



*Revista indexada*

**CONCIENCIA  
DIGITAL**

ISSN:2600-5859

CONCIENCIA DIGITAL SE PROYECTA COMO UN  
MEDIO DE DIVULGACIÓN MULTIDISCIPLINAR

Vol. 3 Núm. 1 (2020): Desarrollo

[www.concienciadigital.org](http://www.concienciadigital.org)

## REVISTA CONCIENCIA DIGITAL

La revista Conciencia Digital se presenta como un medio de divulgación científica, se publica en soporte electrónico trimestralmente, abarca temas de carácter multidisciplinar.

ISSN: - 2600-5859 Versión Electrónica

### Los aportes para la publicación están constituidos por:

Tipos de artículos científicos:

- **Estudios empíricos:** Auténticos, originales, que comprueban hipótesis, abordan vacíos del conocimiento.
- **Reseña o revisión:** evaluaciones críticas de estudios o investigaciones, análisis críticos, para aclarar un problema, sintetizar estudios, proponer soluciones.
- **Teóricos:** Literatura investigada, promueven avances de un teoría, analizan las teorías, comparan trabajos, confirma la validez y consistencia de investigaciones previas
- **Metodológico:** Presenta nuevos métodos, mejoran procedimientos, comparan métodos, detallan los procedimientos.
- **Estudio de casos:** Resultados finales de un estudio, resultados parciales de un estudio, campos de la salud, campos de la ciencia sociales.

## EDITORIAL REVISTA CONCIENCIA DIGITAL

Efraín Velasteguí López<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> **Efraín Velasteguí López:** Magister en Tecnología de la Información y Multimedia Educativa, Magister en Docencia y Currículo para la Educación Superior, Doctor (**PhD**) en Conciencia Pedagógicas por la Universidad de Matanza Camilo Cien Fuegos Cuba, cuenta con más de 60 publicaciones en revista indexadas en Latindex y Scopus, 21 ponencias a nivel nacional e internacional, 13 libros con ISBN, en multimedia educativa registrada en la cámara ecuatoriano del libro, una patente de la marca Conciencia Digital, Acreditación en la categorización de investigadores nacionales y extranjeros Registro REG-INV-18-02074, Director, editor de las revistas indexadas en Latindex Catalogo Conciencia digital, Visionario digital, Explorador digital y editorial Conciencia Digital registro editorial No 663. Cámara ecuatoriana del

**Contacto:** Conciencia Digital, Jardín Ambateño, Ambato- Ecuador

**Teléfono:** 0998235485 – (032)-511262

**Publicación:**

**w:** [www.concienciadigital.org](http://www.concienciadigital.org)

**w:** [www.cienciadigitaleditorial.com](http://www.cienciadigitaleditorial.com)

**e:** [luisefrainvelastegui@concienciadigital.org](mailto:luisefrainvelastegui@concienciadigital.org)

**e:** [luisefrainvelastegui@hotmail.com](mailto:luisefrainvelastegui@hotmail.com)

**Director General**

DrC. Efraín Velastegui López. PhD.

**“Investigar es ver lo que todo el mundo ha visto,  
y pensar lo que nadie más ha pensado”.**

**Albert Szent-Györgyi**

## PRÓLOGO

**E**l desarrollo educativo en Ecuador, alcanza la vanguardia mundial, procurando mantenerse actualizada y formar parte activa del avance de la conciencia y la tecnología con la finalidad de que nuestro país alcance los estándares internacionales, ha llevado a quienes hacemos educación, a mejora y capacitarnos continuamente permitiendo ser conscientes de nuestra realidad social como demandante de un cambio en la educación ecuatoriana, de manera profunda, ir a las raíces, para así poder acceder a la transformación de nuestra ideología para convertirnos en forjadores de personalidades que puedan dar solución a los problemas actuales, con optimismo y creatividad de buscar un futuro mejor para nuestra educación; por ello, docentes y directivos tenemos el compromiso de realizar nuestra tarea con seriedad, respeto y en un contexto de profesionalización del proceso pedagógico

DrC. Efraín Velasteguí López. PhD.<sup>1</sup>

**EDITORIAL REVISTA CONCIENCIA DIGITAL**

## Vol. 3 Núm. 1. (2020): Desarrollo

1	<a href="#">Estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral en los estudiantes de Turismo de la Universidad de La Habana</a>	6-22
	Yulima Daimet Valdés Bencomo, Orietta Martínez Chacón	
2	<a href="#">Educación y organización como impulsores de la creatividad y la innovación en el turismo</a>	23-35
	Roberto Llanes Pérez, Yureidys García Leonard	
3	<a href="#">La cultura organizacional en las entidades turísticas del destino la habana en la gestión de la innovación</a>	36-49
	Yureidys García Leonard, Roberto Llanes Pérez, Magalys Domínguez Domínguez	
4	<a href="#">Perfeccionamiento de la enseñanza de la estadística en la carrera de turismo</a>	50-62
	Elena Fraga Guerra, Roberto Llanes Pérez	
5	<a href="#">El turismo en la naturaleza retos y oportunidades</a>	63-74
	Efrain Velasteguí López	

## **Estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral en los estudiantes de Turismo de la Universidad de La Habana**



*Pedagogical strategy for the development of the competence of emotional and moral autonomy in the students of Tourism of the University of Havana*

Msc. Yulima Daimet Valdés Bencomo.<sup>1</sup> & Dr.C: Orietta Martínez Chacón.<sup>2</sup>

Recibido: 06-12-2019 / Revisado: 07-12-2019 / Aceptado: 09-12-2019 / Publicado: 03-01-2020

### **Resumen.**

**DOI:** <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.995>

El trabajo presenta la elaboración de la Estrategia Pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral (EPDCAEM) en la formación profesional de estudiantes de turismo de la Universidad de La Habana, se fundamentó en el enfoque histórico cultural del desarrollo humano que sustenta la concepción de enseñanza aprendizaje desarrollador. Resultado que constituyó el objetivo del estudio. La estrategia metodológica seguida fue el enfoque mixto complejo en tres etapas: exploratoria, descriptiva transformadora y transformadora, mediante recursos de la Investigación Acción Participativa (IAP), en los ciclos: planeación, observación, reflexión acción. Se precisa el concepto de competencia de autonomía emocional y moral resultante de la sistematización teórica, al considerar indicadores emergentes desde su desarrollo, mediante procedimientos vigotskianos de diagnóstico actual y potencial, durante la construcción progresiva y verificación de la estrategia, con la participación activa de profesores y estudiantes, desde la disciplina principal integradora, en el proceso formativo. Se concluye sobre el valor del fundamento teórico metodológico asumido, la perspectiva holística e integradora de la EPDCAEM

<sup>1</sup> Universidad de la Habana. La Habana, Cuba. ybencomno@ftur.uh.cu

<sup>2</sup> Junta Acreditadora del MES. La Habana, Cuba. orymchacon@gmail.com

del profesional de turismo y su carácter dinámico, flexible, funcional, transformador, transversal a la instrucción y educación en la formación, desde la ciencia pedagógica.

**Palabras claves:** Competencia de autonomía emocional y moral.

**Abstract.**

The work presents the elaboration of the Pedagogic Strategy for the development of the competition of emotional and moral autonomy (EPDCAEM) in the professional formation of students of tourism of the University of Havana, it was based in the cultural historical focus of the human development that sustains the conception of teaching learning developer. Result that it constituted the objective of the study. The followed methodological strategy was the complex mixed focus in three stages: exploratory, transform descriptive and transform, by means of resources of the Investigation Action Participative (IAP), in the cycles: planning, observation, reflection action. Is necessary the concept of competition of emotional autonomy and resulting morals of the theoretical systematizing, when considering emergent indicators from their development, by means of procedures vigotskianos of current and potential diagnosis, during the progressive construction and verification of the strategy, with the active participation of professors and students, from the integrative main discipline, in the formative process. You concludes on the value of the assumed methodological theoretical foundation, the holistic and integrative perspective of the professional's of tourism EPDCAEM and their dynamic, flexible, functional character, transformer, traverse to the instruction and education in the formation, from the pedagogic science.

**Keywords:** Competition of emotional and moral autonomy.

**Introducción.**

A partir del siglo XX se empieza a emplear el término estrategia en el contexto educativo Díaz (2009), así las estrategias pedagógicas se han abordado desde diferentes perspectivas. Autores como García y Elosúa (1993) consideran que las estrategias expresan la concepción y orientación fundamental de la formación y educación de la personalidad en su sentido individual, grupal y social, elemento importante a tener en cuenta en la presente investigación, así como el papel que ocupa en el sistema educacional. Otros autores como Sierra, R. (2004) pondera la estrategia como alternativa pedagógica en la dirección del proceso educativo.

La estrategia direcciona y organiza el hacer pedagógico a nivel institucional en función de sus objetivos formativos, para esta investigación, serán incluidos en los objetivos formativos el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral.

En cuanto a esta realidad es pertinente preguntarse por el quehacer del acto pedagógico, lo que implica pensar tanto en términos epistemológicos como funcionales y operativos. Por ende, se podría pensar en las estrategias pedagógicas que permitan implementar la intencionalidad del acto educativo en coherencia con el desarrollo de la competencia en cuestión.

Sierra (2008) puntualiza como elemento contextual de las estrategias pedagógicas los objetivos centrados en el desarrollo humano contenido estructural a considerar en la investigación.

Por otro lado, Vargas (2015) analiza la estrategia pedagógica como acciones del docente que facilitan el proceso de formación, tiene en cuenta el contexto, marco conceptual y postura teórica, lo que a juicio de la autora constituye el fundamento de una estrategia. Sosa, Añorga, Pichs, & Rodríguez, (2016) la definen como arte para imaginar, organizar, dirigir con el ánimo de solucionar las contradicciones entre lo actuante y lo deseado. Moratalla (2005) considera el aspecto colaborativo, que para el presente estudio constituye un procedimiento que considera la relación intersubjetiva, a partir del EHC.

León (2012) hace énfasis en la planeación de objetivos, contenidos, métodos, medios y recursos, aunque flexibles, dinámicos y transformadores. Castellanos, et al (2002) concibe el carácter desarrollador de la estrategia, resaltando la transformación de la cultura y del sujeto, en lo que coinciden Martínez (2003), Frómeta R. (2007) y González (2009); estos autores consideran el proceso formativo en su relación con lo emocional, lo moral y la autonomía.

González.F. (2009), Alvarado, (2013), Nieva & Martínez, (2016) ponderan la importancia del proceso educativo, donde los estudiantes y los profesores son sujetos protagónicos. Martínez (2003, 2013), destaca que el resultado del proceso de formación transcurre de manera planificada y organizada, además reflexiona sobre el papel activo e intencional del sujeto en el proceso de aprendizaje donde la valoración, autovaloración, la autonomía y autorregulación en la actividad y las tareas desarrolladoras constituyen elementos importantes para el logro de las metas propuesta. Estas premisas son consideradas para la elaboración de la estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral.

Existe coincidencia entre los componentes que señalan autores como Martínez (2003, 2013), los que destacan los fundamentos que la sustentan, los principios que la regulan, los objetivos, métodos y procedimientos para alcanzar el fin propuesto desde su proyección, el proceso por el que transcurre, los recursos y la valoración sistemática de su resultado.

La estrategia para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral tiene como relevancia social que considera las necesidades e intereses, problemas y características



de los estudiantes. Como fundamento pedagógico, es de vital importancia para el proceso de perfeccionamiento de la formación profesional mediante estrategias, el Enfoque Histórico Cultural de Vigotsky (1986), retomado por diversos autores como sustento de las estrategias pedagógicas, educativas y didáctica en sus investigaciones en la formación profesional y su materialización en la enseñanza aprendizaje desarrollador (Martínez, 2003; Castellanos, et al, 2002; Addine, 2004; Baquero, 2009; González F. , 2009; Nieva & Martínez, 2017)

Se considera la interrelación dialógica docente estudiante Nouri ( 2014), la intersubjetividad, esencial en el proceso dialéctico de transformación (González F. , 2009; Martínez, 2014); la unidad de lo cognitivo y afectivo en las acciones de la estrategia pedagógica, que se manifiesta como un todo en el sujeto y constituye un principio básico para el desarrollo humano y la subjetividad. La contribución para la formación y el desarrollo integral de la personalidad, no solo supone fomentar debe tener en cuenta las diferencias individuales de los participantes y el contexto socioeconómico y cultural.

El diseño de las acciones en la estrategia, orientadas a los contenidos de desarrollo personal entre ellos: las dimensiones e indicadores de la competencia de autonomía emocional y moral, que manifiesten transformaciones en la actuación profesional (Martínez, 2003; Baquero, 2009; González F., 2009; Nieva & Martínez, 2017).

La unidad de la actividad y la comunicación indispensable en la interacción de los sujetos entre sí y con el entorno social, permitiendo la transformación de estos y como principio mediatizador del desarrollo y autotransformación del sujeto en la actividad específica.

De acuerdo con lo expresado por los diversos autores, se asume que la estrategia pedagógica tiene componentes estructurales, a saber: principios que la regulan, una planeación o proyección que le da perspectiva, objetivos que la intencionan, procesos por los que transcurre, contextos a los que responde, metodología que la hace sistemática y la organiza, tareas desarrolladoras que la mediatizan.

Los componentes funcionales que la dinamizan están referidos a: los diagnósticos desde la ZDP, la mediación cultural, la dialéctica de la unidad cognitiva afectiva, la mediación intersubjetiva dada en la colaboración e interrelación dialógica, las transformaciones progresivas de los sujetos y de la práctica educativa y la formación Vigotsky (1987)

Los principios constituyen un componente esencial que guía y regula la estrategia, por lo que se debe reflejar en la materialización del resto de los componentes y en el resultado que esta tenga. Se asumen del análisis realizado del EHC, el carácter activo del sujeto en el aprendizaje, el carácter desarrollador del aprendizaje, el tránsito del aprendizaje de la intersubjetividad a la intrasubjetividad, el aprendizaje desde la potencialidad del desarrollo.

Dada las particularidades de la Carrera de Turismo se consideran fundamentales para el diseño y elaboración de la estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral, características esenciales como: la flexibilidad, intencionalidad, desarrolladora y transformadora de la realidad social, la vinculación a las esferas de formación profesional y adecuación de las formas organizativas a las especificidades de los estudiantes de turismo.

La estrategia pedagógica ha sido referida desde perspectivas diversas: como concepción, como sistema de actividades o como proceso. Para la autora de esta investigación, se asume como proceso y sistema de actividades pedagógicas que transcurre en el proceso formación profesional, considera las exigencias de la práctica profesional y el nivel de desarrollo de los sujetos.

Como proceso porque considera los niveles de desarrollo del sujeto en formación y su rol activo se dinamiza de lo simple a lo complejo, potencializa nuevos niveles de forma progresiva como sistema de actividades que se organizan de forma sistemática y progresiva según los resultados de los diagnósticos actuales (DA) y potenciales (DP) de los sujetos, incluye tareas pedagógicas que integran la institución y educación.

El diseño de la estrategia considera componentes estructurales y dinámicos funcionales en una relación dialéctica, que se materializa durante el desarrollo del proceso formativo, los que han sido identificados en la teoría y abarca en sentido general:

Componentes estructurales:

- Los principios que regulan, sistematizan, organizan, gradúan y controlan el desarrollo personal
- Los objetivos.
- Las fases o etapas
- El diagnóstico actual y diagnóstico potencial como procedimiento metodológico básico.
- Las tareas pedagógicas
- La necesidad de la formación profesional de los estudiantes y su desarrollo personal

Como componentes funcionales:

- El estudiante como sujeto de auto transformación y transformación.
- La unidad cognitiva afectiva y actividad comunicación.
- El contexto socio cultural de la profesión y el aprendizaje
- Su perspectiva desarrolladora
- Los componentes de autonomía emocional y moral, sus dimensiones: automotivación, responsabilidad, análisis crítico de las normas sociales,

autocontrol, manejo de las relaciones, valores morales, comportamiento y decisión moral, socialización de las normas deberes y derechos, juicio moral, reflexividad moral, participación y empatía dialógica.

La estrategia pedagógica para los fines propuestos ha de incluir la organización del proceso de instrucción educación en la formación, teniendo en cuenta el papel de la disciplina principal integradora y el vínculo teoría práctica en la integración del individuo a la sociedad, la concepción pedagógica integradora y su concreción en el proceso de enseñanza aprendizaje desarrollador.

### **Desarrollo.**

La estrategia pedagógica para el desarrollo de la autonomía emocional y moral desde su conceptualización y los recursos de la IAP, articulado al proceso pedagógico, a través de las tareas pedagógicas.

Se revela en la reflexión de los profesores para la aplicación y verificación de la tarea pedagógica (situaciones) un cambio de concepción sobre el aprendizaje de los estudiantes y de los procedimientos metodológicos del proceso, así como su alcance a nivel de toda la formación.

Esta valoración fue apareciendo paulatinamente en la construcción de la estrategia, a partir de lo planteado por los profesores de las asignaturas de la disciplina principal integradora, desde las tareas pedagógicas y vivenciadas durante el proceso formativo, que constituyó eje dinamizador en el momento y etapa transformadora. Se establecieron como componentes estructural y funcional que la conforman: principios generales que la regulan, requisitos que la condicionan, objetivos que la intencionan, fases y procesos por los que transcurre, contextos a los que responde, las tareas pedagógicas como desarrolladoras que a la vez conforman el componente estructural eje que dinamiza el desarrollo de CAEM y la estrategia en todo su accionar.

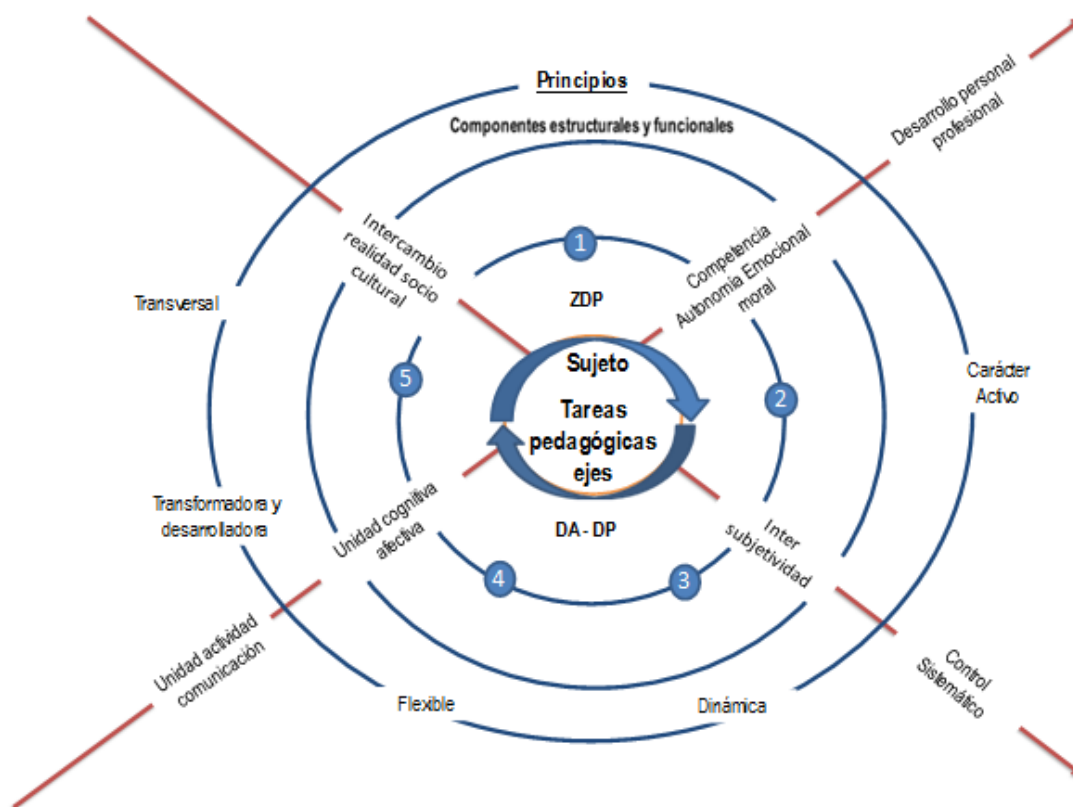
Los componentes posibilitan que la estrategia trascienda al ámbito formativo en el vínculo de la instrucción y educación, se desarrolla a lo largo de todo el proceso de formación profesional, específicamente en la DPI y las asignaturas de la especialidad, aunque incluye e integra al resto de estas, bajo los fundamentos del aprendizaje desarrollador.

