

REVISTA INDEXADA  
ISSN 2602-8506

# VISIONARIO

# DIGITAL

INNOVACIÓN

*Vol.*

**4**

REVISTA EVALUADA POR PARES

Ciencias sociales y del comportamiento, educación comercial y  
administración, derecho, Periodismo e información.

## **REVISTA CIENCIA DIGITAL**

La Revista **CIENCIA DIGITAL**, es una Revista multidisciplinaria, Trimestral, que se publicará en soporte electrónico Tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. Publica artículos originales de investigación científica y tecnológica, académicas, revisiones bibliográficas y reflexiones científicas. Todos dirigidos a lectores con instrucción superior, docentes universitarios o no y a quienes se interesen conocer, ampliar y profundizar, desde perspectivas académicas y científicos.

 **ISSN:** 2602-8085 Versión Electrónica

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

 Artículos Originales, Artículos de Revisión, Informes Técnicos,  
Comunicaciones en congresos, Comunicaciones cortas, Cartas al editor, Estados del arte & Reseñas de libros

## **EDITORIAL REVISTA CIENCIA DIGITAL**



 Efraín Velasteguí López<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Máster en Tecnologías de la Información y Multimedia Educativa, Máster en Docencia y Currículo para la Educación Superior, Candidato a Doctor en Ciencias Pedagógicas (PhD. Universidad Camilo Cien Fuegos Cuba), Editorial Ciencia Digital registrado por la Cámara Ecuatoriana del libro Reg. 663

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

**Teléfono:** 0998235485 - 0958791575

### **Publicación:**

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

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

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

**Director General**  
M.Sc. Efraín Velasteguí L.

**“La creatividad es la inteligencia divirtiéndose”.**  
**Albert Einstein.**

Prologo.

## **TECNOLOGIA E INNOVACION**

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la educación y la comunicación han hecho posible la utilización del Internet este medio se a buleto muy popular y los más beneficiados en área de la educación, dando lugar a la denominada educación basada en Web o e-learning. Brindado una nueva concepción de la educación mediante la incorporación de nuevas tecnologías al proceso de enseñanza y aprendizaje.

La investigación es una actividad que permite la obtención de nuevo conocimiento permitiendo la solución de problemas con el fin de obtener resultados de la aplicación de métodos científicos para tratar de explicar problemas de l sociedad. La innovación es la creación de algo nuevo permitiendo realizar cambios que conllevan a mejorar

La sociedad requiere ciencia, la tecnología e innovación que son elementos centrales para el desarrollo del conocimiento y la sociedad, permitiendo ser un motor económico de crecimiento de la sociedad que permiten promover la investigación que es fundamental para el desarrollo social, la investigación y la tecnología contribuyen al proceso económico social dando como resultado un sociedad mas inclusiva y desarrollada

Está demostrado que hay una relación positiva entre la generación y la explotación del conocimiento y el desarrollo económico de los países, existiendo un interés en mejorar la innovación, con ello generando nuevos productos, diseños, procesos, entre otros, alcanzando un crecimiento económico sustentable

Efraín Velasteguí López

**EDITORIAL REVISTA CIENCIA DIGITAL**

**TABLA DE CONTENIDOS**

Articulos	Paginas
<a href="#">La crisis económica del Ecuador 1999-2000</a> Efraín Velasteguí López	5-20.
<a href="#">Por medio de un sistema informático en las escuelas de conducción</a> Efraín Velasteguí López, Brayan Bravo Córdova	21-33
<a href="#">Los Medios de Comunicación y el Impacto en las Redes Sociales</a> Efraín Velasteguí López, Ayleen Tomalá	34-44
<a href="#">Las herramientas tecnológicas al servicio de gestión empresarial y administrativa</a> Efraín Velasteguí López, Italo Toaquiza	45-61
<a href="#">El marketing digital cultural del Cantón La Maná – Ecuador</a> Efraín Velasteguí López, Evelin Tomalá Pinargote	62-74



