decir las características de cada etapa de crecimiento. La entrevista a profundidad se la realizó en el contexto de la familia.

Revisión documental.- “La revisión documental es seguramente, por sus características, la fase del proceso de investigación educativa que antes se ha visto influenciada por el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación” (David Rodríguez Gómez & Jordy Valldeoriola Roquet, s.f.). “Para algunos esta es una técnica de recolección de información, para otros es un tipo de investigación y para otros es un instrumento” (Rojas, 2011). Sobre esto, nos queda en decir que los documentos referidos en el estudio, posibilita información en el contexto escolar, en cuanto al record académico, disciplinar y de comportamiento, que revisado los archivos institucionales no tienen antecedentes que reste su capacidad cognitiva, y según los Docentes las calificaciones en el inglés son altas.

Observación.- “Una observación debe prepararse previamente, mucho más si es estructurada. Por tanto, es necesario preparar un plan de observación” (Rojas, 2011). “En la investigación social o de cualquier otro tipo, la observación y fundamentalmente los registros escritos de lo observado, se constituyen en la técnica e instrumento básico para producir descripciones de calidad” (Martínez, 2017), teniendo presente que esta técnica

la aplicamos en varios momentos. En el contexto escolar para la selección del caso en estudio, con observaciones del comportamiento dentro y fuera del aula. En el contexto familiar y social, para conocer sobre la convivencia entre el sujeto y su entorno, teniendo de manera directa algunas características que determina al objeto de estudio, asumiendo que el acercamiento nos dio la pauta para la narración de la historia de vida de los sujetos.

Población y Muestra:
 Población: Estudiantes del colegio Augusto Solórzano Hoyos.
 Muestra: a. Figueroa Loor Jomayra Elisabeth.
 b. Cardona Bravo Heidy Geomara.

Análisis e interpretación de resultados

La investigación permitió conocer de los sujetos de estudios situaciones significativas que aportan a su desarrollo cognitivo, como las buenas relaciones intrafamiliares del contexto familiar, la comunicación directa con sus padres que le daban relevancia a sus responsabilidades académicas, de acuerdo a los resultados que se muestran, es decir un entorno familiar favorable para el sujeto que aprende.

Conocer el contexto familiar de los objetos de estudio nos permitió acceder al entorno en el que crecieron y nos ayudaron a comprender mejor su forma de ser, pensar y actuar. En primer lugar debemos señalar que las alumnas conviven en un entorno familiar donde la comunicación y la educación de los valores son fundamental, así como en las tareas escolares son muy responsables, de acuerdo a las narraciones de muchos de sus familiares a la hora de comentar sus experiencias personales demostrando el gran vínculo que les une y que los tienen muy presentes. Igualmente no dudan en admitir la influencia de sus familiares en sus propias decisiones, lo que nos deja ver lo importantes que son en sus vidas. Por otra parte nos narran con gran emoción al recordar etapas pasadas de sus hijos. La alumna Figueroa Loor Jomayra Elisabeth es una niña muy organizada en casa como en la escuela, lo único que es un poco callada y muy tímida, pero la alumna Cardona Bravo Heidy Geomara es una niña muy explosiva y no es cariñosa y es poca comunicativa y si tiene algo que decir lo dice con palabras muy pensadas.

La presencia o ausencia de referencias docentes en el contexto familiar es otro aspecto importante en su identidad personal y estudiantil. Hemos observado que el estar rodeadas de familiares les han inculcado el ejecutar sus tareas y obligaciones de manera autónoma ya que desde pequeñas han sido unas niñas muy responsables.