Las tareas abarcan el diagnóstico actual y potencial, mediante criterios sobre la manifestación de las dimensiones y los indicadores de la competencia de autonomía emocional y moral como unidad dialéctica, propiciadoras de su desarrollo, son flexibles, se dirigen a los fines propuestos, desarrolladoras y transformadoras de la actuación en la realidad social, vincula la formación profesional, se adecuan a las formas organizativas y a las particularidades de los estudiantes.

Como resultado de este proceso se elaboró la estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral, que se describió en párrafos anteriores, se

representa a continuación en la figura 1, que muestra los componentes estructurales y funcionales para su implementación en el proceso de formación donde fue verificada. Estos son:

**Figura N 1.** La estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral.



**Fuente.** Elaboración propia

Objetivo: Desarrollar la competencia de autonomía emocional y moral en los estudiantes de turismo, a partir de la implementación sistemática e intencionada en el proceso de formación del profesional de turismo.

Componentes estructurales de la estrategia pedagógica: principios, requisitos, características, fases por las que transcurre, la proyección y planificación, los componentes didácticos que abarcan los objetivos, contenidos, métodos, medios, el control y la evaluación, atendiendo a las asignaturas de la disciplina de la especialidad que son base de los objetivos formativos y su concreción en el proceso de enseñanza aprendizaje, así como los resultados de la estrategia pedagógica que considera su perfeccionamiento, el de las tareas ejes y el nivel de desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral en los estudiantes a partir de sus dimensiones e indicadores.

Los principios que se asumen son:

1. La unidad dialéctica entre el componente afectivo emocional y moral con proyección social.
2. La unidad de la actividad y la comunicación como mediadora del aprendizaje para el desempeño profesional.
3. El vínculo entre la instrucción y la educación.
4. Transversal al proceso de formación de manera horizontal y vertical.
5. El rol activo, consciente y comprometido de los actores educativos en el proceso de formación y desarrollo de la competencia.
6. La educación como transformadora de la cultura y de los sujetos de aprendizaje.
7. El autoeducación y la auto transformación en el proceso de enseñanza aprendizaje desarrollador.
8. La unidad dialéctica de la competencia de autonomía emocional y moral y su manifestación futura en la actuación profesional.

Los principios descritos se concretan en requisitos a cumplir para el desarrollo del sistema de actividades, los que exigen:

1. El diagnóstico actual y potencial del nivel de desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral de los sujetos.
2. La elaboración de acciones sistemáticas y graduales, en correspondencia con los logros y limitaciones detectadas en los diagnósticos donde los sujetos son activos y autovalorativos.
3. La transcendencia al ámbito universitario insertándose a las esferas de formación profesional.
4. La adecuación a las formas organizativas y particularidades de los estudiantes de turismo y a las exigencias sociales y profesionales.
5. La concreción de la estrategia pedagógica en la disciplina integradora como vía para su implementación.
6. La modelación de la competencia de autonomía emocional y moral y las exigencias de la profesión en diversos contextos de actuación futura en el proceso de aprendizaje desarrollador.
7. Las tareas pedagógicas constituyen ejes con carácter integrador que dinamiza el proceso formativo.
8. La colaboración, el trabajo en equipo y el intercambio dialógico en la actividad formativa.

Las tareas pedagógicas se caracterizan por:

- La contribución al desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral.
- La flexibilidad, la intencionalidad, desarrolladoras y transformadoras del sujeto y su actividad en la realidad social.
- Las posibles soluciones no deben ser predeterminadas, son inestructuradas deben tener presencia de obstáculos

- Movilizadoras de cuestionamientos, la problematización y elaboración de nuevas adecuaciones
- Propiciadoras de toma de decisiones morales a partir de la problematización, el manejo de alternativas de solución, con resultados posibles, consecuencias, así como la manifestación en la actuación de las normas profesionales personalizadas de manera responsable.
- El establecimiento del vínculo entre condiciones y exigencias individuales de la práctica profesional y social general.
- La consideración de lo prospectivo, pero estar próximas a la realidad.
- La modelación de la actividad profesional o salida de ella incluyendo elementos nuevos, cuyos resultados y efectividad dependen de las nuevas combinaciones que el sujeto pueda establecer de acuerdo a la asunción de las normas.
- La proyección de sistema de conductas alternativas ante diversas situaciones inesperadas de la realidad y la comunicación cumpliendo las reglas de la escucha activa que propicien su desarrollo.
- La exigencia de valoraciones, auto valoraciones, autonomía y auto regulación en la actividad real y futura.

Las tareas se relacionan con la actividad profesional, la modelan e incluyen elementos nuevos, no vistos con anterioridad, cuyos resultados y efectividad dependen de las nuevas combinaciones que el sujeto pueda establecer, de la previsión del resultado, de sus consecuencias, la valoración que determina qué debe hacer y cómo hacerlo, implicándose en el proceso de su realización, transformando las condiciones o los procedimientos para el logro del objetivo o modificándose a sí mismo. La tarea incluye el descubrimiento y la búsqueda de la solución, acorde con las exigencias que planteen. Martínez, (2010).

Fases de la Estrategia Pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y Moral.

Fase 1: Orientación:

Objetivo de la fase: valorar la concepción de la CAEM, las posibilidades de su desarrollo mediante la EPDCAEM y las perspectivas de su implementación por los actores educativos implicados en la formación profesional de los estudiantes de turismo.

Descripción de la fase: consiste en la sensibilización de los actores educativos, estudiantes, y profesores de la disciplina principal integradora de la importancia y necesidad de desarrollar la competencia de autonomía emocional y moral (CAEM), desde su concepción mediante la estrategia pedagógica para el desarrollo de la CAEM, los procedimientos para su implementación, así como la elaboración de las tareas pedagógicas desarrolladoras (eje de la estrategia), por parte de los profesores, actores que intencionan el desarrollo de la CAEM de manera planificada y organizada.

En esta etapa es fundamental que los actores educativos se orienten en el proceso formativo de la CAEM y la concreción de su desarrollo en la actividad de aprendizaje, dado que, desde

el EHC, el aprendizaje está mediatizado primero en la dimensión afectiva, donde lo emocional da sentido positivo personalizado a los valores morales de la profesión y la sociedad, transitando del plano intersubjetivo al intrasubjetivo, que se manifiesta en el modo de actuación.

Acciones de la fase:

Conciliar de manera precisa los criterios sobre la necesidad e importancia del desarrollo de la CAEM en el proceso de formación profesional en los diversos años, por estudiantes y profesores.

Constatar el nivel de desarrollo de la CAEM, a partir de la aplicación del test de autonomía emocional y moral a los estudiantes al inicio del año, vía online, intercambiando sobre los resultados generales y la importancia para la actividad profesional.

Reflexionar por los profesores sobre los conceptos de CAEM; estrategia pedagógica para su desarrollo y tarea pedagógica desarrolladora, los requisitos para su elaboración y los procedimientos de aplicación de la EPDCAEM, valorando las posibilidades que brindan las disciplinas de la especialidad para su integración al PEA y las perspectivas de transformación social y profesional.

Diseñar las tareas pedagógicas eje de la estrategia, a partir de la consideración de sus requisitos y características, que modelan disyuntivas presentes en situaciones profesionales de diversas esferas de la actividad turística, para el diagnóstico y desarrollo de la CAEM,

Fase 2. Proyección:

Objetivo de la fase: Programar las acciones de la estrategia pedagógica para el desarrollo de la CAEM considerando sus componentes estructurales y funcionales en la formación profesional de los estudiantes de turismo con perspectiva de integración al proceso de enseñanza aprendizaje, a partir del perfeccionamiento de las tareas pedagógicas diseñadas, mediante el intercambio científico pedagógico.

Descripción de la fase:

De acuerdo a los resultados de la fase de sensibilización que abarca el nivel de desarrollo de la CAEM, mediante el test y la actividad orientadora de los profesores, se perfeccionan las tareas pedagógicas y precisan los instrumentos que permitan la implementación posterior en el proceso formativo, mediante la disciplina y que contribuye al desarrollo humano de los profesionales en formación.

Confrontar los resultados con intencionalidad pedagógica y transformar la realidad educativa, de acuerdo a las demandas de la formación, del contexto actual y prospectivo del turismo y la sociedad.

La fase concibe el perfeccionamiento de las tareas pedagógicas diseñadas previamente, a partir de las siguientes consideraciones:

La modelación de situaciones de la práctica profesional en las que están presentes dilemas morales en diversas esferas de actuación; la inclusión de elementos esenciales que plasman los indicadores de la competencia de autonomía emocional y moral; demandan alternativas

de solución e implican asumir posiciones de manera autónoma con implicación emocional y moral; permiten evidenciar el nivel de desarrollo en el que se encuentran los estudiantes (DA) y a su vez, las potencialidades de su desarrollo en el proceso formativo (DP), mediante la actividad reflexiva en diada o grupal; se plantean en diferentes niveles de complejidad que permitan la valoración del nivel de desarrollo y a la vez, valorar el progreso de los estudiantes en la medida que participan de su autotransformación.

Asimismo, incluye la determinación del estado de los recursos y materiales necesarios para la aplicación de la EPDCAEM, el control sistemático y final de la CAEM, así como las vías y actividades para el perfeccionamiento o adecuación de la estrategia.

Acciones de la fase:

Intercambiar sobre los niveles de desarrollo de la CAEM, constatados mediante el test de autonomía emocional y moral con la participación de los estudiantes y profesores

Determinar las condiciones educativas necesarias para el desarrollo del proceso de formación profesional, que posibilite el desarrollo de la CAEM en los estudiantes de la carrera de turismo.

Perfeccionar las tareas pedagógicas para el diagnóstico y desarrollo de la CAEM, a partir del intercambio y valoración científico pedagógico de la presencia en ellas de sus requisitos y características, los indicadores de las dimensiones de la CAEM, la modelación de situaciones disyuntivas o de dilemas de la realidad de la práctica profesional, los niveles de complejidad. Precisar los procedimientos generales para la aplicación de la EPDCAEM, a partir de su estado actual, para el control sistemático de progreso y final de la CAEM, así como las vías y actividades para el perfeccionamiento o adecuación de la estrategia.

Modelar la implementación de la estrategia pedagógica en el proceso formativo desde las disciplinas integradoras y los procedimientos para la implicación de todos los actores educativos que intencionan la formación en la carrera.

Proyectar los diagnósticos actuales y potenciales, así como los progresivos, mediante la tarea pedagógica y desarrolladora, el auto reporte y reporte como instrumento para la autovaloración y valoración con los otros.

Organizar las acciones de control sistemático y final del nivel de desarrollo de la CAEM y de la estrategia pedagógica para el desarrollo de esta.

Concertar un cronograma para la implementación de la EPDCAEM y presentación de sus resultados en actividades científicas pedagógicas a nivel de departamentos y la carrera

Fase 3. Implementación de la EPDCAEM:

Objetivo de la fase: Desarrollar la competencia de autonomía emocional y moral en el proceso de formación del profesional de turismo, mediante la integración de la estrategia pedagógica al PEA desarrollador, especialmente desde la disciplina principal integradora y de la especialidad profesional, a partir del DA y DP que demanda la concepción de zona de desarrollo próximo del EHC, mediante la tarea pedagógica eje de la estrategia.



Descripción de la fase: La implementación de la EPDCAEM integrada al proceso de formación y su materialización en el PEA desarrollador, inicia con la aplicación del DA y DP mediante la tarea pedagógica, que modela la práctica profesional verificado por Martínez (2003) y los dilemas que ella presenta, a través de los procedimientos descritos por Vigotsky de trabajo a solas y en dúo, a lo que se agrega la reflexión grupal.

Los estudiantes son considerados activos de su propia autoeducación y transformación desde los diagnósticos, cuyos resultados son asumidos como momentos del desarrollo personal por los que transita la CAEM en el proceso de formación, a partir de la concepción del EHC y de enseñanza aprendizaje desarrollador.

Las valoraciones de los resultados diagnósticos se apoyan, en esta fase, de un instrumento de auto reporte y reporte de los niveles de desarrollo manifestados en los resultados de las tareas, atendiendo a los indicadores de la CAEM, los que deben ser comparados por los estudiantes y reflexionados en el grupo, contrastado con las alternativas de solución, así como la correspondiente valoración del modo de actuación asumido en ellas.

La reflexión abarca las perspectivas de transformación propia y del futuro desempeño en la actividad profesional, que se da en los planos intersubjetivos hasta transitar al intrasubjetivo, donde se requiere una posición crítica, juicios de valor sobre la actuación, así como el sentido personalizado que se le atribuye, a partir de la valoración de las consecuencias de asumir una u otra posición en la solución de los dilemas que se presentan.

Desde esta perspectiva transformadora que propicia la tarea pedagógica, es que se le atribuye el papel eje en la estrategia, desarrollador de la competencia, a partir de su diseño y perfeccionamiento, así como su materialización en el proceso de formación profesional desde el EHC. La relación de la teoría con la práctica adquiere un sentido fundamental, en tanto las tareas son salidas de la práctica y la modelan, al igual que la CAEM. Además, sus resultados manifiestan las particularidades individuales de los estudiantes y comprometen su personalidad de manera integral, propiciando su desarrollo.

De igual modo se va confrontando no solo el accionar futuro de la actuación profesional en términos de habilidad, sino la autonomía emocional y moral que este manifiesta, esencial en el futuro desempeño y en correspondencia con los valores del proyecto social cubano.

Asimismo, en el proceso formativo de los estudiantes se verifican permanentemente las fases anteriores para hacer los ajustes conforme al progreso de los estudiantes, a las interacciones con sus compañeros y profesores, a partir de las soluciones y reflexiones realizadas, así como de los niveles de desarrollo alcanzados progresivamente.

Acciones de la fase:

Diagnosticar el nivel de desarrollo actual y potencial de la CAEM en los estudiantes con empleo del procedimiento a solas y en dúo respectivamente, mediante la tarea pedagógica que posee menor nivel de complejidad.

Valorar el nivel de desarrollo de la CAEM a partir de las soluciones dadas a las situaciones pedagógicas, mediante el auto reporte.

Contrastar los resultados de las tareas pedagógicas en dúo, a partir del intercambio que posibilita el planteamiento de nuevas soluciones alternativas y la valoración de las soluciones del otro, mediante el reporte para su posterior contrastación.

Reflexionar en grupo sobre las soluciones a las situaciones pedagógicas, la manifestación de la autonomía emocional y moral, así como el nivel de desarrollo de la competencia.

#### Fase 4. Verificación

Objetivo de la fase: Verificar la EPDCAEM y el progreso de niveles de desarrollo de la CAEM.

Descripción de la fase: en esta se verifican las fases de orientación, proyección e implementación. Se reflexiona en actividad de los profesores, mediante taller, las dificultades presentadas, los problemas comunes y las alternativas de solución, así como los niveles de desarrollo de la CAEM expresados en el actuar por los estudiantes.

Acciones de la fase:

- Analizar los resultados alcanzados en los test y compararlos.
- Verificar los DA y DP por los estudiantes para auto valorar los niveles de progreso.
- Valorar el resultado de los diferentes reportes y auto reportes contrastando la autovaloración y la valoración como parte del desarrollo personal
- Verificar la estrategia pedagógica, sus componentes estructurales y funcionales, así como su carácter transversal a la formación.

#### Fase 5: Perfeccionamiento:

Objetivo de la fase: Adecuar la EPDCAEM, considerando los resultados obtenidos en las etapas de anteriores, considerando las nuevas exigencias del contexto sociocultural específico.

Descripción de la fase: se valoran los resultados de las fases anteriores y las nuevas demandas que plantea la profesión y el contexto socio económico y cultural.

Se diseñan acciones de mejoras a partir de la valoración de los componentes estructurales y funcionales, así como del nivel de desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral en los estudiantes.

Se realizan los ajustes de EPDCAEM integrando a ella las acciones diseñadas.

Acciones de la fase:

- Retroalimentar a los actores educativos sobre los resultados de la implementación de la estrategia.
- Evaluar la estrategia en los colectivos de disciplina y los años como parte del trabajo metodológico
- Realizar talleres científicos metodológicos a nivel de carrera como parte del perfeccionamiento de la formación profesional a nivel vertical.
- Organizar un nuevo ciclo de desarrollo de la CAEM, mediante la estrategia pedagógica.

Una vez precisado los componentes estructurales es menester abordar los componentes dinámicos funcionales que posibilitan la expresión de las características esenciales como su flexibilidad, contextualización, transformadora de la realidad educativa y de la formación del futuro profesional del turismo.

Estos componentes son: los actores del aprendizaje y desarrollo de la competencia, la relación que se establece entre estos en el proceso de formación y durante la implementación de la estrategia, la mediación de la comunicación que dinamiza el proceso de aprendizaje y desarrollo de la competencia, la actividad en colaboración entre pares y la grupal, los diagnósticos actuales y potenciales que reflejan el progreso sistemático, la dinámica que propician las tareas ejes desarrolladoras que abarcan los diagnósticos, los procedimientos de valoración y autovaloración a partir de los indicadores de la competencia, los contextos que pueden reflejarse en la educación, las disyuntivas de las diversas situaciones que modelan la práctica profesional de turismo en la variedad de esferas de actuación y a la propia competencia a formar, así como las demandas y exigencias de los escenarios socio económico e histórico de la realidad cubana en los que se insertan los estudiantes presentes en el proceso formativo.

En el cierre del ciclo de la IAP: reflexión acción planeación reflexión, en el último taller se verificaron los componentes estructurales y dinámicos funcionales de la EPDCAEM, según los resultados y progresos de los estudiantes en el nivel de desarrollo de la competencia y se hicieron las precisiones y adecuaciones necesarias que dieron lugar a la elaboración final de la estrategia que ha sido expuesta.

### **Conclusiones.**

- La implementación de la EPDCAEM posibilitó el desarrollo de dicha competencia, a partir de los procedimientos diseñados que integran las tareas pedagógicas, los diagnósticos (DA, DP), la interrelación entre los implicados, así como los mecanismos autovalorativos y valorativos, desde el intercambio dialógico.
- Los componentes estructurales y funcionales de la EPCAEM se interrelacionan y permite la flexibilidad desde las proyecciones y transformaciones personales, sociales y profesionales en el proceso de formación profesional, así como la verificación del desarrollo personal y social desde lo intersubjetivo a lo intrasubjetivo.
- La EPCAEM verificada y contrastada en el PEA desarrollador con estudiantes se presenta como una alternativa válida para desarrollar la competencia de autonomía emocional y moral en el proceso de formación profesional.