Recibido: 01-01-2017 / Aceptado: 03-02-2017 / Publicado: 01-01-2018

## La crisis económica del Ecuador 1999-2000

---

### *The economic crisis of Ecuador 1999-2000*

Vera Baque Johnny Adrian <sup>1</sup>,

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i4.254>

#### **Resumen.**

En si el Ecuador ha sufrido una serie de trastornos y embates de distinto orden que se han confabulado para impedir el progreso y desarrollo del país, con la consecuente sobre el Sistema Financiero y por tal en el sector productivo. El proceso de reactivación de la economía ecuatoriana se detiene súbitamente en 1995, pues sobrevino una cadena de desestabilizadores externos e internos que sacaron a la luz graves falencias tanto estatales como privadas.

Los administradores de los bancos quebrados, autoridades y funcionarios encargados de vigilar los negocios bancarios que fueron cómplices, no han recibido la sanción penal correspondiente por su actuar doloso, y ello refleja la poca eficiencia, moralidad y eficacia en la administración del Estado. Como siempre el Estado siempre termina perdiendo, y como consecuencia la población ecuatoriana.

**Palabras clave:** Sistemas, financiero, funcionarios.

#### **Abstract.**

If Ecuador has suffered a series of disorders and attacks of different order that have conspired to prevent the progress and development of the country, with the consequent on the financial system and for that in the productive sector. The process of reactivation of the Ecuadorian economy stops suddenly in 1995, as a chain of external and internal destabilizes came to light that brought to light serious flaws both state and private.

The administrators of the bankrupt banks, authorities and officials in charge of supervising the banking businesses that were accomplices, have not received the corresponding penal sanction for their fraudulent actions, and this reflects the low

---

<sup>1</sup> Vera Baque Johnny Adrian Ecuador

efficiency, morality and efficiency in the administration of the State. As always, the State always ends up losing, and as a consequence the Ecuadorian population.

**Keywords:** Systems, financial, officials

I. Introducción.

**Wilson Fernando Palomeque León., Obando, I. A.,** (Eduardo Cerdas, 2006)

La crisis que enfrentó el país a fines de 1995 y durante 1996 afectó fuertemente al sistema financiero como consecuencia de la contracción de su actividad sobre todo la crediticia. La banda cambiaria se ajustó dos veces a lo largo del año 1995 y una en 1996 en el mes de Agosto , lo cual ocasionó que la tasa básica del Banco Central registre gradualmente un descenso, al disminuir del 46.3% en Julio de 1996 al 19.2% en Diciembre del mismo año

En los últimos días se ha presentado de una manera muy fuerte la noticia de que en el Ecuador tendremos un problema muy grave en materia económica que afectara al país, parece mentira el pensar que recién nos estamos dando cuenta y admitiendo que esto si iba a pasar, hace mucho se ha advertido que al país se le presentaría una crisis económica para considerar rectificaciones que disminuya los efectos de este mal económico.

Indicadores como la baja de los precios del petróleo, la disminución de los envíos de remesas por parte de los migrantes, además de decisiones gubernamentales como el de crear un número innecesario y exagerado de ministerios, realizar un excedido número de viajes al extranjero, gasto electoral en campaña política con dinero estatal, y además de 444 millones de dólares en una constitución para el Ecuador , son solamente algunas de las razones de la falta de recursos económicos que traerán esa crisis económica que ha afectado ya en gran parte a la economía mundial.

En este año el país dejará de percibir unos 9.000 millones de dólares, por la baja en el precio del crudo, hasta 800 millones por las remesas de los emigrantes y más de 1.500 millones, debido a la caída de las exportaciones no petroleras.

Nos encontramos, por lo tanto, rodeados de esta gran enfermedad económica que acoge al Ecuador, ahora nos encontramos hundidos en los problemas que traerán esta crisis económica, de la cual los afectados, y los que tendrán que sufrir las consecuencias, seremos los habitantes del país, quienes tendremos que vivir una inseguridad, como la ya vivida en épocas y gobiernos anteriores, en el que los Ecuatorianos se preguntaban ¿Cómo

resistir a la falta de recursos económicos?, esta es la dureza que se nos presenta en nuestra actualidad.