Contexto familiar

Conocer el contexto familiar de los objetos de estudio nos permitió acceder al entorno en el que crecieron y nos ayudaron a comprender mejor su forma de ser, pensar y actuar. En primer lugar debemos señalar que las alumnas conviven en un entorno familiar donde la comunicación y la educación de los valores son fundamental, así como en las tareas escolares son muy responsables, de acuerdo a las narraciones de muchos de sus familiares a la hora de comentar sus experiencias personales demostrando el gran vínculo que les une y que los tienen muy presentes. Igualmente no dudan en admitir la influencia de sus familiares en sus propias decisiones, lo que nos deja ver lo importantes que son en sus vidas. Por otra parte nos narran con gran emoción al recordar etapas pasadas de sus hijos. Hemos observado que al ser sus familiares les han inculcado el ejecutar sus tareas y obligaciones de manera autónoma ya que desde pequeñas han sido unas niñas muy responsables. De esta forma les han ayudado a desarrollar sus conocimientos y el desenvolvimiento en diferentes etapas del proceso cognitivo, propuesta por Piaget describiendo al estudio del sujeto que aprende en los diversos contextos en donde este se desarrolla.

Etapas sensorio – motora o sensomotriz (0-2 años)

Lo que define a esta etapa es la obtención de conocimiento a partir de la interacción física con el entorno inmediato, el desarrollo cognitivo se articula mediante juegos de experimentación, teniendo presente su crecimiento y desarrollo, en este sentido, los sujetos de estudio, que son los objetos de investigación indistintamente repiten palabras como mamá, papá, agua reconocen el entorno a temprana edad, como de juguetes u otros recurso para la diversión en la cual ellos sabían a quienes pertenecían cada cosa en su hogar y tenían acercamiento más por su padre ya que era el quien pasaba con ellas el mayor tiempo.

En esta etapa es donde los niños tienden a repetir todo lo que escuchan en su entorno, esta es una forma eficaz de experimentar con diferentes sonidos y mejorar las habilidades, además el niño a conocer los diferentes colores características de cada objeto, muestran la capacidad para clasificar los objetos en categorías y así mismo la ubicación de cada; lo que es arriba abajo, dentro o fuera.

Etapa pre operacional (2 a 7 años)

De acuerdo a esta fase operacional empiezan a ganar la capacidad de ponerse en el lugar de los demás, actuar y jugar siguiendo roles ficticios y utilizar objetos de carácter simbólico.

En esta etapa las niñas empezaron a conocer los colores Jomayra desde los 2 años debido a que sus familiares les enseñaba y Heidy también desde 2 años debido a que fue al FODI y en la cual fue reconociendo los diferentes objetos por ejemplo zapatilla, vaso, se vestían por si solas no del todo bien pero lo hacían, aprendieron a expresarse al escuchar a los que vivían en su entorno menos a decir groserías ya en los hogares lo primordial son los valores y sus familiares las castigaban si decían alguna grosería, y al ser tan pequeñas aprendieron cada enseñanza y los valores que se les inculcaron, por otra parte Jomayra fue a la escuela a los 6 años paso directamente a primer grado ya que ella vivían con sus padres en un campo y en la cual ella era una niña que le gustaba compartir sus juguetes con los demás niños, y Heidy fue desde los 2 añitos fue a la escuela en la cual ella le gusta ir también compartía sus cosas con los demás compañeros y más era cerca a los niños barones, y una ocasión sus padres le llegaron a castigar a la niña debido a una malcriadeza en la calle.

Etapa de las operaciones concretas (7 a 11 años)

Uno de los síntomas típicos de que un niño o niña ha accedido a la etapa de las operaciones concretas es que sea capaz de inferir que la cantidad de líquido contenido en un recipiente no depende de la forma que adquiere este líquido, ya que conserva su volumen.

En esta etapa las niñas querían estar siempre bien presentadas debido a que desde pequeñas siempre fueron cuidadosa en ese sentido, los familiares fueron participe de que las niñas siempre estuvieran arregladas, Jomayra su comida favorita era el ceviche y en Heidy el arroz con pollo, también eran muy colaboradoras en el hogar con las tareas en casa, pero más le gustaban tener arreglado su cuarto bien presentado y ordenado, por otra parte con las tareas escolares siempre fueron realizadas en casa ya sea que tenían día libre, y ya que pasaban en casa debido a la sobreprotección sus familiares no les permitía salir. La curiosidad por el sexo opuesto la tuviera desde edad temprana ya que en la escuela Jomayra por ser muy simpática y amigable pero más tenía amistades de niños barones, y en el caso de Heidy también era una niña muy amigable y también tenía más apego con los niños barones siempre más pasaba con ellos que con niñas del mismo sexo.