**Referencias bibliográficas.**

- Arana, M., & Batista, N. (1999). La educación en valores. Una propuesta pedagógica». Programa Educación en Valores. CTS. OEI.
- Baquero, R. (2009). Zona de Desarrollo Próximo, sujeto y situación. El problema de unidades de análisis en psicología educativa. Actualidades investigativas en Educación, 1-25.
- Bisquerra, R. (2016). Educación emocional. Documento inédito elaborado para las I Jornadas del Máster en Resolución de Conflictos.
- Castellanos, D. (2002). Aprender y enseñar en la Escuela: una concepción desarrolladora. La Habana: Instituto Superior Pedagógico "Enrique José Varona".
- Fariñas, G. (2009). El Enfoque Histórico Cultural para el estudio del desarrollo humano: para una praxis humanista. Actualidades Investigativas en Educación, Vol-9, p-1-23.
- Goleman, D. (1996). La inteligencia emocional en la empresa. (J. Vergara, Ed.) Buenos Aires.
- Hernández González, M. G. (2015). El razonamiento moral, elemento de la competencia ética: dilemas reales e hipotéticos en la formación inicial del profesorado de Secundaria en México. Revista Complutense de Educación, 26(1), 183-201.
- Ibarra Rosales, G. (2005). Ética y formación profesional integral. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, Distrito Federal. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34004303>
- Mertens, L. (1997). Competencia laboral: sistemas, surgimiento y modelos. Montevideo: CINTERFOR/OIT.
- Montiel, F. J. (2018). La formación de la autonomía moral desde el preescolar. VARONA, Revista Científico-Metodológica, (No. 66). Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/vrcm/n66/1992-8238-vrcm-66-e20.pdf>
- Moragues, D. (2006). Turismo y Cultura. Madrid, España: Agencia Española de Cooperación Internacional.
- Morales, Á. H. (julio-diciembre de 2014). Competency of Tourist Animator: approaches form a French perspective. Universidad Autónoma de Tamaulipas.

- Nieva, J. A., & Martínez, O. (2016). Una mirada sobre la formación docente. *Revista Universidad y Sociedad.*, 8(4), p. 14-21.
- Nouri, A. (2014). Dialogic Learning: a social cognitive neuroscience view. *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education*, 55-60.
- Perrenoud, P. (2001). La formación de los docentes en el siglo XXI. p 511. Obtenido de 15 de junio 2018, de [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/productos/1685/articles-312338\\_APOYO6.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/productos/1685/articles-312338_APOYO6.pdf)
- Rico, P. (1990). ¿Cómo desarrollar en los alumnos las habilidades para el control y la valoración de su trabajo docente? . La Habana, Cuba: Editorial Pueblo y Educación.
- Rodríguez Aguilera, Y. (2012). Diagnóstico de Valores Referenciales sobre Competencias de Calidad Personal en Empresas Turísticas. Universidad de La Habana . Trabajo de Diploma. Facultad de Turismo, La Habana, Cuba.
- Sierra, R. (2008). La estrategia pedagógica, su diseño e implementación. La Habana, Cuba: Pueblo y Educación.
- Tijero López, J. (2014). El perfeccionamiento de los procesos de comunicación organizacional de la Facultad de Turismo de la Universidad de la Habana: una propuesta. . Tesis de maestría, Facultad de Turismo de la Universidad de la Habana., Ciudad de la Habana.
- Tünnermann, C. (2011). Educación universitaria para el siglo XXI. Análisis comparados (I). La educación universitaria necesaria para el siglo XXI. En L. Bonilla y F. López (Comp), 277-314. Caracas, Venezuela: Centro Internacional Miranda.

**Para citar el artículo indexado.**

Valdés Bencomo, Y., & Martínez Chacón, O. (2020). Estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia de autonomía emocional y moral en los estudiantes de Turismo de la Universidad de La Habana. *ConcienciaDigital*, 3(1), 6-22.  
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.995>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.



## Educación y organización como impulsores de la creatividad y la innovación en el turismo



*Education and organisation as drivers of creativity and innovation in tourism*

Dr.C. Roberto M. Llanes Pérez.<sup>1</sup> & MSc. Yureidys García Leonard.<sup>2</sup>

Recibido: 07-12-2019 / Revisado: 08-12-2019 / Aceptado: 11-12-2019 / Publicado: 03-01-2020

### Resumen.

**DOI:** <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.996>

La educación, por una parte, como formadora de los técnicos, especialistas y profesionales, agentes principales de la sociedad y de su desarrollo y por otra parte, la organización de las asociaciones en empresas, instituciones y entidades de todo tipo que dichos agentes conforman para su convivencia y desarrollo colectivo en la sociedad, constituyen elementos impulsores de la creatividad y la innovación. En la ponencia se profundiza en estos elementos que unidos a la realidad cubana exponen estrategias importantes para que dicha realidad, en la actividad turística, mejore sustancialmente, dando una mayor respuesta a los cambios que se producen en las tecnologías de la información y en la comunicación.

**Palabras claves:** educación, organización, creatividad, innovación.

### Abstract.

Education, on the one hand, as a trainer of technicians, specialists and professionals, the main agents of society and its development and, on the other hand, the organisation of associations in companies, institutions and entities of all kinds that these agents make up for their coexistence and collective development in society, are driving forces for creativity and innovation. The paper delves into these elements that together with the Cuban reality expose important strategies so that this reality, in the tourist activity,

<sup>1</sup> Universidad de la Habana. La Habana, Cuba. roberto.llanes@ftur.uh.cu

<sup>2</sup> Universidad de la Habana. La Habana, Cuba. ygarcia@ftur.uh.cu

improves substantially, giving a greater response to the changes that take place in the information technologies and in the communication.

**Keywords:** education, organization, creativity, innovation.

### **Introducción.**

Es importante en los momentos actuales, la estrecha colaboración entre las universidades y las empresas, entidades e instituciones gubernamentales, la creación de alianzas estratégicas, el perfeccionamiento continuo del proceso educativo y de formación y fortalecimiento del conocimiento, así como la unión de las fuerzas académicas y las entidades en general en el perfeccionamiento de los procesos, dados los cambios en las tecnologías de la información y las comunicaciones, principalmente en el sector turístico. Se expone un resumen de la situación actual y las acciones estratégicas que deben seguirse para dar respuesta a estos cambios.

### **Desarrollo.**

La formación de profesionales

La universidad es una institución que en el devenir histórico del desarrollo de las sociedades juega un rol esencial, el resurgir de los procesos de innovación, el conocimiento como un factor productivo más, impacta directamente en la universidad moderna, que en respuesta a las demandas de un mercado laboral cambiante y en constante evolución replantea su misión, a lo que varios autores del tema la asocia a la responsabilidad ante la sociedad de formar y convertirse así misma, en un actor activo, encargada de generar, transferir conocimiento y crear profesionales.

Esto requiere que sus procesos sustantivos se interrelacionen tomando a la investigación como el proceso que articule a la docencia y a la extensión de manera que converja en lo que Rojas y Aguirre (2015) denominan “universidades de investigación”, fomentar en los profesionales una cultura investigativa que a juicio de Maldonado (2007) tiene que ser ideológicamente crítica, autónoma y capaz de adherirse a los adelantos del conocimiento.

Se destaca que la universidad tiene la oportunidad de realizar reformas, donde el estudiante no solo aprenda en el espacio universitario, sino que convive en su autoaprendizaje múltiples experiencias educativas, donde el componente práctico es importante. Se plantea que dentro de este marco se presentan retos de los que cabe destacar: un cambio de mentalidad en lo metodológico y la docencia basada en un sistema de aprendizaje, características beneficiosas así como la dimensión social que se le otorga a la universidad. Se reconoce que la



contribución de la universidad debe estar guiada por la relación entre la formación y las demandas del entorno y las necesidades sociales.

La educación desde sus inicios debe poseer las herramientas pedagógicas para desarrollar un proceso de enseñanza-aprendizaje en el cual los estudiantes participan en su formación, realizan trabajos independientes y colectivos sobre contenidos temáticos y esencialmente deben centrarse en el proceso de razonamiento en la comprensión de dichos contenidos y en la formación del conocimiento. Se debe además incitar, a la aplicación de formas elementales de la creatividad y la investigación por parte de los estudiantes.

En los estudios superiores, esta participación de los estudiantes se amplía y profundiza en las temáticas relacionadas con su formación profesional, realizando prácticas en empresas e industrias o establecimientos en general, ya sean de producción o de servicios, y participando en investigaciones bajo la tutoría de profesores.

Estos estudiantes se transforman en profesionales, incorporados a empresas, entidades e instituciones gubernamentales y asociaciones, que conjuntamente con técnicos y especialistas, conforman la fuerza de trabajo de la sociedad. Pero, las sociedades, en su carácter dinámico y en su desarrollo, van introduciendo avances tecnológicos necesarios, producto de los estudios e investigaciones, en los cuales participa el espíritu creativo e innovador.

Estos esfuerzos y resultados en investigación, conocimiento y tecnología, también conllevan a un cambio simultáneo en los procesos y políticas de organización del trabajo, en las estructuras y funcionalidades de las instituciones y también en la formación de los recursos humanos. Río Cobián, (2003)

Estos cambios simultáneos en los procesos y políticas de organización del trabajo, en muchas ocasiones no se producen, existiendo desajustes organizacionales, lo cual impide el máximo aprovechamiento de estos cambios tecnológicos.

Las tecnologías de la información y la comunicación y la cultura e innovaciones de organización

La cultura organizacional es un sistema de normas, hábitos, creencias, valores y experiencias, que de una forma u otra son compartidos por las personas y/o grupos que conforman una institución, negocio, empresa o corporación y que se reflejan en la imagen de la misma, caracterizando un comportamiento de su gestión y de sus relaciones interpersonales.

Las normas son declaraciones de conductas y procedimientos en situaciones determinadas que deben cumplirse obligatoriamente por todos los integrantes de la organización, dentro de

las cuales también se incluyen las referidas a los clientes, proveedores y toda persona no perteneciente a la organización pero que se relaciona con ella. Generalmente, las normas se agrupan en manuales de gestión y organización, siendo su cumplimiento y respeto obligatorio para todos.

Los hábitos son comportamientos estables en las actividades que se realizan individualmente o en grupos, derivados del cumplimiento de las normas o de experiencias individuales o grupales en la vida laboral y social de los integrantes de la organización.

Los valores son cualidades personales o grupales, tales como simpatía, honradez, cooperación, solidaridad, moral, etc.

La cultura organizacional es importantísima para una empresa o cualquier tipo de organización ya que refleja cualitativamente resultados de su gestión y comportamiento mostrando interna y externamente su comportamiento en relación a la gestión y las relaciones interpersonales.

La introducción de las tecnologías, principalmente las tecnologías de la información y la comunicación y el desarrollo gradual, social y estructural, de las sociedades que se encuentran en transformación a sociedades basadas en el conocimiento, crea nuevos sectores y transforma otros, eleva la utilización de altas tecnologías y del equipamiento correspondiente, se crean nuevas actividades de servicio y se fortalecen otras ya existentes, se amplía el comercio, la inversión y la colaboración internacional. Pero estas transformaciones requieren que los trabajadores y la población en general, eleven continuamente sus conocimientos y habilidades en estas tecnologías. La cultura organizacional se enriquece con estos nuevos conocimientos y habilidades en estas tecnologías.

Estos cambios elevan el nivel de competitividad de las empresas y fortalecen las instituciones ajenas al mundo empresarial: la administración pública, la protección social, la cultura, los servicios a la población, el turismo y las académicas y de investigación, siendo estas últimas las de mayor importancia al ser las responsables de la formación y capacitación de profesionales, por lo que deben estar preparadas en instalaciones y en el equipamiento de dichas tecnologías de punta. Jacob, Marta y otros (2008).

Las innovaciones de organización mejoran la productividad y la calidad de la producción y los servicios y pueden estimular innovaciones en las nuevas situaciones futuras.

Estas innovaciones organizativas, en los casos que se produzcan internamente, se deben a las mejoras o novedades en la estructura y funcionalidades de los procesos y actividades propias de la empresa y en los casos que se produzcan externamente se deben a las nuevas relaciones

con otros agentes, como la población y territorio anexo a la instalación, alianzas estratégicas, etc.

En base a esta clasificación, la innovación en servicios se puede definir como la conversión de ideas en productos, procesos o servicios que el mercado valora. Estas ideas pueden ser tecnológicas, comerciales y organizacionales. Esta definición debe ser entendida en su sentido amplio, porque cubre todas las actividades que conllevan un cambio sustancial en la forma de hacer las cosas, incluyendo los servicios y productos que la empresa ofrece, así como la forma de producirlos, comercializarlos, distribuirlos y organizarlos.

Por tanto, las innovaciones tecnológicas son servicios nuevos o mejorados debido a la tecnología mientras que las innovaciones no tecnológicas consisten en nuevas formas de organización y gestión de las empresas o nuevos comportamientos en el mercado.

Para las universidades, estos cambios en las tecnologías de la información y la comunicación y su repercusión en las organizaciones, estructuras y funciones de las entidades también precisan que el personal docente e investigativo debe estar altamente preparado en el manejo de estas tecnologías ya que estos conocimientos y habilidades debe transmitirlos a los estudiantes. Y surge la pregunta si la academia posee el equipamiento necesario y la preparación requerida para ello. ¿Cómo pueden las universidades transmitir estos conocimientos y habilidades si el equipamiento es insuficiente? Si los conocimientos correspondientes a estas tecnologías no lo poseen totalmente el claustro y, sin embargo las entidades poseen los equipamientos y manejan los programas de los sistemas de gestión adquiridos, ¿no existe una brecha tecnológica entre empresa y academia?

#### Situación actual de las empresas respecto a la innovación

Por otra parte (Blanco (2012-3), García y Hernández, 2010), Gutiérrez (2012) y Gutiérrez (2013), (Díaz, 2013; Cazull, Hernández y Sánchez, 2012) en investigaciones realizadas por estos autores, resultaron las conclusiones siguientes:

- Para algunas empresas y sectores, la innovación ha tomado el papel principal, sin embargo, otras empresas y sectores perciben la innovación como algo complejo y desconocido.
- Existencia de tecnologías obsoletas, problemas de gestión en la cadena de suministros, poca interacción con proveedores y clientes, la casi escasa vigilancia tecnológica, inexistencia de una cultura innovadora, políticas deficientes de motivación e incentivos, y preparación organizacional poco apta para la innovación.
- Marco regulatorio limitante e insuficiente impacto de la innovación.

- Inexistencia de ambientes creativos para la incorporación de soluciones a las barreras existentes.
- Insuficiente avance del papel de la ciencia, la tecnología y la innovación.
- Carencia de estrategias de innovación articuladas con los objetivos y estrategias empresariales.
- Poco acceso a la información científica tecnológica actualizada.
- Débiles vínculos con universidades y centros de investigación.
- Dificultades para el financiamiento de la innovación, resistencia al cambio y exceso de centralización.
- Existe por las empresas una prioridad a los problemas urgentes y a las tareas de carácter operativo.
- Las bases normativas de los órganos reguladores que faciliten un conocimiento y competencias presentan espacios vacíos y en ocasiones promueven y premian de forma indefinida con distinciones a empresas como innovadoras o aspirantes a innovadoras.
- Insuficiente documentación de conocimientos y capacidades empresariales.
- Ausencia generalizada de sistemas de monitoreo de competidores y clientes
- No realización de estudios de mercado, lo que impide el conocimiento pleno de las necesidades y expectativas de los clientes actuales y potenciales como fuente de procesos de innovación.
- Se desconocen los impactos de los procesos de innovación y la evaluación de sus resultados.
- No hay integración respecto a los procesos de la empresa y al de innovación.
- No existen encadenamientos con otros actores: clientes, universidades, centros de investigación, etc.

¿Es la innovación imprescindible para mantener la competitividad? No, se puede ser competitivo durante un tiempo sin ser innovador, con sólo mantener sistemas de mejora continua. No obstante, el mantener mejoras continuas ante barreras u obstáculos a la innovación por problemas financieros o de otra índole, es también innovación, pues solo el transformar un proceso para obtener mejores resultados es una innovación organizacional o de proceso.

Para impulsar la innovación y creatividad en las entidades del turismo, la Plataforma Estratégica, en el marco de la cultura organizacional, debe estar dirigida al desarrollo de competencias organizativas y directivas. Una empresa es innovadora en la medida que aporta novedades a su mercado de referencia.

La innovación se fundamenta en la creatividad, el conocimiento y la organización, en su funcionamiento para el logro de objetivos. La plataforma estratégica se concentra en los elementos siguientes:

**Liderazgo:** el líder tiene un papel clave como promotor de una empresa con una organización innovadora, donde el personal se encuentra preparado con los conocimientos requeridos para asumir actitudes creativas e innovadoras. La base de las ideas creativas nace del conocimiento. Es fundamental que los directivos y colaboradores tengan la capacidad de adaptarse a los cambios. El directivo debe generar, valorar, nutrir y apoyar la aplicación de ideas creativas y debe actuar como creadores de equipos o redes de apoyo al servicio de la innovación, dado que la innovación requiere competencias de grupo además de individuales, logrando consensuar las experiencias y opiniones de los mismos.

**Estrategia líder de diferenciación:** La creación de valor se enmarca en la excelencia operativa, liderazgo en producto y relaciones íntimas con los clientes. Cada estrategia aporta una propuesta de valor concreta para los clientes del mercado referencial y las empresas deben ser capaces de seleccionar cuál de ellas aporta la diferenciación más importante, la que se considere líder para los cambios y sobre la cual se generan o descansan el resto de las estrategias. Una estrategia es más innovadora en la medida que aporta mayor diferenciación a la empresa.

**Dirección:** Una cultura innovadora tiene sus rasgos propios. El diseño del sistema de dirección de la organización y del personal, la definición de puestos de trabajo y el estilo de dirección se orientan al desarrollo profesional y humano del personal, lo que incide en las habilidades creativas, los conocimientos y la motivación y el compromiso. En el desarrollo de competencias directivas es fundamental un sistema de evaluación que incluya competencias relativas a la creatividad que fomente habilidades tales como: la imaginación, la intuición y el pensamiento enriquecido (no convencional). También la resolución de problemas, la asignación de responsabilidades o el sistema de información y sus redes, son áreas importantes que inciden en el desarrollo de competencias para la innovación.

**Gestión de los activos clave en la cadena de valor:** Los activos clave en la cadena de valor son la tecnología, el conocimiento y las relaciones en toda la cadena de valor:

- En la **gestión de la tecnología**, se trata de los conocimientos aplicados en productos, procesos y tecnologías. La investigación básica debe realizarse por los centros de investigación y universidades, comités de expertos, colaboradores en los consejos científicos y en las áreas o direcciones organizacionales, etc. Las transferencias de tecnologías se realizan mediante acuerdos de colaboración, jointventures, inversiones, licencias, etc.
- **Gestión del conocimiento:** Los tipos relevantes de conocimientos para la innovación cubren aspectos que abarcan el mercado, los procesos de creación de nuevos productos, de producción

y comercialización y los tecnológicos. Toda empresa puede acceder a conocimientos externos para mejorar la calidad de las ideas que genera. La generación, organización, desarrollo y distribución de los conocimientos, como procesos de gestión del conocimiento, deben estar en correspondencia con el tipo de innovación que se haya definido y también con los demás elementos que condicionan dicha innovación. El aprendizaje organizacional es factor clave en la gestión del conocimiento, jugando un papel importante los centros de investigación y las universidades y otros medios de adquisición de conocimientos.