El siglo XX traía una banca nacional en una etapa media de crecimiento, sin embargo, al fin de este siglo, la banca nacional se encuentra técnicamente quebrada. En este momento varias instituciones financieras, entre Bancos y sociedades financieras han sufrido una quiebra, se hallan en saneamiento o reestructuración (status jurídico creado por la Ley de Reordenamiento en Materia Económica en el Área Tributario Financiero del 1 de diciembre de 1998), que en la actualidad ya no rige. Dichas instituciones en su mayoría se hallan cerradas por causa de una mala o dolosa administración

### ¿Qué ocurrió en la economía?

Las medidas tomadas durante la crisis produjo resultados, aunque lentos, en la reactivación del crecimiento económico a partir de 2001. El crecimiento del PIB de Ecuador mejoró

Sustancialmente de -6,3% en 1999 a 3,2% en 2005 y la inflación bajó desde 29,2% a 4% en el mismo período. Sin embargo, la recuperación post-dolarización fue en parte resultado del alza en los precios del petróleo y las remesas de los emigrantes.



Por su parte, la demanda interna disminuye sobre el 10%. Como resultado de esta situación el desempleo y el subempleo suben, en el último año, al 16% y 57%, respectivamente, lo que pone en evidencia que alrededor del 75% no tienen pleno empleo y que más de los 2/3 de la población se encuentra en situación de pobreza.

Con respecto de los indicadores macro económicos el déficit fiscal que era de -1.5% respecto del PIB aumenta hasta -5.8%. No obstante, el pago de los intereses de la deuda pública

(interna y externa) se incrementan al 7% del PIB. Si al pago de intereses agregamos la amortización de la deuda pública, las necesidades brutas de financiamiento fueron de casi el 11.8% del PIB en 1998 y 11% en 1999. De otra parte, el servicio de la deuda pública total (externa e interna) de alrededor de 16.000 millones de dólares, se aproxima al 50% de las exportaciones de bienes y servicios no factoriales.

Ante la amenaza de hiperinflación y otros problemas generados por la inestabilidad y especulación, el gobierno de Mahuad adoptó la dolarización de la economía oficialmente a inicios del 2000. La medida, sin embargo, no logró evitar la caída de este régimen político, empero el siguiente gobierno respaldó la dolarización, delineando una estrategia de

Estabilización e incipiente recuperación económica que se ha mantenido hasta el presente.

Los gobiernos de Noboa (2000-2002) y Gutiérrez (2003-2005) han buscado estabilizar en el corto plazo la economía a través de la dolarización, y consolidar la recuperación mediante la promoción de la inversión extranjera en el sector petrolero, encaminada a la construcción de un nuevo oleoducto y la casi duplicación de los volúmenes exportados en el plazo de dos años.

Las políticas fiscales han buscado aumentar las recaudaciones mediante una mayor eficiencia tributaria, la eliminación del subsidio al gas (no adoptada aún), la elevación de los precios de la electricidad y los combustibles, y cambios en la estructura tributaria (tampoco implementados en su totalidad). La austeridad fiscal y la conformación de un fondo de estabilización para el pago y la recompra de la deuda externa, con los ingresos petroleros, han buscado reducir el peso de la deuda en el mediano plazo y estabilizar la economía.

En resumen, se esperaba que la afluencia de divisas del petróleo, la austeridad fiscal, y la reducción de la inflación y las tasas de interés bajo la dolarización crearan un ambiente de

Estabilidad y confianza que favoreciera la inversión privada y la reactivación de la economía.

### *La baja de precio del petróleo*



El precio del petróleo, es fijado en base al marcador estadounidense West Texas Intermédiate (WTI) cuyo diferencial es establecido mensualmente por Petroecuador. WTI: es la mezcla de petróleo crudo ligero que se cotiza en el New York Mercantiles Exchange y sirve de referencia en los mercados de Petro-derivados de los EE.UU.