En esta etapa poseen la capacidad de elegir y relacionarse con los demás, y en el caso de Jomayra y Heidy siempre eran amigables y más le gustaba tener amistades del sexo opuesto, y siempre se han llevado mejor con los niños barones.

Etapa de operaciones formales (12 a 14 años)

En este periodo en que se gana la capacidad para utilizar la lógica para llegar a conclusiones abstractas que no están ligadas a casos concretos que se han experimentado de primera mano. Por tanto, a partir de este momento es posible “pensar sobre pensar”, hasta sus últimas consecuencias, y analiza y manipula deliberadamente esquemas de pensamiento, y también puede utilizarse el razonamiento hipotético deductivo.

En esta etapa se pudo determinar que las niñas tiene diferentes actitudes en el caso de Jomayra salían con ocurrencias, le gusta hablar mucho con sus abuelito, no le gusta estar aislada de los demás, cuando hay un problema busca la forma para solucionarlo no tiene preferencia para alguna materia ni para ningún maestro para ella son iguales, le gusta participar mucho en la vida escolar ha sido presidenta de su curso y ser una líder de sus compañeros, siempre le gusta andar bien presentada y es una niña muy activa en el colegio y en la cual tiene muy buenas calificaciones. Y en el caso de Heidi también suele salir con pequeñas ocurrencias, no habla mucho con su madre, le gusta estar bien presentada y arreglada ha sido también ha sido presidenta del curso en la cual ha tenido liderazgo con sus compañeros y por tener excelentes calificaciones, es muy activa si hay alguna situación inesperada busca solucionarlo, no tiene preferencias para ningún maestro ni por ninguna materia.

Contexto escolar

"La escuela no puede llegar a cumplir su misión educativa sin problematizar sobre el contexto social que la rodea, si bien ha de armonizar esta sociedad y, desde ella, seguir trabajando activamente para la mejora de la vida personal y comunitaria". Así como (Marianella Castro Pérez & María Esther Morales Ramírez, 2015) Caldwell (1993), citado en Romo (2012)

Figuroa Llor Jomayra Elisabeth, estudiante del colegio Augusto Solórzano Hoyos del “10” “B” se observó como una estudiante muy participativa y destacada en el aula, de acuerdo a las investigaciones en los diferentes departamentos de la institución educativa, el record académico posee notas sobresalientes en cada uno de sus asignaturas también se escucharon buenas referencias de la adolescente en comportamiento y actitudes, no se involucra en peleas ni discusiones, en inspección general no existen reportes de mala conducta con compañeros o maestros al contrario relatan que es muy buena alumna y que tiene muy buenos valores, en los informes del DECE no existen antecedentes de malas conductas.

Cardona Bravo Heidi Geomara, estudiante del “10” “D” del colegio Augusto Solórzano Hoyos se caracteriza por ser una chica muy participativa y activa dentro y fuera del aula de clases, responde preguntas está atenta a lo que el maestro explica en sus clases, tiene sus cuadernos muy organizados y bien llevados, y de acuerdo a las investigaciones en los diferentes departamentos de la institución educativa su record académico evidencia excelentes notas, en los informes del DECE no consta ningún reporte de mala conducta y en inspección general no hay registro de peleas o malas aptitudes con compañeros ni docentes.

Contexto social

La alumna Figuroa Jomayra vive en el “Guabal” es un sector muy transitado ya que es una vía que conecta a las diferentes provincias, donde se evidencia presencia policial, las canchas deportivas están muy cerca del lugar de residencia, no se observó la presencias de personas de mala reputación ni lugares de diversión como billares o casa de citas, se muestra un ambiente agradable y salubre, la niña vive en casa con sus abuelitos terreno propio, , sin embargo no sale de casa debido a que en las mañanas le ayuda en las tareas de casa a su abuelita, y en las tardes estudia.