- **Gestión de las relaciones en la cadena de valor:** Es importante integrar los proveedores clave en el diseño de los productos y servicios de la empresa, dado el impacto del mismo en el proceso de desarrollo de productos y servicios y su calidad, ya sea en el costo o en el tiempo de lanzamiento al mercado. Esta relación con los proveedores facilita el acceso a la información y conocimientos de ambas partes, no obstante esta relación debe basarse en alianzas estratégicas ya que esta dependencia disminuye la flexibilidad de aprovisionamiento.
- **Proceso de innovación de nuevos productos y/o servicios:** El proceso se inicia con la generación del producto y/o servicio, la cual está condicionada a criterios como el ciclo de vida, la rentabilidad actual y esperada, viabilidad técnica, etc., y finaliza con el producto y/o servicio puesto en el mercado.
- **Desarrollo de nuevos productos:** Es la secuencia de actividades que permite pasar del diseño del producto y/o servicio a su producción y comercialización de acuerdo a sus especificaciones mercadológicas. Esta secuencia define alrededor del 80% de los costos, aprovisionamiento de componentes, formas de distribución del producto, proyectos de investigación y desarrollo a elaborar, etc. El briefing, en la tarea de desarrollo, define resumidamente las condiciones que debe cumplir el nuevo producto y/o servicio (calidad, precio, recursos, tiempo de lanzamiento, objetivos comerciales y financieros (facturación, cuota de mercado, rentabilidad).
- **Innovación en el proceso de producción:** En este proceso se designa el responsable del proyecto, el presupuesto y los colaboradores internos o externos con la meta de reducción de costos, mejora de calidad, mayor flexibilidad, etc, participando los departamentos de marketing, calidad e ingeniería de productos, definiendo o redefiniendo los procesos.
- **Innovación en el proceso de comercialización:** Nuevas formas de comercialización aportan ventajas competitivas. Algunas empresas han conseguido diferenciar su oferta a través de la aplicación de las TIC's en sus procesos de comercialización, mediante la redefinición de los procesos de pedidos y facturación, mejoramiento del sistema de gestión de quejas y de retención de clientes, el sistema de atención técnica y el sistema de posventa. El proceso de desarrollo de un nuevo producto va acompañado de una revisión del canal de distribución, la modalidad de venta y el servicio posventa.
- **Definición de los resultados y el aprendizaje:** Las áreas de resultado que se persiguen en innovación, se plasman en indicadores, facilitando el seguimiento de la buena marcha del proceso y el desarrollo de nuevas acciones correctivas cuando sea necesario. Las acciones

resultantes de la investigación implicarán un nuevo orden organizacional y de participación que mediante el aprendizaje y el compromiso, la caracterizarán como empresa innovadora.

#### Principales acciones estratégicas

Hay muchas otras situaciones que se presentan en las empresas y que impiden de una u otra forma saltos cualitativos en los procesos de innovación: pocos intercambios entre especialistas nacionales y extranjeros, ineficiencias en los sistemas de comunicación interna y externa de las empresas, carencia de personal preparado en las nuevas tecnologías, envejecimiento del equipamiento, falta de proveedores, etc.

Los estudios realizados por estos autores, de amplio contenido, destacan:

1. Debe estabilizarse la permanencia de los directivos y personal responsabilizados con los procesos de innovación y conformarse una carpeta única de documentos relacionados con las normas, resoluciones y referencias, así como las herramientas y análisis de resultados e impactos de la gestión.
2. Debe desarrollarse, preferiblemente con las universidades, un sistema de preparación del personal, talleres, cursos y otros espacios de intercambio y superación.
3. Diseñar una plataforma uniforme y una base normativa y metodológica para la gestión de la innovación.
4. La gestión de la innovación debe estar articulada con los demás sistemas de gestión en un sistema integral de gestión.
5. Considerar la gestión de la innovación como factor de competitividad y elemento estratégico de la empresa.
6. Diseñar y aplicar un sistema de indicadores para la evaluación de la gestión de la innovación.
7. Entre los procesos de agregación de valor y la generación de conocimiento especializado debe asegurarse una estrecha relación. La articulación de un sistema que asegure la generación de valor en la empresa mediante procesos de generación de conocimiento especializado hacia lo interno de la empresa, lo que implica desplegar procesos de aprendizaje, adquisición y transferencia de conocimientos y hacia lo externo mediante alianzas estratégicas y nexos con instituciones internacionales.
8. Los sistemas de vigilancia e inteligencia empresarial son fundamentales para identificar oportunidades de innovación, promoviendo la articulación efectiva entre los procesos I+D+i y las estrategias empresariales.
9. La organización debe desarrollarse y ser consistente con los procesos de innovación, renovando las estructuras y los estilos de dirección, flexibilizando el sistema de gestión para accionar rápidamente ante cambios de todo tipo que puedan afectar la competitividad u otros aspectos en la gestión empresarial.

10. Avanzar en el perfeccionamiento del marco regulatorio. Es necesario aplicar un marco regulatorio menos restrictivo para el funcionamiento de las empresas, que conceda mayor autonomía y capacidad de decisión acerca del manejo de sus recursos para desarrollar la gestión de la innovación y mejorar el sistema de incentivos a colectivos e individuos que innovan o contribuyen desde sus responsabilidades a la innovación.

A criterio de los autores, se perfilan avances en el marco regulatorio empresarial que propenden al fortalecimiento de la gestión de la innovación en las empresas. Entre ellos, la flexibilización de los objetos sociales de las empresas promueve el aprovechamiento de sus potencialidades en función de oportunidades del entorno mediante procesos de innovación. Asimismo, la posibilidad de emplear parte de las utilidades para el desarrollo de procesos de I+D y el incremento de salarios e incentivos, entre otros destinos, puede convertirse en un acicate a las empresas para lograr mejoras importantes en la gestión y resultados de la innovación.

### **Tendencias.**

¿Qué se espera en lo adelante respecto a la gestión de la innovación en la gestión hotelera en Cuba? Lo primero es lograr los avances mínimos alcanzados internacionalmente teniendo en cuenta las limitaciones financieras y el bloqueo económico, financiero y operativo impuesto por los EE.UU. Lo segundo es perfeccionar lo que se tiene, innovar en la organización de los procesos, en los productos, mejorar la calidad, la atención al cliente y sus niveles de satisfacción, y tener en cuenta que también hay clientes que prefieren los servicios personalizados y no dependen tanto de la digitalización.

- Los programas para gestionar la actividad hotelera, los cuales deben ir perfeccionándose y ampliándose para lograr un mayor nivel de integración.
- La utilización de todos los medios digitales para el comercio electrónico orientado a nuevas tecnologías (marketing digital) que optimizan y hacen más fácil el tratamiento de la información y la relación con los potenciales clientes, para convertirlos en clientes y fidelizarlos.
- Tener diferentes canales de distribución, aprovechando la tecnología para combinarlos con el de venta directa. Ejemplo: GDS, portales en Internet, Redes Sociales, etc.
- Utilización de herramientas y programas de predicción que permitan pronosticar y diseñar escenarios respecto a las demandas del mercado, la estacionalidad y evolución de las variables más importantes que faciliten el cálculo de precios, ofertas y disponibilidad al futuro.
- Personalizar ofertas, adaptadas a las necesidades y preferencias de cada tipo de cliente, teniendo en cuenta la diversificación de la demanda.
- Utilizar las redes sociales en la promoción y en el conocimiento de las satisfacciones de los clientes, quienes lo comentan en las mismas.



- La utilización de los sitios WEB debe ampliarse brindando una mayor interacción con los clientes y potenciales clientes. Un sitio WEB, moderno, intuitivo y bien diseñado atraerá más clientes y facilitará el diálogo directo con los clientes.
- Las aplicaciones para móviles aportarán posibilidades para la fidelización de los clientes, facilitarán las reservas y el conocimiento y disfrute de actividades culturales y gastronómicas y otras informaciones como localización, transporte, etc.
- Cada vez hay más cantidad de personas que utilizan sus móviles para planificar sus viajes, y que prefieren realizar las reservas de vuelos y hoteles desde el mismo móvil. Ofrecer este servicio al cliente por medio de una aplicación que permita conocer la disponibilidad del hotel, las tarifas, y realizar reservas en el momento ha empezado a ser de vital importancia.
- Prestar gratuitamente el servicio de Wi-Fi en el hotel facilitándole al cliente su conexión con los servicios del hotel y con el exterior. La gran popularidad de la conexión Wifi hará que los hoteles que ya ofrezcan este servicio de manera gratuita en todo el establecimiento tengan mayores posibilidades de conquistar nuevos clientes.
- Tener el personal capacitado en las novedades de las tecnologías de la información y comunicación y en su preparación permanente ante los cambios que se producirán en la demanda y en las tecnologías.
- Estas son algunas de las tendencias actuales en el sector hotelero, que seguramente seguirán evolucionando ya que el desarrollo no se detiene.

### Referencias bibliográficas.

Blanco, H. (2013). Gestión de la Innovación en la empresa: Estudios de casos y propuestas de mejoramiento. En: Seminario Anual del Centro de Estudios de la Economía Cubana, (CEEC). Universidad de La Habana. ISBN: 978-959-234-093-0

Blanco, H. (2012). Dirección Integrada de la Gestión Empresarial. Seminario Anual del CEEC. Universidad de La Habana. ISBN 978-959-234-085-5.

Cazull, M; G. Hernández, y N. Sánchez (2012). Sistema de Innovación Tecnológica: Estudio de Casos. En: [http://www.gestec.disaic.cu/ponencias\\_Cuba\\_2010.htm](http://www.gestec.disaic.cu/ponencias_Cuba_2010.htm). (consulta: 10 de diciembre de 2012).

Díaz, I (2013): Desafíos de la Innovación Empresarial en Cuba. En: Seminario Anual del CEEC, Universidad de La Habana. ISBN: 978-959-234-093-0

García, Y. y G. Hernández (2010). Caracterización del proceso de innovación en la industria sidero-mecánica de Villa Clara. En:

[http://www.gestec.disaic.cu/ponencias-Cuba\\_2010.htm](http://www.gestec.disaic.cu/ponencias-Cuba_2010.htm). (consultado: 10 de diciembre de 2012).

Gutiérrez, O. (2013). “Reflexiones sobre los ambientes de innovación en las empresas cubanas”. En: Seminario Anual del CEEC. Universidad de La Habana. ISBN: 978-959-234-093-0

Gutiérrez, O. (2012). “La contextualización de los modelos gerenciales y la formación de directivos empresariales en Cuba”. En: Seminario Anual del CEEC. Universidad de La Habana. ISBN 978-959-234-085-5.

Jacob, Marta, Aguiló, Eugeni (2008), La innovación en el sector turístico. El caso de Baleares, Rotur, Revista de Ocio y Turismo, N° 1 - pp. 51 – 64, ISSN: 1888-6884, Coruña, Universitat de les Illes Balears

Maldonado, L. et al. (2007). Visibilidad y formación en investigación. Estrategias para el desarrollo de competencias investigativas. *Studiositas*, 2(2), 43-56.

Río Cobián, Eduardo del (2003) La importancia de la innovación organizativa para la obtención de los beneficios derivados de la introducción de las tecnologías de la información. [Tesis]. Facultad de Ciencias Económicas y empresariales, Universidad Complutense de Madrid.

Rojas, C. y Aguirre, S. (2015). La formación investigativa en la educación superior en América Latina y el Caribe: una aproximación a su estado del arte.

*Revista Eleuthera*, 12, 197-222. 10.17151/eleu.2015.12.11.

**Para citar el artículo indexado.**

Llanes Pérez, R., & García Leonard, Y. (2020). Educación y organización como impulsores de la creatividad y la innovación en el turismo. *ConcienciaDigital*, 3(1), 23-35. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.996>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.



## La cultura organizacional en las entidades turísticas del destino la habana en la gestión de la innovación



*The organizational culture in the tourist entities of the destination la habana in the management of innovation*

Ms. C. Yureidys García Leonard.<sup>1</sup>, Dr. C. Roberto Llanes Pérez.<sup>2</sup> & Dra. Magalys Domínguez Domínguez.<sup>3</sup>

Recibido: 06-12-2019 / Revisado: 07-12-2019 / Aceptado: 09-12-2019 / Publicado: 03-01-2020

### Resumen.

DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.997>

La actividad turística muestra un potencial en nuestro país para asimilar a la innovación como una práctica de la gestión de sus entidades, sin embargo existen indicios de que la cultura organizacional de las entidades no es proclive a inducir la innovación y la creatividad como un valor organizacional, por cuanto, como objetivo, el trabajo se dirige al análisis de los factores que impactan en la deficiencias de la cultura organizacional en las entidades del sector turístico en La Habana, en cuanto a la asimilación de la innovación como componente de la estrategia de gestión, permitiéndole al turismo constituirse en un sector dinámico dentro de la economía. Se expondrá una síntesis de la evolución conceptual de la innovación y su relación con la cultura organizacional y con el turismo. Concluyendo con un análisis de las potencialidades y deficiencias actuales del sector concluyendo con la necesidad que tiene el destino de asimilar la innovación como un paradigma emergente de gestión del destino.

<sup>1</sup> Universidad de la Habana. La Habana, Cuba. ygarcia@ftur.uh.cu

<sup>2</sup> Universidad de la Habana. La Habana, Cuba. roberto.llanes@ftur.uh.cu

<sup>3</sup> Universidad de Cienfuegos. La Habana, Cuba. mdominguez@ucf.edu.cu

**Palabras claves:** innovación, cultura organizacional, innovación y cultura organizacional.

**Abstract.**

The tourist activity shows a potential in our country to assimilate innovation as a practice of the management of its entities, however there are indications that the organizational culture of the entities is not prone to induce innovation and creativity as an organizational value, because, as an objective, the work is directed to the analysis of the factors that impact on the deficiencies of organizational culture in the entities of the tourist sector in Havana, as for the assimilation of innovation as a component of the management strategy, allowing tourism to become a dynamic sector within the economy. A synthesis of the conceptual evolution of innovation and its relationship with organizational culture and tourism will be presented. Concluding with an analysis of the current potentialities and deficiencies of the sector, concluding with the need for the destination to assimilate innovation as an emerging paradigm of destination management.

**Keywords:** innovation, organizational culture, innovation and organizational culture.

**Introducción.**

La preocupación del impacto que tiene el desarrollo de la tecnología en la economía y en la sociedad es un problema de larga data en el análisis económico. Ya en 1776 en los inicios de la escuela clásica de la economía política existía interés científico por entender si se podía relacionar el incremento de las riquezas y el desarrollo de las habilidades y destreza de los obreros, a partir de este momento el problema de la innovación, pero más asociado a la tecnología y el cambio tecnológico estuvo presente en el seno de las distintas corrientes del pensamiento económico.

No es hasta 1980 donde ocurre un punto de inflexión en la teoría económica con el establecimiento de la corriente evolucionista. La teoría evolucionista es el enfoque que como tendencia predominan en los estudios actuales de la innovación, se continúan experimentando avances en el desarrollo de los llamados sistemas de innovación y la gestión de la innovación, dos criterios que se autoreforzan debido al propio carácter sistémico de la economía.

Un estudio bibliométrico realizado hasta el 2016 la innovación y el emprendimiento, junto al desarrollo sostenible son los temas de mayor cantidad de publicaciones en las revistas y en los sitios web de la ciencia, estas son provenientes de países como Chile, Estados Unidos de Norteamérica, España, Venezuela, México, Colombia, Reino Unido, Cuba y Brasil(Campo, Amar, & Olivero, 2018)

El amplio interés que ha despertado el tema implica la existencia de una diversidad de criterios para definir que es la innovación, sin embargo, a partir de 1939 en que Shumpeter,

J. (1939), a través de su principio de creación destructiva establece cinco tipos de innovación a saber: Introducción de un nuevo bien, el uso de una nueva fuente de materia prima, la incorporación de un nuevo método a la producción, la apertura de un nuevo mercado y nuevas organizaciones, existen un consenso en las fuentes consultadas con la visión shumpeteriana de lo que podía constituir en sí un resultado de la innovación, (García, Sorhegui (2018), las nuevas aportaciones generalizan que en la esencia del proceso está el acto de crear, por lo que la invención y la creatividad son categorías que subyacen en el concepto de innovación.

Los conceptos que han precedido la obra de Shumpeter se enmarcan en aquellos que la ven más como un resultado, y describen lo que es su producto, y otros autores que se focalizan más en el proceso, y definen qué hay que hacer, la primera forma de definir la innovación prima en los estudios microeconómico, mientras que la segunda en los estudios bajo la metodología de los Sistemas de Innovación.

La evolución conceptual marcó una trayectoria metodológica que se centró en los inicios en ver a la empresa como el principal agente de innovación y los modelos surgidos a partir de 1950 hasta 1980 se basaban en el carácter lineal y secuencial, hoy se reconoce la limitación de estos y las propuestas contemporáneas apuntan hacia los modelos en redes, los estudios de autores como López & Guerra (2009) y Barreto y Petit (2017) reconocen la existencia de cinco generaciones de modelos

Barreto y Petit (2017), Velasco y Zaramillo (2008) concluyen que los modelos son una guía para gestionar la innovación en la empresa pero innovar depende en gran medida de la disposición de la gerencia empresarial para crear una cultura innovadora, formar a sus recursos humanos y crear espacio para desarrollar su creatividad, además plantean de manera muy acertada que estos modelos no captan toda la realidad innovadora, que se centran más en el proceso de desarrollo de productos y que no son muy prácticos para el sector de los servicios.

Recientemente son varios los estudios que se realizan acerca de la innovación en el campo de la dirección de empresa, tener un pensamiento prospectivo aumenta la posibilidad de generar innovaciones, pero no es un requisito suficiente, en tal sentido COTEC (2010) reconoce que para que una empresa aumente sus capacidades innovadoras debe trabajar sobre su cultura innovadora.

En esta línea son varios los autores que establecen una conexión entre la innovación y la cultura como es el caso de Hidalgo (1998), Bueno (2012), Ortiz & Pedroza (2006), Velasco & Zamanillo (2008), COTEC (2010), González, García & Lucero (2014) Ahmed y otros (2012), (Aponte, 2015), (Robayo, 2016), pese al reciente interés por la influencia que tiene la cultura organizacional en la innovación Pizarro, Real, & Rosa (2011) reconocen que existe un vacío enorme en la propuesta acerca del tema.

Si bien es cierto que es un campo de la innovación poco explorado, y sobre el cual las evidencias empíricas nos son robustas, en defensa de la tesis de la correlación entre cultura e innovación Conejo & Muñoz (2009), evidencia que existen empresas que aunque tengan un

elevado Gasto en I+D, y desarrollen proyectos, no tienen los resultados esperados, mientras que en el otro caso se encuentran aquellas que tienen predisposición y actitudes tienen mayores capacidades para llevar a cabo proyectos innovadores y es lo que ellos llaman “La fuerza de la cultura”.

El tema de la cultura organizacional es ampliamente estudiado en el campo del desarrollo organizacional y la administración del comportamiento humano, por lo que existe diversas definiciones, que concuerdan en la visión de Ahmed y otros (2012). al considerarla como una suma de valores y normas que deben de ser compartidos entre todos los miembros de la organización ya sean individuales o los grupos, su propuesta es que debe propiciar un clima de cooperación hacia el interior de la organización y esta a su vez con el entorno.

En la concepción de la cultura organizacional la categoría valor revierte una importancia y se definen como patrones compartidos, Ahmed y Otros (2012) lo asocian a las normas que determinan el comportamiento apropiado, por lo que el valor dentro de la organización se define como una conducta que marca un modo de actuación, lo que influye directamente en el desarrollo de capacidades y el establecimiento de rutinas, línea conductora que apunta hacia el saber-hacer, por lo que se comparte el criterio de Conejo y Muñoz (2009) que la Teoría de Recursos y Capacidades y el enfoque de la cultura es compatible para tratar el tema de la innovación.

En la literatura consultada sobre la importancia de la cultura organizacional y su relación con la innovación existen enfoques que realizan unadistinción entre lo que sería la cultura innovadora y organizacional. Tal es el caso de como el caso de que la define como una forma de actuación que es capaz de desarrollar y establecer valores y actitudes proclives a la creatividad y el cambio empresarial, Bueno (2012) que siguiendo la misma línea la enfoca hacia desarrollar un potencial de emprendimiento, COTEC (2010) quien destaca su papel en el desarrollo de actividades innovadoras , y a la flexibilidad de la organización, así como el trabajo en equipo, Robayo (2013) con un factor clave de distinción.

Todas las definiciones anteriores no logran un distanciamiento en lo que se define como cultura organizacional, por lo que no ameritaría crear nuevos conceptos y categorías específicas que se encuentra explicado en los más generales, sin embargo, los atributos de la cultura de una organización o dicho de otra manera las normas, los valores, los procedimientos y las rutinas establecidas, es tema que se debe de estudiar en cuanto a su aporte en los procesos de innovación, de manera que se pueda constatar lo que en teoría apunta a la existencia de una interrelación entre la actitud innovadora que desarrollen los miembros de una empresa y los resultados. De hecho Ahmed y Otros (2012), le otorgan un peso importante a los valores dentro de un modelo de innovación y lo definen como el futuro de la organización “Un toque humano al propósito estratégico” (...) en definitiva una organización es esencialmente un conjunto de cerebros o estructura cognitivas y de conocimiento”.

## Metodología empleada y resultados obtenidos

Con el objetivo de establecer el estado de la cultura organizacional de las entidades turísticas del destino La Habana se diseñó un cuestionario que se elaboró a partir de las necesidades informativas de la investigación.

Dicho cuestionario se le aplicó a la muestra seleccionada, el muestreo que se siguió fue no probabilístico, en este caso una muestra de casos tipos, lo que se busca es la calidad y la riqueza de la información y no la estandarización de los resultados.

Las unidades seleccionadas fueron los hoteles, restaurantes y agencias de viajes adscritas al MINTUR, se excluyó del muestro inicial, las organizaciones pertenecientes al grupo Gaviota. S.A. y las entidades de ocio y recreación en el destino. El criterio que se siguió para la exclusión, está dado en primer lugar por el principio de la voluntariedad, es decir dondelas partes implicadas en el proceso están de acuerdo de participar y brindar la información oportuna para el estudio.

## Construcción de la base de datos

La base de datos se construyó en el programa estadístico *SPSS, versión 20.0*, luego decodificar las variables obtenidas a partir del instrumento aplicado, el cuestionario específicamente recauda información sobre:

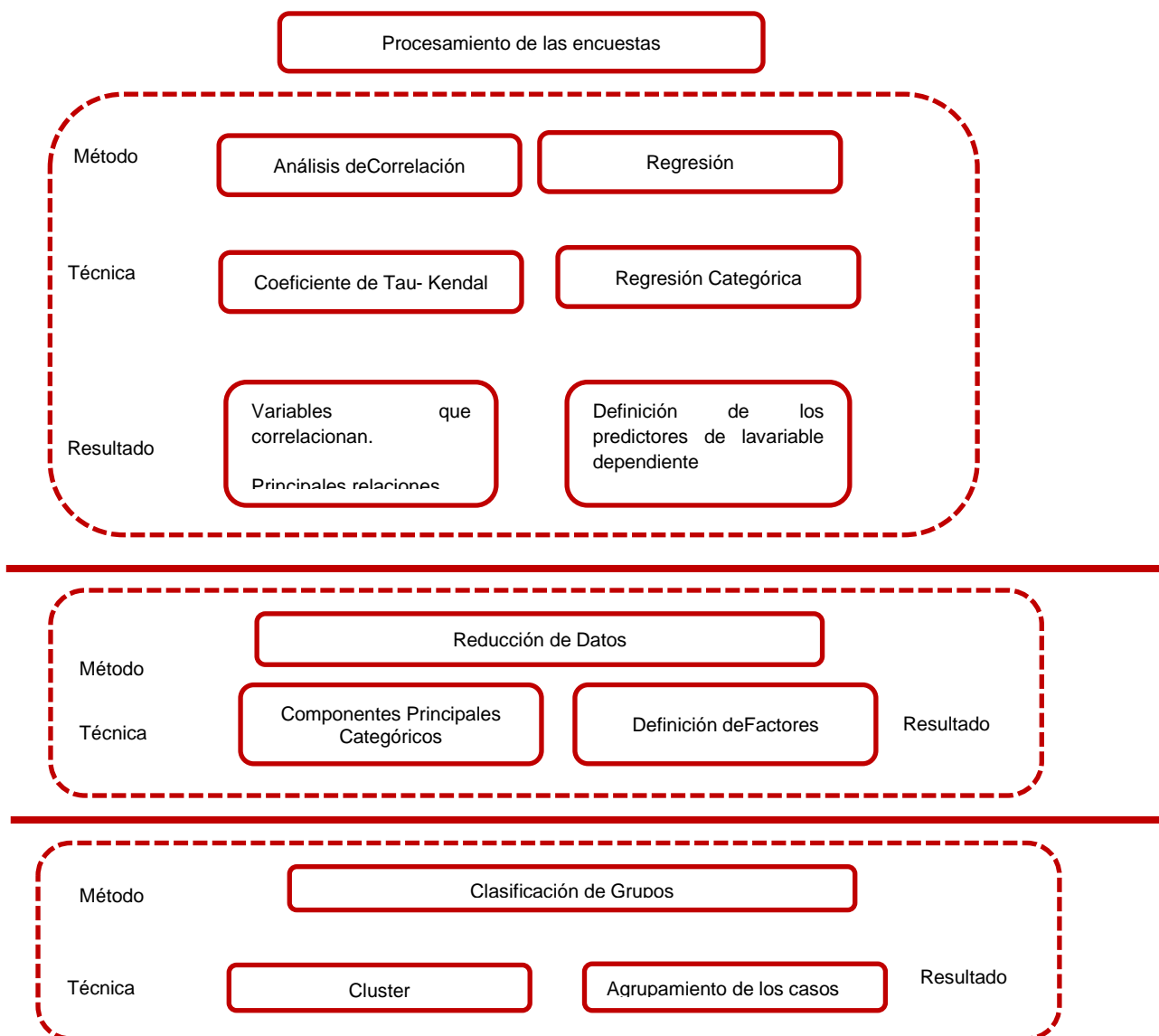
1. Enfoque estratégico en la dirección de las empresas.
2. Gestión del cambio.
3. Desarrollo de funciones de inteligencia empresarial.
4. Colaboración entre entidades y con la academia
5. El desarrollo de proyectos, para la investigación y el financiamiento
6. La inducción de la creatividad en la organización.
7. Gestión del capital humano.
8. Estructuras flexibles que permitan la absorción del conocimiento y la asimilación de tecnologías.

Todas estas necesidades informativas se obtienen luego de analizar en la bibliografía los elementos que caracterizan una cultura organizativa proclive a motivar la gestión de la innovación en las entidades.

Se obtuvieron un total de 51 variables categóricas, para las cuales se utilizó escalas valor ordinal y nominal. Las escalas de medición en las variables ordinales se mueven en un rango de 1-3, donde uno es el valor de apreciación más bajo y el tres más alto, en las nominales se sigue el mismo criterio a menor valor del número en la escala Likert utilizada se le asocio el peor comportamiento de la situación. En la figura 1 se observa el esquema que se siguió en el procesamiento de los datos.



**Figura N 1:** Esquema utilizado en el procesamiento de los datos.



**Fuente:** Elaboración propia.

### Procesamiento de las encuestas

La validez de constructo realizada muestra que las variables fundamentales en la investigación se encuentran en la sesión primera del cuestionario, afirmación que se valida con el coeficiente de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin, el cual es aceptable de 0,755; la prueba de esfericidad de Bartlett, tiene una significación de 0.00 por lo que se acepta la hipótesis nula que se puede aplicar el análisis factorial, los coeficientes de extracción de los factores en todos los casos es mayor a 0.500. Para la fiabilidad del cuestionario se utilizó el Alpha de Cronbrach para un valor de 0.925, lo que permite utilizar el instrumento en varios momentos de la investigación.

### **Análisis de correlación.**

Para el análisis correlación entre variables para examinar las relaciones se utiliza el estadígrafo Tau-Kendal, este coeficiente por lo general da valores de relación entre variables, más bajos que el de Spermán y Pearson. Por tanto se seleccionaron aquellas variables cuyo coeficiente de correlación fuera mayor que 0.450 y con un grado de significación por debajo del 0.001.

Un análisis de la matriz de correlaciones afirma que el tipo de actividad que realiza la entidad, es decir que se dedique a los viajes, y/o la hospitalidad, no influye en el comportamiento innovativo, pues esta variable no correlaciona con el resto de las estudiadas.

Uno de los argumentos que resulta de importancia para el diagnóstico es la correlación positiva que existe entre la variable (X2) “sistema de dirección implementado es adecuado para la innovación”, (X3) “la estrategia empresarial y su influencia en el cambio organizacional” y (X7) “el diseño de políticas de innovación”.

Tanto el comportamiento estratégico, como la gestión de cambio son valores necesarios a promover en culturas innovadoras, en el caso de las políticas de innovación es un apartado esencial, es los conceptos de cultura las normas y la institucionalidad son factores esenciales.

Lo anterior conlleva a indagar las relaciones de las ya citadas variables con el resto de las estudiadas, tomando como referente (X3) que correlaciona significativamente con (X 8), “objetivos asociados a la innovación”,(X15) “Las tecnologías de información facilitan el acceso a las fuentes de información externa” y (X 22)“La incorporación de tecnologías ajenas o de otros sectores”.

La variable ( X7) <sup>4</sup>, muestra un mayor número de correlaciones:

- (X6): la existencia de acciones para el desarrollo tecnológico dentro de la estrategia.
- (X8): objetivos asociados a la innovación
- (X11): se identifican tecnologías que pueden ser asimiladas por la organización.
- (X17): Se analizan los desfases de los servicios de la organización y las necesidades y/o expectativas expresados por los grupos de interés.
- (X20): Búsqueda de financiamiento para los proyectos de investigación.
- (X26): Patentes alcanzadas producto de innovación.

En síntesis, la tabla de correlaciones obtenida aporta a la investigación elementos esenciales que deben de ser retomados en la propuesta final, y de ella se desprenden tres hipótesis esenciales.

Primera hipótesis: En la práctica los decisores encuestados de las entidades conciben que para que un modelo de dirección propicie la innovación, debe de tener un enfoque estratégico, y una clara política de innovación a nivel de la entidad.

---

<sup>4</sup>la política de innovación

Segunda hipótesis: la gestión estratégica debe incluir objetivos asociados a la innovación, y los temas de asimilación, absorción de tecnología, así como la función de vigilancia tecnológica.

Terceerahipótesis la política de innovación de la empresa sería el referente normativo central y en ella debe quedar claro:

- Objetivos de la innovación.
- Las pautas para una estrategia tecnológica.
- Vigilancia tecnológica.
- El Benchmarking como herramienta, la cual permitiría el absorción, adaptación y desarrollo de tecnologías.
- Las pautas para el financiamiento
- Y lo asociado a la protección de los resultados.

Con anterioridad en la respuesta a las preguntas a través de las variables enunciadas se van perfilando factores que inciden en la gestión de la innovación (GI) en las empresas estudiadas y que deben de tomar peso en la praxis diaria de estas instituciones y así convertirse en valores organizacionales y contribuir a fortalecer una cultura innovadora.

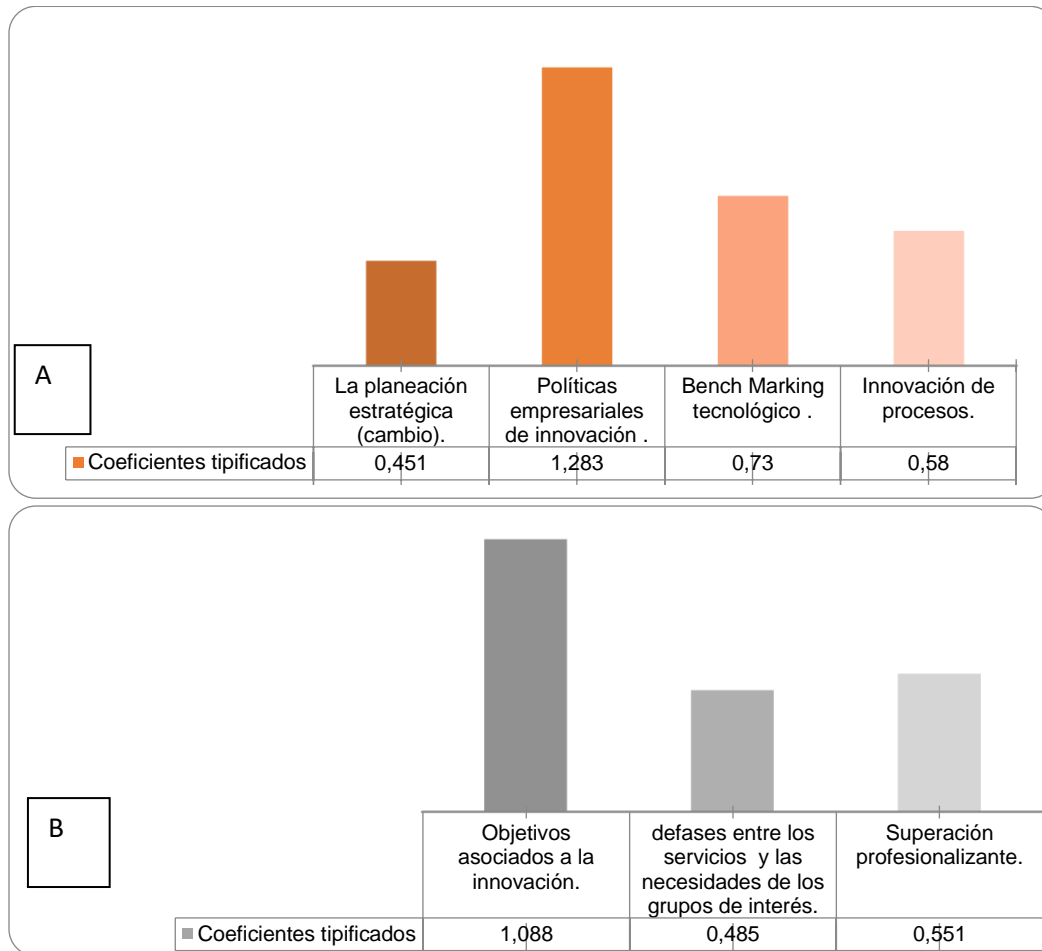
En la actualidad uno de los aspectos en que más énfasis se realiza a tratar el tema de la gestión de la innovación es el desarrollo de alianzas estratégicas como forma de cooperación empresarial para cumplimentar la cadena I+D+i, sin embargo en los coeficientes de correlación, ni en los análisis de frecuencia realizado a las encuestas, se observa que los empresarios vean a la cooperación entre entidades, entidades-universidad, como acciones efectivas para desarrollar proyectos innovadores con potencial a obtener financiamiento por las vías establecidas en los marcos normativos.

Lo anterior resulta fundamental pues una de las barreras más importante que los encuestados declaran para concretar innovaciones es el financiamiento.

Para indagar cuan efectiva es la cultura organizacional para fomentar la gestión de la innovación en las entidades se utilizó el modelo de Regresión Categórica, la esencia del método consiste en delimitar los factores explicativos del comportamiento de la variable dependiente, en el estudio se selecciona “adecuación del modelo de dirección para gestionar la innovación”.

Enel resumen del modelo se obtiene: estadígrafo de,  $R^2 = 0.799$ , o lo que es igual el 80% de la variable dependiente queda explicada por los predictores. En los gráficos que se muestra en la figura 2 a y b, se observan los predictores que mayor impacto tienen sobre la variable dependiente. En la parte a se encuentran las variables independientes que impactan positivamente sobre la variable dependiente, y en la figura 2b, se exponen los factores que inciden negativamente.

**Figura N 2:** Variables interdependientes que impactan (positivamente / negativamente) en la variable dependiente.



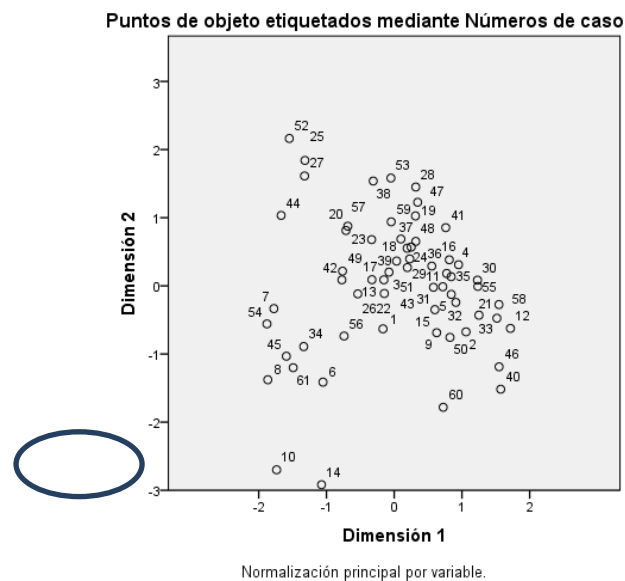
**Fuente:** Elaboración propia.

Del modelo de regresión categórica se obtiene que el comportamiento negativo de la empresa está motivado por la no existencia de objetivos asociados a la innovación, el poco desarrollo de acciones de inteligencia empresarial y su influencia en los resultados de la innovación y el carácter de la capacitación que prioriza la formación de competencias específicas al puesto de trabajo

El trabajo con 51 variables resulta engorroso para priorizar acciones por lo que las técnicas de reducción de datos resultan útiles para eliminar duplicidad en las variables, en la indagación en curso se utilizó Componentes Principales Categóricos.

Las respuestas de los encuestados fueron homogéneas como se observa en la figura 3.

**Figura N 3:** Distribución de los casos.



Solamente los casos 10 y 14, tuvieron respuestas alejadas de la media. La gráfica sugiere además que se forman tres tipos de grupos, los que deben ser analizados más adelante con la técnica de clúster y su ulterior análisis descriptivo.

En la tabla de saturaciones de los componentes la primera dimensión explica la mayor cantidad de la varianza por lo que este componente queda compuesto por.

Componente 1:

1. La planeación estratégica y su impacto en el cambio.
2. Acciones de desarrollo tecnológico dentro de la estrategia empresarial.
3. Políticas de innovación.
4. Objetivos asociados a la innovación.
5. Identificar necesidades tecnológicas
6. Benchmarking organizacional
7. Tecnología de la información facilita la inteligencia empresarial.
8. La coherencia del sistema de información de la empresa
9. Desfase de los servicios de la organización y las necesidades y/o expectativas expresados por los grupos de interés.
10. La existencia de proyectos de investigación.
11. Tipología de la Innovación.