La alumna Cardona Heidi vive en “santa fe” un sector muy apartado de la vía principal, no se evidencia presencia policial, las canchas deportivas están alejadas del lugar de residencia, se evidencia la presencia de personas de mala reputación, no se observó lugares de diversión, como billares o casa de citas, sin embargo se muestra un ambiente agradable y salubre, la niña se encuentra rodeados de familiares ya que el terreno es herencia familiar, sin embargo no salen de casa debido a que en las mañanas realiza sus tareas y le ayuda en tarea del hogar a su madre y en las tardes estudian, sin embargo los fines de semana si se vinculan con sus primos y amigos, ya que su madre manifiesta que días de semana son para estudiar y fines de semana para pasear y salir con amigos y familia siempre y cuando deje todo realizado para que tenga el debido permiso.

Jomayra en el contexto social posee una buena armonía con sus vecinos y amigos en el contexto escolar se la vio rodeado de amigos que comparten con ellos le gusta platicar más con sus compañeros varones, y también es una chica que le gusta compartir mucho con sus abuelitos.

Heidy en el contexto social posee una buena armonía con sus vecinos y amigos, y en el contexto escolar también le gusta compartir muchos con sus compañeros de clases y le gusta los deportes, también es una chica que le gusta compartir con la familia.

Discusión

La investigación nos permitió conocer las características psicosociales del sujeto que aprende. Esto permite ver cómo las alumnas crean y reflejan el mundo social que les rodea vinculándose en los diferentes contextos. Así pues, podemos determinar que la muestra está formada por chicas con valores bien fundamentados desde el hogar, con una personalidad madura, decidida, excelentes alumnas, y representativas en nuestra investigación.

De acuerdo al estudio de los diferentes contextos determinamos que las alumnas poseen diferentes contextos y características psicosociales diferenciadas Jomayra de 12 años posee una mentalidad madura en relación a su edad, piensa con cuidado todo lo que va hacer y decir, es callada, sin embargo es una joven con actitudes y valores privilegiados, con buenos comportamientos y se aleja de problemas y le gusta mucho vincularse a actividades de estudio ya que quiere alcanzar las mejores notas porque aspira ser una profesional de calidad, ideas que han sido formadas y fomentadas a lo largo de cada etapa de su vida, tiene claro sus objetivos y una inteligencia que la permite conocer el contexto que le rodea.

Por otra parte, Heydi también es una chica con tan solo 12 años de edad, desarrollar ciertas actitudes, es una chica muy activa con excelentes calificaciones, piensa con cuidado todo lo que va hacer y decir comunica en casa lo que ocurre, también se muestra que es una chica con propósitos para la vida muy buenos tiene una mentalidad muy definida y aspira ser una profesional de calidad, ideas que han sido desarrolladas y fomentadas a lo largo de cada etapa de su vida, tiene claro sus objetivos y tiene una inteligencia que la permite conocer lo bueno y lo malo, y tiene claro cuáles son sus objetivos para alcanzar.