Componente 2:

1. Presupuesto para gasto de inversión en tecnología.
2. Búsqueda de financiamiento para proyectos.

Como resultado final, de 51 variables iniciales, son relevantes 13 y quedan organizadas en dos componentes: el primero con 11 variables y denominado *Gestión estratégica de la innovación* conformado en su conjunto por aquellos factores que se asocian directamente a etapas específicas del proceso de innovación. Un segundo componente que explica un menor por ciento de la varianza total, asociado al financiamiento. Al igual que las técnicas aplicadas anteriormente existen otros aspectos marginados en el funcionamiento de las empresas encuestadas en cuanto al objeto de estudio, aspectos estos que teóricamente se definen notables para la investigación. Tal es el caso, que en las entidades enclavadas en el destino La Habana se manifiesta una desconexión entre la academia y estas.

Luego de definir las variables relevantes y sin discriminar del análisis ninguna de las iniciales se aplicó la técnica de clúster para clasificar grupos, se crearon 3, agrupados los casos como muestra la figura 4.

**Figura N 4:** Cantidad de casos distribuido por grupo.

Número de casos en cada conglomerado		
	1	12,000
Conglomerado	2	33,000
	3	16,000
Válidos		61,000
Perdidos		,000

**Fuente:** Tabla de salida del programa SPSS.

La conformación de los clústeres que se obtienen corrobora el punto de partida inicial, que no existen diferencias por el tipo de función de la empresa turística, los grupos están formados indistintamente por hoteles, restaurantes o agencias de viajes.

A partir del estadígrafo de la moda, el primer clúster está conformado por 7 hoteles, 3 restaurantes y 2 agencias de viajes. Lo que caracteriza al grupo viene dado de manera general, es decir, las 51 variables del estudio son evaluadas en una escala media, o sea que realizan las acciones en alguna medida, al enfocarse el análisis en las 13 variables fundamentales definidas por los métodos multivariado, consideran que las mismas se comportan de manera satisfactoria en la organización.

El segundo grupo que es el más numeroso está compuesto por 21 hoteles, 10 restaurantes y 2 agencias de viajes. Al igual que en el clúster anterior predomina de manera general un comportamiento medio, pues las variables fundamentales coinciden en que son acciones que no tienen sistematicidad en las entidades, por lo general son empresas que basan su sistema de dirección por objetivo, sin incorporar aspectos estratégicos y presentan en su desempeño un marcado enfoque reactivo.

El tercer conglomerado creado, formado por 11 hoteles y dos restaurantes y agencias de viajes respectivamente. De las tres agrupaciones formadas este es la que presenta resultados por debajo de la media en las variables estudiadas, incluso consideran que sus sistemas de dirección no son

adecuados para incentivar la innovación; su gestión se enfoca a problemas operativos de la organización.

Sintetizando, aunque se forman tres clústeres, no es axioma de que en ninguno de ellos las empresas tengan un buen desempeño innovador, sino que existen un grupo de organizaciones que tratan de incorporar aspectos estratégicos dentro de su gestión, un segundo nivel donde se centran más en la dirección por objetivos y finalmente aquellas en las que evalúan su sistema de dirección inoperante para lograr la gestión de la innovación.

### **Conclusiones.**

- El diagnóstico muestra en primer lugar que como norma las entidades del sector turístico del destino La Habana, manifiestan una débil cultura de trabajo a favor de la innovación, aunque la consideran como un proceso estratégico; en su funcionamiento se limitan a trabajar centrado en los objetivos, limitando el empleo de las técnicas prospectivas asociadas a la planeación.
- Continúan identificando a la innovación al momento ex post, y como algo aparte de la gestión de la entidad, lo que provoca que las estrategias diseñadas no incorporen objetivos de desarrollo tecnológico, tampoco indicadores de medir el desempeño en términos de innovación.
- Hacia el interior de las empresas no se promueve la creatividad, es deficiente la gestión de proyectos. Desde la proyección de las OSDE hacia sus entidades laborales de base, se denota la ausencia de una política de trabajo coherente en cuanto a la innovación, tanto las entidades como su OSDE no promueven la colaboración empresarial para emprender proyectos innovadores en el destino.

### **Referencias bibliográficas.**

- Ahmed, P., & Sheperd, C. (2012). Administración de la innovación. México DF: Pearson
- Aponte, G. (2015). El proceso de gestión de innovación tecnológica: Sus etapas e indicadores relacionados. Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, 59-90.
- Barreto, J., & Petit, E. (2017). Modelos explicativos del proceso de innovación tecnológica en las organizaciones. Revista Venezolana de Gerencia, 22-79.
- Bueno, E. (2012). Recuperado el 27 de noviembre de 2016, de El capital intelectual como sistema generador de emprendimiento e innovación: <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/388/Eduardo%20Bueno.pdf>

- Campo, L., Amar, P., & Olivero, E. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006-2016). *Revista Ciencias Sociales*, 26-37.
- Conejo Cañamares, M., & Muñoz Ruiz, E. (2009). Percepción de la innovación: cultura de la innovación y capacidad innovadora. *Pensamiento Iberoamericano* N°5: , 121-139.
- COTEC. (2010). *La innovación en sentido amplio: un modelo empresarial. Análisis conceptual y empírico*. Madrid: COTEC.
- García Leonard, Yureidys y Sorhegui, Rafael (2018). La innovación en el pensamiento económico. Un debate abierto. *Revista Científica ECOCIENCIA*, ISSN: 1390-9320, Vol. 5, No. 1, febrero 2018, Ecuador
- González Candía, J., García Coliñanco, L., & Lucero Caro, C. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas . *Pensamiento y Gestión*, 109-133. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.14482>
- Hidalgo, A. (1998). La gestión de la innovación tecnológica: La validez de sus supuestos en la empresa. Obtenido de ResearchGate: <https://www.researchgate.net/publication/296483213>
- López, M., & Guerra, S. (2009). *Revista Innovaciones*. Obtenido de Evolución de los modelos de gestión de la innovación: [http:// revistainnovaciones.uanl.mx > index.php > revin > article > download](http://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/download)
- Ortiz Cantú, S., & Pedroza Zapata, A. R. (2006). Qué es la gestión de la innovación y la tecnología )GInnT. *Journal of Technology Management&Innovación*, 64-82.
- Pizarro Moreno, I., Real, J. C., & Rosa, D. M. (2011). La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 139-150 .
- Robayo, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: Una aplicación al sector gráfico colombiano. Obtenido de ELSEVIER: <http://elsevier.es>
- Schumpeter, J. (1939), *Business Cycles*, Nueva York: McGraw-Hill, Vol. I.
- Velazco Balmaseda, E., & Zamanillo Elguazabal, I. (2008). Evolución de las propuestas sobre el proceso de innovación: Qué se puede concluir de su estudio. *Investigaciones Europeas de Dirección e Economía de Empresa*, 127-138.



**Para citar el artículo indexado.**

García Leonard, Y., Llanes Pérez, R., & Domínguez Domínguez, M. (2020). La cultura organizacional en las entidades turísticas del destino la habana en la gestión de la innovación. *ConcienciaDigital*, 3(1), 36-49. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.997>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.



---

# Perfeccionamiento de la enseñanza de la estadística en la carrera de turismo



---

*Improvement of the teaching of statistics in the tourism career*

MSc. Elena Fraga Guerra.<sup>1</sup> & Dr. Roberto Llanes Pérez.<sup>2</sup>

Recibido: 09-12-2019 / Revisado: 12-12-2019 / Aceptado: 16-12-2019 / Publicado: 03-01-2020

## Resumen.

**DOI:** <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.1005>

Uno de los retos fundamentales que enfrenta hoy en día la educación superior cubana es el diseño e implementación de una nueva generación de planes de estudio de las carreras universitarias, denominados Planes de Estudio E. En este trabajo se exponen consideraciones acerca de los retos que implica el perfeccionamiento del proceso de enseñanza – aprendizaje de la estadística en la carrera de Turismo en este nuevo contexto, y a partir de ello se realizan propuestas para el perfeccionamiento de la enseñanza de la asignatura, tanto para el curso diurno como para el curso por encuentros.

**Palabras claves:** retos fundamentales, planes de estudio, educación superior cubana.

## Abstract.

One of the fundamental challenges facing Cuban higher education today is the design and implementation of a new generation of curricula for university careers, called Study Plans E. In this work, considerations are made about the challenges involved in perfecting the teaching process - learning statistics in the Tourism career in this new context, and based on this, proposals are made for perfecting the teaching of the subject, both for the daytime course and for the encounter course.

---

<sup>1</sup> Dirección de Formación de Profesionales, MES, Cuba, efraga@mes.gob.cu

<sup>2</sup> Facultad de Turismo, Universidad de la Habana, Cuba, roberto.llanes@ftur.uh.cu

**Keywords:** fundamental challenges, curricula, Cuban higher education.

## **Introducción.**

El objetivo fundamental de la educación superior cubana lo constituye la formación de profesionales integrales con un alto nivel de competitividad, lo que implica un reto para las instituciones de educación superior y otras entidades vinculadas a este proceso. En ello se debe trabajar sistemática y científicamente, lo que presupone la realización de un perfeccionamiento continuo del proceso de enseñanza – aprendizaje.

En la actualidad, la educación superior en nuestro país se encuentra inmersa en la implementación de una nueva generación de planes de estudio, denominada Planes de Estudio E. En esta nueva generación de planes de estudio, la enseñanza de la estadística en la carrera de Turismo ha tenido un proceso de modificaciones sustanciales que imponen al claustro de la Facultad retos en la enseñanza de esta ciencia en un nuevo contexto.

Las bases conceptuales de los Planes de Estudio E se fundamentan en la formación de profesionales de perfil amplio, capaces de resolver los problemas más generales y frecuentes del eslabón de base de la profesión y preparados para asumir su formación continua. El tiempo de horas presenciales se reduce con respecto a planes de estudio anteriores y se fomenta un mayor protagonismo y autonomía de los estudiantes durante sus estudios universitarios mediante el empleo de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Por otra parte, se hace necesario reforzar la motivación de los estudiantes por el estudio de la estadística, así como potenciar los métodos de estudio para una mejor asimilación de los contenidos, métodos de enseñanza que propicien una mejor comprensión e interpretación de los modelos y métodos estadísticos, la resolución de problemas vinculados con el perfil del egresado, así como una mejor preparación para asimilar contenidos posteriores en la carrera que tienen como base conceptual la estadística y la realización de trabajos investigativos que incluyen el ejercicio de culminación de los estudios. Es imprescindible que los estudiantes de la carrera de Turismo conozcan y apliquen los métodos estadísticos que le permitan organizar, sistematizar, procesar y analizar la información relacionada con las actividades turísticas para la toma de decisiones.

Para este análisis se aplicaron métodos tales como el análisis documental, la observación en clases, los resultados de las evaluaciones realizadas a los estudiantes, sus criterios sobre los contenidos impartidos, así como el desempeño de estos en otras asignaturas y en la realización de los ejercicios de culminación de los estudios de la carrera en los que es necesario la aplicación de estos métodos estadísticos.

En este trabajo se exponen consideraciones de los autores, quienes poseen una vasta experiencia en la enseñanza de la estadística en la educación superior, acerca de los retos que implica el perfeccionamiento del proceso de enseñanza – aprendizaje de esta ciencia en la actualidad. A partir de ello se realizan propuestas para el perfeccionamiento de la enseñanza de la asignatura, tanto en el curso diurno como en el curso por encuentros, en la carrera de Turismo.

Las propuestas están sustentadas en la articulación de la asignatura con el modelo del profesional, la adecuada orientación del estudio independiente que incluya la incorporación de preguntas que le permita al estudiante profundizar y aplicar métodos adecuados de estudio, entre otros aspectos, la elaboración de materiales de apoyo a la enseñanza, la introducción de métodos activos de enseñanza y el perfeccionamiento del sistema de evaluación.

### **Desarrollo.**

#### **Retos ante una nueva generación de planes de estudio en las universidades cubanas.**

La educación superior tiene como misión: preservar, desarrollar y promover la cultura de la humanidad, a través de sus procesos sustantivos (formación, investigación y extensión) y en estrecho vínculo con la sociedad; contribuyendo a su desarrollo sostenible.

Por ello las universidades deben ser pertinentes, no solo en el sentido de reproducción y legitimación de la vida económica, social y cultural, sino también en el sentido crítico, renovador y transformador, altamente comprometida con el desarrollo cultural, económico y social del país, dándole amplia respuesta a las necesidades de la educación postgraduada y que la investigación científica sea un componente consustancial del quehacer universitario.

La formación de los futuros profesionales hoy en día se encamina a potenciar la asimilación de nuevos contenidos, desarrollar la capacidad creativa y de innovación, de incorporar la metodología científica en la investigación y las diversas técnicas y métodos para el estudio y análisis de resultados y que los egresados mantengan y fortalezcan los hábitos de una educación permanente, de una formación continua, entre otros aspectos, sin olvidar la formación de valores en los estudiantes, durante el proceso académico, con el fin de lograr un profesional comprometido con el país y su proyección social.

¿Cómo entonces las universidades garantizan la formación de un egresado integral?

En el diseño de los planes de estudio de una carrera universitaria, es indispensable que se tengan en cuenta las exigencias de la época, las exigencias propias del país, de la región, de su sistema social y las exigencias específicas de la profesión, con una visión que posibilite al egresado dar soluciones a problemas que se le pueden presentar posteriormente en su vida laboral.

Al graduado universitario se le presentan en su labor profesional exigencias propias de sus funciones y que devienen en los objetivos del egresado, a saber:

1. La apropiación de nuevos conocimientos y habilidades, que implica la continua superación para mantenerse actualizado en el campo de su especialidad.
2. La transmisión de conocimientos científicos.
3. La aplicación de los conocimientos científicos.
4. La actividad creadora en el desarrollo de los conocimientos científicos, que incluye la realización de trabajos de investigación, la búsqueda de nuevas soluciones, métodos y procedimientos en la ciencia y la tecnología.

En los nuevos planes de estudio E, implementados en la educación superior cubana, el concepto de formación básica es asumido con mayor amplitud. El currículo se divide en: currículo base (son los contenidos precisados por las Comisiones Nacionales de Carrera y de obligatorio cumplimiento para todas las universidades), currículo propio (son los contenidos, precisados por cada universidad, en correspondencia con las particularidades del proceso de formación en cada carrera y centro) y el currículo optativo/electivo (son los contenidos que son escogidos por cada estudiante que sirven de complemento para su formación integral), las asignaturas y disciplinas deben evidenciar un mayor nivel de esencialidad, debe haber una mejor correspondencia entre la profesión y las ciencias que a ella tributan.

Por otra parte, se sustentan en la disminución de la carga semanal de horas presenciales, las transformaciones relacionadas con la virtualización del proceso de formación, una formación humanística más completa y el establecimiento de sistemas de evaluación del aprendizaje cualitativos e integradores, centrados en el desempeño de los estudiantes, por mencionar algunos; lo que supone cambios en el modo de actuar y de pensar de todos los implicados en este proceso.

También se deben tener en cuenta la implementación de las estrategias curriculares, como son el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el conocimiento del idioma inglés, la formación económica, las técnicas de dirección, el empleo correcto de la información científico técnica y la dimensión medio ambiental, entre otras.

Ello supone que las prioridades sean:

1. La aplicación del enfoque integral, con énfasis en la labor educativa desde el contenido de las disciplinas.
2. El desarrollo de habilidades en los estudiantes que les posibilite un pensamiento creativo, la independencia, el análisis para la toma de decisiones.
3. La actividad investigativo-laboral, con un enfoque más abierto, que implique, en los casos que lo requieran, la formación desde el trabajo.
4. Consolidación del sistema de evaluación.

### **Rol de las matemáticas en la carrera de Turismo.**

La matemática como ciencia, contribuye al desarrollo de los pensamientos abstracto, lógico y algorítmico, y aporta los fundamentos básicos para un egresado de la carrera de Turismo, dado que este profesional requiere modelar en términos matemáticos, su objeto de trabajo: “conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas, culturales y medioambientales que se generan en los procesos asociados a las actividades turísticas, entre los visitantes temporales, las entidades vinculadas a los viajes y las comunidades de acogida con motivo de sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su residencia habitual” (4), así como en los procesos afines, con los cuales refleja los rasgos cuantitativos y cualitativos de los fenómenos que estudia.

Por consiguiente, estos futuros profesionales deben poseer una adecuada preparación matemática y estadística que comprende, además de los conocimientos teóricos, el correspondiente a los programas computacionales: matemáticos, estadísticos, de gestión y otros, que comprenden una correcta interpretación de los resultados. Esta disciplina contribuye a:

- Ampliar la madurez matemática y la capacidad de trabajo con la abstracción.
- Desarrollar habilidades para la comunicación y comprensión de propiedades y características matemáticas de magnitudes y formas en las variantes formal, gráfica, numérica y verbal.
- La conformación de una cultura científica general e integral actualizada.
- Identificar, interpretar y analizar modelos matemáticos de diversos procesos vinculados a la profesión, así como resolver los problemas de índole matemática a los que éstos conducen, utilizando para ello los contenidos matemáticos que se estudian en la disciplina, haciendo un uso eficiente de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Construir una sólida base de conocimientos, integrada y sistémica, que deje huella en su proceso de aprendizaje y le permita resolver problemas con los recursos y estrategias estudiadas.
- Aprenda a pensar y actuar de forma creadora.

Para ello se requiere una concepción del modelo de enseñanza que tenga en cuenta:

1. Una estructuración sistémica de los contenidos (conocimientos, habilidades y valores).
2. Una enseñanza centrada en el estudiante como sujeto activo, constructor y reconstructor de su propio conocimiento y proceso de aprendizaje.
3. Una enseñanza a través y para la resolución de problemas vinculados a la carrera y a otras disciplinas y asignaturas.
4. Una enseñanza desarrolladora dirigida a la educación de la personalidad del estudiante con una implicación personal activa, consciente y reflexiva que le provoque

satisfacción, con la necesaria flexibilidad, independencia, perseverancia, y una actitud ante la vida responsable y autodeterminada que se proyecte con una perspectiva temporal mediata.

En el actual Plan de Estudios E de la carrera de Turismo está presente la disciplina Matemática Aplicada e Informática, cuyo contenido básico es la recolección, organización y tratamiento de los datos, su tabulación y representación gráfica, el uso de técnicas matemáticas y estadísticas para el estudio de las relaciones cuantitativas en los procesos y fenómenos del turismo, el uso de algunos de los modernos medios y técnicas para el procesamiento y presentación de la información, así como de las nuevas tecnologías del comercio electrónico empleadas en el turismo, posibilitando el cuerpo teórico e instrumental necesario en una primera fase de la base curricular de estudio. (4)

Las asignaturas que conforman esta disciplina contribuyen a la formación básica de conocimientos y habilidades propios y de base instrumental para el desarrollo de otras disciplinas y sus asignaturas, y tienen como sistema de conocimientos: Funciones y ecuaciones. Derivadas y análisis marginal. Integrales. Matrices y sistemas de ecuaciones lineales. Programación lineal. Probabilidades. Estadística descriptiva e inferencial. Matemática financiera. Organización y procesamiento de la información. Uso de redes e internet. Software básico y de gestión. (4)

#### **Análisis de la asignatura Estadística aplicada al Turismo.**

La Estadística es una de las ramas de la Matemática que se incluye dentro de la disciplina Matemática Aplicada e Informática, siendo el nombre de la asignatura Estadística aplicada al Turismo, que se imparte en el segundo semestre del primer año del Curso Diurno y en el primer semestre del segundo año en el Curso por Encuentros.

La propia naturaleza de la actividad a desarrollar por cualquier profesional del turismo hace que la Estadística sea una herramienta fundamental en las actividades propias de carácter operativo y en los estudios e investigaciones de análisis, estratégicos y de planificación. En el caso del turismo, la estadística permite y facilita, entre otras acciones:

1. Estudiar y sistematizar la evolución de la realidad turística, la estacionalidad, el crecimiento, los ciclos, los impactos de la actividad, etc., así como pronosticar comportamientos de dicha realidad.
2. Conocer la evolución de un determinado destino turístico valorando su gestión a corto y largo plazo.
3. Entender los eventos que se producen dentro del sector, proporcionando información útil a los decisores y planificadores de políticas y estrategias.
4. Reducir el tiempo de incertidumbre y el tiempo de reacción ante los cambios en los requerimientos de operadores turísticos, proveedores, clientes y del medio ambiente.
5. Analizar los errores y logros observados en el pasado con el fin de establecer políticas correctoras o potenciar las estrategias de futuro.

6. Explicar y realizar informes sobre el control de los procesos, estableciendo predicciones sobre escenarios futuros que serán la base de la toma de decisiones.
7. Facilitar a las empresas turísticas, el adaptarse a los nuevos mecanismos de mercado y a los procesos de modernización impuestos por las nuevas tecnologías, permitiendo aumentar la competitividad al permitir un mayor conocimiento del mercado y del entorno en el que se desarrolla la actividad turística, proporcionándole un valor añadido que la diferencie del resto de sus competidoras.
8. Suministrar información sobre aspectos como: movimiento de turistas, el perfil del turista, motivaciones de elección de un destino turístico, hábitos de consumo y de compra, satisfacción del consumidor, etc.

El conjunto de contenidos que le precede a la asignatura hace énfasis en el estudio de modelos matemáticos referidos a los fenómenos determinísticos y es en la asignatura Estadística Aplicada al Turismo donde se enfrentan por primera vez al estudio y modelación matemática de los fenómenos aleatorios, lo que constituye un cambio sustancial en la forma del pensamiento de los estudiantes.

Los conocimientos esenciales para adquirir dentro de la asignatura son: Breve historia de la Estadística. La Investigación Estadística. La formación y utilidad del conocimiento estadístico. Recolección, organización y representación de los datos. Distribuciones de frecuencias unidimensionales y bidimensionales. Correlación y Regresión Lineal simple. Series Temporales. Fenómenos deterministas y fenómenos aleatorios. Probabilidades y distribuciones probabilísticas. Distribución normal. Muestreo. Estimación puntual y por intervalos de confianza. Elementos conceptuales de prueba de hipótesis y análisis de varianza. Diseño y tratamiento estadístico de encuestas. El uso de los paquetes de programas estadísticos para el procesamiento de los datos.

Su sistema de evaluación en el anterior Plan C se sustentaba en la realización de 2 trabajos extra-clase: el primero sobre la aplicación de los conocimientos y habilidades impartidas hasta el tema de Regresión Lineal y el segundo sobre Series Cronológicas comprendiendo el Análisis de la Evolución, Estacionalidad y Pronóstico de los arribos turísticos desde un mercado emisor a Cuba. Además, se finalizaba con una prueba parcial sobre la Inferencia Estadística.

En la información enviada para la formulación del Plan E, al referenciar la Evaluación Frecuente (EF), se entendió Evaluación Final fijándose así en el Plan E, modificándose totalmente el Sistema de Evaluación de la Asignatura, el cual comprende evaluaciones parciales y el examen final.

En la enseñanza de la asignatura, a lo largo de varios años, se muestra la solidez del claustro de profesores que la imparten y avances en el trabajo científico-metodológico, la elaboración de numerosos materiales de apoyo a la docencia y el texto de la asignatura en su etapa final de elaboración, el montaje de la asignatura en la plataforma Moodle, la participación del



claustró como tutores, oponentes o como miembros de tribunal en Trabajos de Diploma, Tesis de Maestría y Tesis de Doctorado o en actividades de carácter científico – estudiantil, la orientación de tareas extra-clases donde el estudiante debe resolver problemas vinculados al ejercicio de la profesión y para los cuales deben aplicar métodos estadísticos, entre otros. Sin embargo, aún se evidencian insuficiencias en la adquisición de conocimientos, habilidades y valores por parte de los estudiantes a los cuales debe tributar la asignatura, y que se relacionan a continuación:

1. Es insuficiente el dominio de contenidos relacionados con el trabajo algebraico, las representaciones gráficas, y otros que se imparten en la enseñanza precedente, no mostrándose habilidades en el proceso de razonamiento o análisis de las situaciones o problemas a modelar o plantear, lo que dificulta el aprendizaje de la asignatura.
2. No son pocas las veces que los estudiantes no se sienten motivados por el estudio de la asignatura por su nivel de complejidad e incomprensión de la utilidad de la misma y muchos por rechazo a las situaciones cuantitativas que requieren dominio de las técnicas correspondientes, no asimilando correctamente los conceptos y técnicas aplicadas.
3. En general, existe una tendencia por parte de los estudiantes a resolver los problemas propuestos mecánicamente, sin un análisis previo de los contenidos teóricos de la asignatura, por lo que no interiorizan correctamente los pasos a seguir y tampoco interpretan correctamente los resultados. Es posible que sean capaces de memorizar fórmulas y los pasos a seguir en problemas, pero solo raramente parecen tener sentido en lo racional o en como los conceptos se aplican a nuevas situaciones.
4. Es insuficiente aún la orientación para la búsqueda de información referente a la aplicación de los métodos estadísticos a las investigaciones y soluciones de problemas vinculados con su especialidad y del desarrollo de la Estadística en cuanto al espacio cognoscitivo y su importancia en el quehacer investigativo.
5. Por otra parte, en el plan de estudios de la carrera, existen asignaturas cuya comprensión y por ende su aprendizaje, precisan de sólidos conocimientos de estadística; y no son pocas las veces que se evidencian dificultades en ello.

### **Propuesta.**

Con el objetivo de perfeccionar el proceso de enseñanza - aprendizaje de la asignatura, sea hace imprescindible profundizar en su vinculación con el modelo del profesional y en su articulación horizontal y vertical con otras asignaturas de la carrera en el contexto actual de los planes de estudio E; no solo en lo referente al sistema de contenidos, si no en las propias bases conceptuales de estos planes de estudios que apuestan por la formación de un profesional preparado para ejercer en el eslabón de base de la profesión y con una mayor independencia durante el proceso de formación.

Uno de los aspectos que se debe tener en cuenta en la enseñanza de la asignatura, es la dedicación, en las actividades lectivas, de un mayor espacio en el tema introductorio sobre la historia de la estadística, la investigación estadística y la formación y utilidad del conocimiento estadístico pues les permite conocer las cuestiones que dieron lugar a los diversos conceptos, el origen de los términos, lenguajes y notaciones, los problemas que se han ido resolviendo, y su evolución hasta la actualidad. Hacer comprender a los estudiantes que el conocimiento matemático no es algo totalmente acabado sino en plena creación y su vital importancia en el desarrollo intelectual e investigativo.

Se debe potenciar aún más en las actividades docentes la formación de habilidades de modelación, algoritmización, representaciones gráficas, habilidades de cálculo e interpretación de resultados, lo que tiene una incidencia directa en la capacidad de generalizar métodos de trabajo propios de la asignatura y por ende, en la posibilidad de que el estudiante sea capaz de resolver problemas similares en los años superiores de la carrera y en su labor profesional. No se debe olvidar que se pretende ante todo que el estudiante asuma una posición protagónica en su proceso formativo.

Igualmente es importante, que previo a la impartición de un nuevo contenido (conferencias) según la secuencias de actividades de la asignatura, se oriente el estudio de determinados aspectos relacionados con el sistema de contenidos de la conferencia, y que a partir de este estudio los estudiantes identifiquen las ideas claves, elaboren esquemas de llaves, esquemas numéricos y esquemas procedimentales y/o realicen un resumen de los aspectos más significativos, según el caso, lo que posibilita la aplicación de los métodos activos de enseñanza.

Es esencial mostrar que los contenidos que se desarrollan en esta asignatura contribuyen a resolver problemas reales de la especialidad, lo que posibilita que de una manera consciente los estudiantes participen de forma activa en la solución de problemas vinculados al ejercicio de la profesión; por lo que en el desarrollo de las clases se plantea la necesidad de fortalecer la inclusión de ejemplos de casos reales en los cuales sean aplicados los métodos estadísticos que correspondan, sin dejar de prestar atención en la realización de ejercicios propios de la asignatura y no centrar solo su enseñanza en el carácter utilitario en la solución de problemas de la especialidad.

En el caso de los cursos por encuentros hay una mayor potencialidad para plantear y resolver problemas propios de los estudiantes relacionados con los contenidos de los trabajos o responsabilidades según sus funciones. En el curso diurno estos problemas pueden serles planteados como casos de estudio.

Se debe potenciar la autonomía en el aprendizaje, lo que presupone el reto de que más que enseñar contenidos se debe facilitar que los alumnos desarrollen habilidades, actitudes y valores que proyecten un aprendizaje efectivo en el saber. La autonomía proyecta de los sujetos una facultad de tomar decisiones, de participación automotivados en la aplicación de

los recursos adquiridos por medios de experiencias de aprendizaje, realizadas en el contexto escolar y fuera de él; y que los han capacitado para responder a las necesidades y retos del entorno.

El estudiante tiene que aprender a buscar, seleccionar, analizar críticamente e integrar en sus esquemas cognitivos, la información necesaria para desenvolverse con éxito en la sociedad. Tan importante es aprender determinados contenidos conceptuales fundamentales, como lo es aprender procedimientos y estrategias para manejar la información, que le permitirá continuar aprendiendo a lo largo de la vida.

Debe fortalecerse ampliar los Laboratorios de Computación donde se impartan softwares profesionales que le permiten, a través de la actividad del estudiante, que este se apropie de los conocimientos y las técnicas estadísticas que necesita.

Hoy en día, en la enseñanza de la estadística se hace imprescindible el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, de hecho constituyen fuentes de búsqueda de información actualizada, que además posibilitan la ampliación de conocimientos de los estudiantes en esta ciencia. Existen además tutoriales y programas de ejercitación que permiten tareas de reconocimiento, comparación y resolución de problemas; programas que posibilitan la simulación de fenómenos y los programas no diseñados inicialmente para la enseñanza, pero que en la práctica se están utilizando para esta finalidad, son: los procesadores de texto, las hojas de cálculo, generadores de gráficos, paquetes estadísticos y bases de datos.

Es importante que el colectivo de profesores diseñe materiales de apoyo a la docencia en el que se refuerce la consolidación de conocimientos de la enseñanza precedente y que son imprescindibles dominar para una mejor comprensión de la asignatura, ya sea a través de aspectos de carácter teórico, ejercicios resueltos y propuestos, así como en actividades autoevaluativas que le permitan al estudiante medir sus conocimientos acumulados en la asignatura.

En el diseño del sistema de evaluación se debe definir previamente: el objetivo de la evaluación, en correspondencia con ello el sistema de contenidos, cómo debe ser la evaluación y en qué momento se realiza, de manera tal que sea integral, sistemática, flexible, participativa y formativa. Puede incluir aspectos teóricos y prácticos vinculados a ejercicios integradores; así como, contenidos de carácter académico, laboral e investigativo. En los cursos por encuentros, las tareas o trabajos a desarrollar.

Pueden incluirse preguntas de retroalimentación del contenido anterior, búsqueda de información en la red (internet e intranet) de artículos relacionados con el desarrollo de la estadística como rama de la matemática y de artículos en los que se le dé solución a un problema relacionado con la especialidad en el que para su solución se necesite del empleo de los métodos estadísticos de investigación.

Se orienta la realización de dos trabajos de curso tal y como estuvo diseñada la asignatura en el que se plantean dos problemas de investigación asociados a la especialidad en el que sea necesario el uso de los métodos estadísticos, que deben ser defendidos por el estudiante o un pequeño equipo de estudiantes y que en el mismo se exija determinada estructura para la presentación de trabajos, como son la elaboración del resumen, introducción, fundamentación teórica, solución, conclusiones, recomendaciones y la bibliografía empleada. Para ello es posible trabajar en conjunto con los profesores de la disciplina principal integradora. En la realización de este trabajo se puede potenciar el uso de las estrategias curriculares, como son el uso de las TIC, la formación económica, el uso del idioma inglés y el empleo correcto de la información científico - técnica.

### **Conclusiones.**

- Teniendo en cuenta que los modelos y métodos estadísticos constituyen una herramienta fundamental de apoyo a la toma de decisiones vinculadas a un determinado problema planteado a los especialistas cuando son empleados adecuadamente, es importante que la formación estadística que reciben los futuros profesionales del Turismo sea amplia y requiere además de una mayor articulación con las disciplinas del plan de estudio que reciben los estudiantes.
- La aplicación correcta de los métodos estadísticos para las investigaciones ayuda considerablemente a la marcha del proceso docente, desarrollando en el estudiante el hábito de utilizar el método científico de trabajo como herramienta para el enfoque y solución de problemas.
- En general, es importante resaltar, que dada la estrecha vinculación de las mismas con los problemas propios de la especialidad, no se debe olvidar la realización de ejercicios, tanto en clases como en las evaluaciones, que tengan en cuenta el objeto de trabajo de la profesión, los campos de acción y los modos de actuación, para que el estudiante se encuentre en una situación similar a la que se le puede presentar en su vida profesional y tomar sus propias decisiones. Es obvio que en los cursos por encuentros esta posibilidad es mayor dadas las ocupaciones de los estudiantes en sus respectivas empresas.
- Debe ser diseñada de tal forma que le permita al profesor indagar sobre el grado de aprendizaje y desarrollo de los estudiantes en su proceso de formación, así como la capacidad que poseen para aplicar los contenidos en la resolución de problemas de la profesión.

**Referencias bibliográficas.**

Batanero, C. (2001). Didáctica de la estadística. Granada: Grupo de Investigación en Educación Estadística (disponible en <http://www.ugr.es/local/batanero>).

Colectivo de autores, (2003) Preparación pedagógica integral para profesores universitarios, Editorial Félix Varela, Cuba.

Horrutiner Silva Pedro (2006); La universidad cubana: el modelo de formación, Editorial Félix Varela, Cuba.

Ministerio de Educación Superior, (2017) Plan de Estudio de la Carrera de Turismo. Montiel Torres Ana y col (2007), Estadística para turismo. Primera edición, Editorial McGraw-Hill/Interamericana de España, S. A. U.

Salinas, Jesús (2004). "Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria". Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC).

**Para citar el artículo indexado.**

Fraga Guerra, E., & Llanes Pérez, R. (2020). Perfeccionamiento de la enseñanza de la estadística en la carrera de turismo. *ConcienciaDigital*, 3(1), 50-62. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.1005>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.



## El turismo en la naturaleza retos y oportunidades



### *Tourism in nature challenges and opportunities*

Efraín Velasteguí López.<sup>1</sup>

Recibido: 11-12-2018 / Revisado: 19-12-2019 / Aceptado: 22-12-2019 / Publicado: 03-01-2020

#### **Resumen.**

**DOI:** <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.1019>

Se entiende que el turismo en la naturaleza es la organización de rutas, itinerarios, logística, infraestructura, transporte, capacitación, y el compromiso de respetar y no alterar su forma original, pero no actuando como meros espectadores sino interactuando con cada detalle que nos brinda la naturaleza, en permanente movimiento para que la experiencia se disfrute en todo el recorrido realizado en el entorno natural y durante el tiempo de estancia.

El poner en marcha todo el proceso representa uno de los mayores retos tanto en lo logístico y económico como para la toma de decisiones sobre medidas de protección para los ecosistemas que se encuentran en estos espacios turísticos que ya de por sí son muy vulnerables y sensibles.

Las leyes que existen para cuidar y proteger estas áreas se deben aplicar y comunicárselas a los turistas de forma oportuna para que entienda la importancia de colaborar con el cuidado de estas áreas.

Ecuador es biodiverso con ecosistemas únicos y el mayor número de especies por metro cuadrados en el planeta y es por demás una de las mayores fortalezas, pues nos brinda hermosos atractivos que no existen en otros países y que pueden ser explotados de forma responsable con los debidos cuidados y procesos para no causar daños al medio ambiente.

También debemos responsabilizarnos de manera directa orientando recursos fruto de la actividad turística para ser utilizados en los cuidados de los sitios y lugares dando

---

<sup>1</sup> Ciencia digital, Ambato, Ecuador, [luisefrainvelastegui@cienciadigital.org](mailto:luisefrainvelastegui@cienciadigital.org)

lugar a la sostenibilidad, garantizando la perduración de estas maravillas naturales y puedan ser disfrutados por varias generaciones.

**Palabras claves:** Naturaleza, Turismo Rural, Ecoturismo, Viaje verde, permacultura, prístino

### **Abstract.**

It is understood that tourism in nature is the organization of routes, itineraries, logistics, infrastructure, transportation, training, and the commitment to respect and not alter its original form, but not acting as mere spectators but interacting with every detail that we offer nature, in permanent movement so that the experience is enjoyed throughout the journey made in the natural environment and during the time of stay. Implementing the whole process represents one of the greatest challenges in terms of logistics and economics, as well as in the decision-making regarding protection measures for the ecosystems found in these tourist areas that are already very vulnerable and sensitive.

The laws that exist to care for and protect these areas should be applied and communicated to tourists in a timely manner so that they understand the importance of collaborating with the care of these areas.

Ecuador is biodiverse with unique ecosystems and the largest number of species per square meter on the planet and is one of the greatest strengths, because it offers beautiful attractions that do not exist in other countries and that can be exploited responsibly with the proper care and processes to avoid causing damage to the environment.

We must also take direct responsibility orienting resources from tourism to be used in the care of sites and places leading to sustainability, ensuring the survival of these natural wonders and can be enjoyed for generations.

**Keywords:** Nature, Rural Tourism, Ecotourism, Green travel, permaculture, pristine

### **Introducción.**

#### **El turismo en la naturaleza retos y oportunidades**

Según los autores (Miroglio, 2006; Balderas, 2013; Quintana, 2017)

El Turismo Alternativo, de Naturaleza, Turismo Rural o Ecoturismo existen diversas definiciones y conceptos, el Vivir la experiencia de encontrarse entre flora y fauna silvestres,



El turismo de naturaleza supone una enorme oportunidad de contactar con las raíces naturales.

### **Criterio personal el turismo en la naturaleza**

Se entiende que la mayoría de turista que optan por hacer turismo en la naturaleza lo que quieren es una experiencia de vida diferente y disfrutar de momentos de felicidad en un ambiente atractivo, y diferente de sus actividades rutinarias, además de disfrutar de aire fresco y puro que solo en la naturaleza se puede encontrar.

Mientras mayor sea el cuidado que se le ha dado al sitio turístico para no alterarlo y que conserve y que mantiene puro tal como era en su forma original, se vuelve más atractivo para el turista.

Como principal medida que se debe tomar es el de indicar al turista que debe tomar una actitud de respeto hacia la naturaleza, en donde se privilegia el paisaje y mantiene armonización con el ambiente en observación de la flora y la fauna y caminatas por los senderos.

Como es lógico entenderes que los turistas provienen de algún país, región o sector etc. Y que su visita significa el ingreso de recursos económicos, por tal motivo se debería realizar un análisis para saber que motiva al turista el visitar estos sitios naturales y con la información que se logre recopilar armar estrategias que potencien aún más el turismo en estos espacios naturales.