Esta técnica, que forma parte de la metodología bibliográfico-narrativa, da voz a los sujetos investigados, ofreciendo la información necesaria para investigar. Dadas las características intrínsecas, es conveniente utilizar metodologías cualitativas para profundizar en las vivencias de los sujetos de estudios derivadas del proceso de enseñanza/aprendizaje experiencial realizado y desde las voces de sus informantes. En definitiva, la investigación mediante Historias de Vida nos ha posibilitado mejorar la comprensión de las experiencias de las protagonistas y coprotagonistas conociendo la subjetividad de cada uno y aportando sus experiencias para la ejecución de esta investigación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La niña es excelente en sus actividades académicas debido a que existe buena relación entre los miembros de su familia, ha tenido una buena educación por parte de sus padres en la cual estuvo como primordial promover los valores inculcados en el hogar desde su niñez, se desenvolvía con autonomía a corta edad ante las situaciones que se le presentaban, ha recibido la alimentación correcta, se relacionaba con las demás personas con facilidad y siempre ha sido responsable con las tareas que se le designaban, ha sido bien organizada en todos los aspectos.
- Se determinó las características psicosociales del sujeto en el contexto escolar en el cual se evidencio, que la estudiante es comunicativa con sus compañeros de clases, le gusta tener sus cuadernos bien organizados e impecables, en sus tiempos libres lee libros o revistas, lo cual es importante para su desarrollo cognitivo y el mejoramiento de su léxico y enriquecer su vocabulario, trata a los demás con amabilidad y cordialidad. Por otra parte, también es participativa, la niña ha asistido a concursos fuera de la institución educativa, en representación de la misma y cabe recalcar que la niña ha recibido educación desde los 2 años de edad.
- En el contexto social se evidenció que existe armonía entre los vecinos lo cual es muy importante para el desarrollo de un niño, además la niña estudiada se integra a cualquier grupo de amigos con la finalidad de compartir e integrarse, pero siempre expresándose con respeto y amabilidad, a pesar de que en el sector donde reside se notan ciertas falencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Botía, A. (2002). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S160740412002000100003&script=ci_arttet
- Yolanda Puyana V., & Juanita Barreto G. (1988). Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/18451/2/14265-48104-1-PB.pdf>
- Mallimaci F., & Giménez Béliveau V. (2006). Obtenido de <http://jbposgrado.org/icali/M%E9todo%20biogr%E1fico.pdf>
- GARCÍA, A. V. (1995). Obtenido de defile:///C:/Users/Adriana/Downloads/Fundamentacion_teorica_y_uso_de_las_hist.pdf
- Vicente, C. M., & Aurora Castillo Charfolet. (2012). Obtenido de <https://eprints.ucm.es/27211/1/La%20historia%20de%20vida%20como%20instrumento%20de%20aprendizaje%20%20del%20Trabajo%20Social.pdf>
- Duarte, J. (2003). Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07052003000100007&script=sci_arttext&tlng=en
- Pedro Gutiérrez-Saldaña, Nicolás Camacho-Calderón, & Martha L. MartínezMartínez}}. (2007). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82158698.pdf>
- JMénez, J. M. (2010). Obtenido de https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_28/JUANA_MARIA_ALVAREZ_JIMENEZ_01.pdf
- Ceballos, E. (2006). https://www.uv.es/RELIEVE/v12n1/RELIEVEv12n1_4.pdf.
- Ramírez, B. (2013). Obtenido de <http://maidalobo.blogspot.com/2013/03/metodo-biografico-beatriz-ramirez.html>
- Cáceres, B. R. (1991). Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/20606/1/16768-52533-1-PB.pdf>
- Martinic, S. (2015). Obtenido de <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v20n61/1413-2478-rbedu-20-61-0479.pdf>

- educación, t. p. (2008). Obtenido de <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd6448.pdf>
- Marianella Castro Pérez, & María Esther Morales Ramírez. (2015). Obtenido de [file:///C:/Users/HP%2015-BW005LA/Downloads/Dialnet-LosAmbientesDeAulaQuePromuevenElAprendizajeDesdeLa-5169752%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP%2015-BW005LA/Downloads/Dialnet-LosAmbientesDeAulaQuePromuevenElAprendizajeDesdeLa-5169752%20(1).pdf)
- Flandrin, J. L. (1660). http://www.iin.oea.org/Cursos_a_distancia/origenes_de_la_familia_moderna.pdf.
- Ortega Ruiz, & Pedro Mínguez Vallejos. (2009). <https://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/71937>.
- Ramirez, S. (2017). https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=cl5FDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=la+familia&ots=ZR8-LI9HNv&sig=qi87hT4xNWbjs2ZOODuqDyGRoLA.
- Rosa Elena Espirtia Carrascal, & Maribel Montes Rotela. (2009). <http://www.scielo.org.co/pdf/indes/v17n1/v17n1a04.pdf>.
- Martines, S. D. (2010). <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd7214.pdf&ved=2ahUKEwj7s5vwr4LgAhUJGt8KHUBxCHYQFjAAegQIARAB&usq=AOvVaw1JKM97be5ZZ1Cs5fhfT6I5> .
- Fetterman. (1989). Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0057700/cap03.pdf>
- Pelekais. (2000). Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0057700/cap03.pdf>
- Follari, J. E. (2014). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/259436893/Historia-de-Vida>



Uleam

*Editorial
Universitaria*

ISBN: 978-9942-775-82-5



9789942775825