De igual manera un turista fija un destino a visitar basado en distintos factores, pero sobre todo en la experiencia de los que anteriormente visitaron dichos sitios, por tal motivo el invertir tanto en infraestructura capital humanos para atender de mejor manera a los turistas que llega a visitar estos atractivos naturales.

Mediante el recorrido en las unidades de transporte turísticos se puede realizar breves visitas a cada pueblo, recinto o comunidad para poder conocer sus costumbres y tradiciones culturales hasta llegar a su destino.

Turismo en la naturaleza se relaciona de forma directa con sostenibilidad ya que se debe proteger, mantener, cuidar, los parques naturales, las reservas protegidas, que son vulnerables

El hacer turismo conlleva una gran responsabilidad y aún más cuando se trata de turismo en la naturaleza ya que por lo delicado de estos lugares se pueden causar daños irreversibles como los sucedidos en la década de los 70.

La conservación de estos lugares y su población es la meta del ecoturismo, el viaje a entornos naturales guardar en nuestra mente y corazón las experiencias del viaje, conservar, educar, ética y otros conceptos más se deben aplicar.

**Figura N 1** Entornos Naturales.



**Fuente:** (Ecoticias.com, 2018)

### **Derechos de la madre tierra**

De acuerdo con los autores (Madre Tierra, 2006; Eduardo Gudynas, 2010; Zaffaroni, 2018)

Reconociendo con gratitud que la Madre Tierra es fuente de vida, alimento, enseñanza, y provee todo lo que necesitamos para vivir bien; La nueva Constitución de Ecuador ofrece muchas novedades e innovaciones, y entre ellas se encuentra un claro “mandato” ecológico. En efecto, el texto constitucional que surgió de los debates constituyentes en Montecristi, La consagración de la naturaleza como sujeto de derechos nos faculta y obliga a generar mecanismos claros de protección a los seres que la constituyen.

### **Criterio personal derechos de la madre tierra**

Debemos Pensar que todos somos parte de una misma tierra que nos hemos, acostumbrados a vivir y depender de ella de la fortaleza que tiene la madre tierra. Para cobijarnos y sustentarnos, debemos tomar conciencia de que, si no la cuidamos, y no respetamos sus derechos estamos irrespetando los nuestros ya que es fuente de vida y todos tenemos derecho a vivir, esto quiere decir que cuando respetamos sus derechos a ser protegida y cuidada lo que estamos haciendo en cuidar de nosotros.

Donde nuestra tierra es muy importante y nos provee de recursos para poder sobrevivir en ella, tanto personas como animalitos que existen en nuestra naturaleza y que dependemos de ello. No solo los seres humanos tenemos derechos debemos entender que nuestra tierra también tiene derechos que no estamos por encima de ella que no debe ser explotada injustamente por los hombres.

Los derechos de la naturaleza son muy importantes para la conservación de nuestros animalitos para ayuda de los seres humanos, también nos permite generar fuerzas para el amparo de nuestras especies que se están perdiendo y en peligro de extinción o muriendo por la contaminación que el hombre ha provocado en nuestra tierra.

También se puede decir que no solo la naturaleza tiene derechos también los animales que habitan en ese dicho lugar, como poder conservar el aire que respiramos el agua que bebemos, indudablemente tenemos que tomar decisiones de carácter responsable en nuestro mundo.

La propuesta de legislar en beneficio de nuestro medio ambiente nos permite y nos obliga para poder ser mejores con nuestro planeta tierra para poder conservar nuestras áreas protegidas donde en ello existen muchas especies tanto endémicas como nativas y para la conservación de nuestra naturaleza.

Mucho se puede hablar de los beneficios que nos brinda la madre tierra, pero poco se ha hecho por poner en práctica sus derechos, por esto creo una de las mejores iniciativas es el crear leyes que protejan la Pacha Mama.

### **Turismo comunitario**

Según los autores (Corporación Lideres 2017; Orozco 2018; Sánchez 2011)

El turismo rural comunitario, representa una oportunidad de generación de ingresos y de desarrollo para comunidades rurales pobres ubicadas cerca de atractivos turísticos y que aún no se benefician económicamente de los visitantes a la zona. El turismo comunitario se asoma como una alternativa para salvar las disparidades sociales y económicas que adolecen las comunidades rurales. El concepto de turismo comunitario se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo el principio básico de la necesaria participación de la comunidad local.

### **Criterio personal turismo comunitario**

El turismo está siendo explotado mucho en las comunidades para el beneficio de las personas que se encuentran en ella, estos atractivos turísticos se encuentran en las localidades rurales alejados de las ciudades.

El turismo comunitario está siendo muy utilizado para el beneficio de las comunidades y de la persona que se encuentran en ese dicho lugar.

También es una ayuda para las comunidades donde se generan ingresos económicos donde se benefician de sus recursos naturales y el patrimonio cultural que se mantienen en sus actividades propias del campo.

En estos tiempos el turismo comunitario ha ido evolucionando o creciendo en algunos países, para las mejoras de los turistas para que puedan llegar a visitar las costumbres de la localidad y para que tengan un sitio acorde o una mejor organización.

También es unos sustentos para las personas que se encuentra en ese lugar donde ellos ofrecen el alojamiento y la gastronomía típica de la zona, para los turistas. También los guías son de las comunidades y no de afuera donde tienen una capacitación para poder atender a los turistas se preparen charlas para que puedan conservarse la flora y la fauna para que se evite que la plantas no sean extraídos de esos lugares.

El turismo comunitario es muy importante donde el turista puede distraerse un poco relajarse para que pueda conocer las costumbres de la zona e interactuar con actividades que se pueden programar para que los visitantes experimenten algo nuevo como cosechar futas, ordeñar vacas u otras cosas de las que no están acostumbrados y que aun sencillas enriquecen una agradable experiencia.

**Figura N 2** Turismo comunitario.



**Fuente:** (Soledad Guaján, 2017)

### **Las TIC en el turismo**

Desacuerdo a los autores (RoeDilys, 2018; Empresarial, 2015; Bonilla, 2013)

Por lo tanto, esta revisión no limitará su enfoque solamente al turismo "impulsado por la comunidad", si no que abarcará las muchas formas de involucramiento local el cual puede incluir empleo local en las industrias turísticas. El uso de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) se ha convertido en una herramienta fundamental para el turismo, ya que facilitan la mejora de la competitividad de las empresas turísticas. Las TIC son claves en el sector turístico, tanto para la propia gestión, como para la comercialización, la promoción y el marketing de los productos turísticos. El turismo ha evolucionado desde sus inicios hasta la actualidad. Hay principalmente tres factores que han generado cambios

en el sistema turístico. Primero, un cambio en la visión social del mundo y del comportamiento del ser humano en su entorno, factor que está más que todo relacionado con lo sociológico y lo natural. Segundo, la evolución de los medios de transporte y gracias también a las nuevas tecnologías. Tercero, el surgimiento de nuevos medios de comunicación y de la tecnología como motor de cambio. Este trabajo se ocupará del primero y del tercero donde se explicarán los cambios que ha sufrido el mercado y que actualmente marcan las nuevas tendencias del turismo aprovechando además las tecnologías de información y de las comunicaciones.

### **Criterio personal tic en el turismo**

En turismo afecta o involucra a los que viven en estas localidades de los sitios turísticos, lo óptimo sería que sean ellos quienes manejen, controlen, gestiones, y también se beneficien de esta actividad

Turismo con nuevas tecnologías se convirtieron en inseparables aliados. Aplicaciones móviles, visitas virtuales, uso de redes sociales o sistemas de compra online ya son los recursos TIC básicos para optimizar la experiencia de un nuevo tipo de cliente, el turista digital. Esto plantea preguntas como. ¿Cuáles serán las novedades TIC y las tendencias del Turismo en 2018? ¿Qué tipo de beneficios traerá?

Las TIC se ha combatido en una ventana al mundo sin límites ni fronteras, por tal motivo son una herramienta de promoción que debe ser manejada de forma responsable sin exagerar ni desmerecer los paradisiacos lugares que tiene nuestro país.

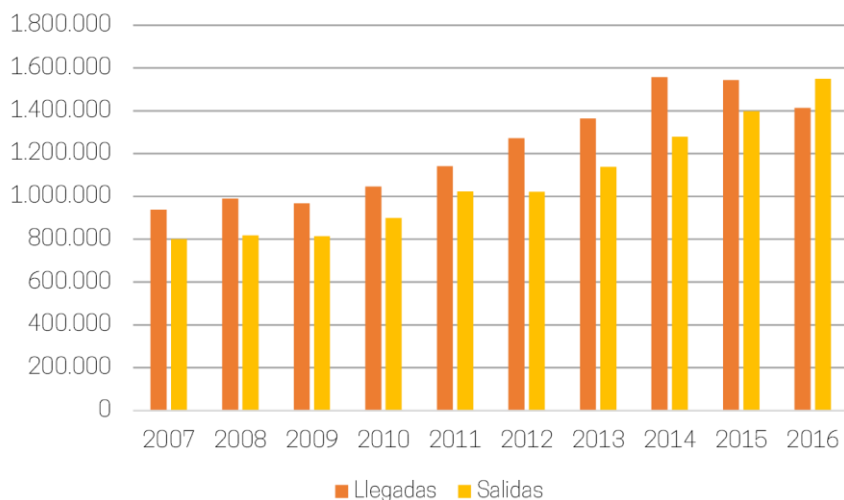
La tecnología y el turismo ahora van de la mano, como lo dice en viejo y conocido refrán lo que se exhibe se vende, otro aspecto importante a tratar es el impacto de las nuevas tecnologías en las agencias de viajes. Numerosos artículos hablan de la desaparición de las agencias de viajes debido al gran impacto de las nuevas tecnologías en el sector y las ventajas que éstas ofrecen. Sin embargo, personalmente opino que las agencias de viajes poseen una característica muy importante para este sector en donde el factor humano es imprescindible, y esta característica es el trato personal y directo que ofrecen al cliente.

### **Datos estadísticos**

De acuerdos a (Negocios y Economía, 2017; Ministerio de turismo, 2018)

A nivel mundial, las ciudades más visitadas del mundo son Hong Kong (27,7 millones de turistas), Londres (17,38 millones) y Singapur (17,07 millones). Ecuador en su conjunto recibió en 2016 1,41 millones de visitantes, manteniéndose muy por debajo de los principales destinos. De todas maneras, existe un importante potencial por explotar. Cifras de llegadas y salidas de viajeros internacionales en el Ecuador. Contiene mensual, el rango etario, la vía y la jefatura migratoria. Ranking Llegadas Total anual 1807774

**Figura N 3** Datos estadísticos Ministerio de Turismo

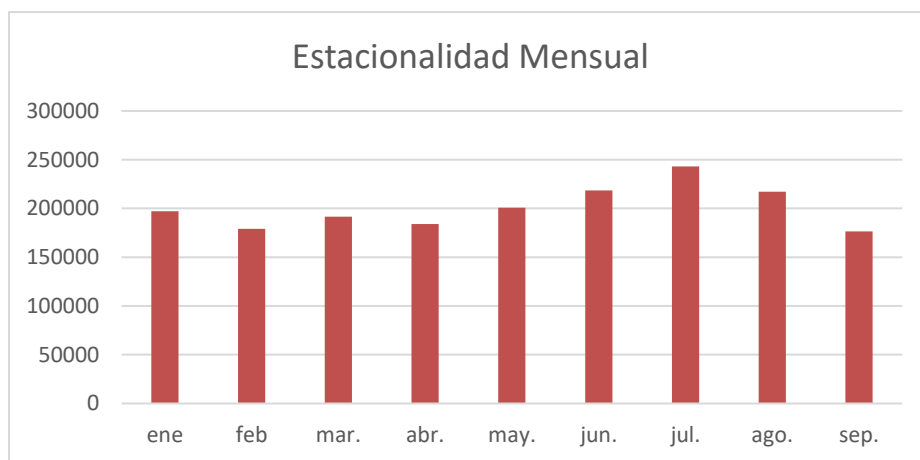


**Fuente:** Turismo: Alto Potencial por Desarrollar (Negocios y Economía, 2017)

### Criterio personal

Como podemos darnos cuenta el Ecuador ha tenido un crecimiento turístico de manera sostenido de en los últimos 10 años demostrando que las políticas de cuidado, protección y conservación de los espacios naturales están dando resultado, debemos seguir esforzándonos para que en turismo en la naturaleza siga creciendo sin poner en riesgo los delicados ecosistemas, ya que de ello depende la variedad de especies, sea tanto en flora como en fauna que son el atractivo más buscado por los visitantes que gustan de compartir este tipo de aventuras.

**Figura N 3** Estacionalidad mensual

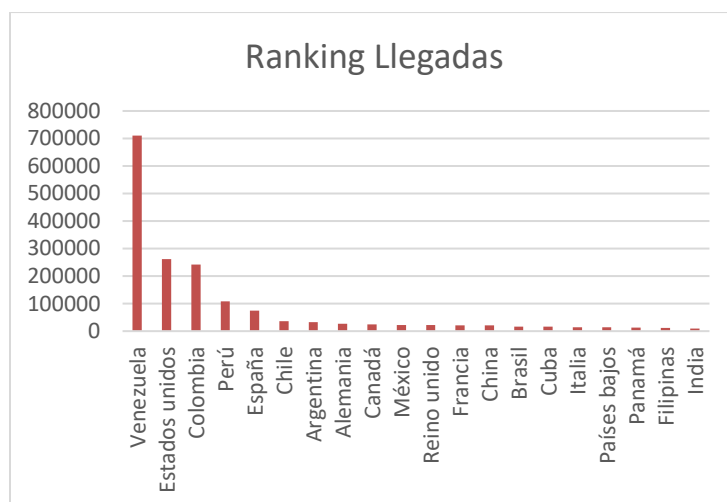


**Fuente:** Llegadas de Extranjeros (Ministerio de turismo, 2018)

## Criterio personal

En cuanto al número de visitas que ha tenido Ecuador y que evidentemente se han disparado en estos años no corresponde al turismo ya que situaciones económicas como las que atraviesa Venezuela y Colombia, los han obligado a migrar y en su gran mayoría miente indicando que viene hacer turismo dando como resultados un valor erróneo en este 2018.

**Figura N 4** Ranking llegadas



**Fuente:** Los 10 países que más visitan el Ecuador (Ministerio de turismo, 2018)

## Criterio personal

Si descontamos los visitantes de Venezuela 710306, y de Colombia 241924 notaremos que el panorama general cambia y como lo sucedido en el 2016 abra una caída del turismo aunque en el 2017 esta se recupera lamentablemente hay razones para creer que en el 2018 el turismo tendrá un fuerte revés.

## Conclusiones

- Para que un sitio turístico tenga más popularidad y se convierta en un destino deseado por los turistas es necesario que tenga la debida promoción y publicidad, para captar a los turistas tanto nacionales como extranjeros.
- Es necesario el invertir para que los turistas tengan un cómodo y confortable viaje un excelente recibimiento en infraestructuras cubran las necesidades del turista, y los guías de turista estén bien capacitados para que los visitantes disfruten del 100 % de la flora y la fauna de la naturaleza y piensen en regresar para repetir las experiencias que se llevan.

- Es importante preparar al turista para que tenga una actitud correcta y de respeto hacia la naturaleza tanto flora como fauna.
- Según la investigación el turismo ha sido fluctuante no se ha conseguido un punto de equilibrio en su crecimiento, ha tenido falencias por poner de lado al residente y minimizar su aporte en beneficio del turismo.

### Referencias bibliográficas.

Balderas, C. (20 de 06 de 2013). Características de la demanda de turismo de naturaleza y de aventura en Playa del Carmen. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/4561/456145101002/>

Bonilla, J. (01 de 03 de 2013). NUEVAS TENDENCIAS DEL TURISMO Y LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3713/4064>

CorporacionLideres. (13 de 01 de 2017). Las ventajas del Turismo Comunitario. Obtenido de <http://www.corporacionlideres.com/las-ventajas-del-turismo-comunitario/>

Ecoticias.com. (10 de 01 de 2018). Crecen las familias numerosas que prefieren el turismo de naturaleza. Obtenido de <https://www.ecoticias.com/vida-saludable/179114/Crecen-las-familias-que-prefieren-turismo-de-naturaleza>

Eduardo Gudynas. (2010). Los derechos de la Naturaleza en serio Respuestas y aportes desde la ecología política. Obtenido de <http://ecologiasocial.com/biblioteca/GudynasDerechosNaturalezaEnSerio11F.pdf>

Empresarial, R. (09 de 01 de 2015). LAS TIC EN EL TURISMO RURAL (I). Obtenido de <http://www.ruralempresarial.com/las-tic-en-el-turismo-rural-i/>

EntornoTurístico. (02 de 11 de 2016). Qué es el Ecoturismo y qué tipos de actividades de Ecoturismo se pueden realizar. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-ecoturismo-y-que-tipos-de-actividades-de-ecoturismo-se-pueden-realizar/>

Gallo, G. I. (01 de 02 de 2018). El turismo verde, sustentable y de experiencias, en la agenda de los consumidores. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/turismo-verde-sustentable-experiencias-la-agenda-los-consumidores/>

Madre Tierra. (13 de 06 de 2006). Derechos Madre Tierra. Obtenido de <https://cmpcc.wordpress.com/derechos-madre-tierra/>

Ministerio de turismo. (10 de 2018). Movimientos Internacionales. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>



- Miroglio, M. (11 de 2006). El Turismo de Naturaleza: Retos y Oportunidades. Obtenido de <https://manuelmiroglia.files.wordpress.com/.../el-turismo-de-naturaleza-en-mexico.pdf>
- Negocios y Economía. (4 de 05 de 2017). TURISMO: ALTO POTENCIAL POR DESARROLLAR. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/negocios/m/verArticulo.aspx?idArt=9036>
- Noguera, A. (2013). Permacultura . Obtenido de <https://permacultureprinciples.com/es/>
- Orozco, J. (2018). El Turismo Comunitario. Obtenido de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>
- Quintana, M. (2017). EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE. Obtenido de <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2204/3025>
- RoeDilys, C. (27 de 07 de 2018). Turismo Sostenible. Obtenido de [http://www.jmarcano.com/turisos/nature/ecotour/ashley\\_roe.html](http://www.jmarcano.com/turisos/nature/ecotour/ashley_roe.html)
- Sánchez, T. L. (23 de 03 de 2011). TURISMO COMUNITARIO Y GENERACIÓN DE RIQUEZA EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO. UN ESTUDIO DE CASO EN EL SALVADOR. Obtenido de <https://webs.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%2099.4%20Tomas%20LOPEZ,%20Sandra%20SANCHEZ.htm>
- Soledad Guaján. (2 de 08 de 2017). El turista extranjero desea ser parte de la vivencia del turismo comunitario. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/viajar/turista-extranjero-parte-turismo-comunitario.html>
- TOMAS LÓPEZ SANDRA SÁNCHEZ. (23 de 03 de 2011). TURISMO COMUNITARIO Y GENERACIÓN DE RIQUEZA EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO. UN ESTUDIO DE CASO EN EL SALVADOR. Obtenido de <https://webs.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%2099.4%20Tomas%20LOPEZ,%20Sandra%20SANCHEZ.htm>
- Zaffaroni, E. (11 de 08 de 2018). Los Derechos de la Pachamama. Obtenido de <https://sites.google.com/site/leylobaenecuador/home/caracteristicas/los-derechos-de-la-pachamama>

**Para citar el artículo indexado.**

Velasteguí López, E. (2019). El turismo en la naturaleza retos y oportunidades. *ConcienciaDigital*, 3(1), 63-74. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.1019>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.