La espectacular subida del precio del barril de petróleo en el mercado mundial experimentada hasta julio del presente año, cuando se cotizó sobre los 134.71 el West Texas Intermédiate, WTI, de Estados Unidos; comparada con la dramática caída que llevó a cotizarlo el pasado viernes hasta en 61.04 dólares en el New York Mercantiles Exchange el barril de WTI, es una muestra de la "volatilidad" del mercado petrolero mundial, cuya variación de precios incide en los movimientos económicos y en las finanzas de los países del mundo.

Ecuador, como país petrolero, cuyo presupuesto para el 2009 está condicionado en un 49 por ciento por las rentas petroleras, no está libre de las turbulencias y volatilidad del mercado petrolero, lo cual obligará a tomar medidas previsoras para por un lado poder continuar con los programas y proyectos emprendidos, y por otro, sincerar las cifras con la realidad de los ingresos condicionados por el mercado del crudo.

Esta fatal caída de los precios de nuestro petróleo hace mas difíciles los esfuerzos por continuar con la obra pública que permite la creación de empleos, estimular el comercio y dinamizar la economía en general, debe ser una prioridad del país, se debe pensar en la insustituible necesidad de inversión en gasto social, destinado a la salud pública y educación.

Po su parte, el Gobierno Nacional resolvió pedir a la Organización de Países Exportadores de Petróleo, OPEP, respetar la cuota preferencial de 493.000 barriles diarios de petróleo para que el Ecuador no se incorpore una nueva reducción, luego de que la organización dispuso en octubre pasado bajar su producción en 1.500.000 barriles para enfrentar la caída del precio del crudo.

Sin embargo e independientemente, el precio del crudo se mantendrá entre los 50 y 80 dólares en los próximos meses, según varios analistas en el tema petrolero, su previsión está por debajo de los 85,4 dólares, cifra que se incluyó en la pro forma presupuestaria de 2009.

Ha existido en el precio del petróleo ecuatoriano, un ligero repunte, después de que el siete de noviembre de 2008, el barril estuvo en 44,87 dólares. Esta cifra incluye los descuentos que recibe el crudo por su mala calidad. El hidrocarburo a nivel mundial se cotizó en 61 dólares.

Existen tres factores que pueden influir en el costo del barril de petróleo. El primero depende del comportamiento de la economía estadounidense ante la crisis financiera. El segundo de cómo los norteamericanos enfrenten el invierno. Se espera que en los meses de noviembre, diciembre y enero aumente el uso de combustibles en calefacción para contrarrestar los efectos de las bajas temperaturas. El último depende de la reacción de la Organización de Países Exportadores de Petróleo, OPEP. De acuerdo a las políticas que formule esta institución el precio puede estar al alza en el mediano plazo.

La caída de la actividad económica a nivel mundial muestra un escenario poco favorable para tener un barril de petróleo a 100 dólares. A esto se suma que Ecuador es socio de la OPEP y este organismo tiene en planes recortar la producción petrolera; sin embargo, la Agencia Internacional de Energía, AIE, proyectó que los precios del petróleo se mantendrán en los próximos años por encima de los 100 dólares, según la revista especializada Petroleum World.

El Ecuador, debería considerar el tema petrolero como prioritario, no tanto en materia de precios y de cuotas de producción; sino más bien, en el sentido de dejar de depender exclusivamente de esta fuente de ingresos que dicho sea de paso es agotable y no renovable. Es hora de mirar hacia otras alternativas que permitan un desarrollo sustentable de nuestro país, lo cual permitirá dinamizar la economía y dejar de ser dependientes de este recurso que no durará mucho; a demás ya los países desarrollados están buscando nuevas fuentes energéticas que sustituyan en gran medida al petróleo. Por lo tanto debemos plantearnos en forma oportuna y responsable esta realidad que cada vez se hace más evidente, y que en lugar de propender al crecimiento y desarrollo nacional, ha sumido a la patria en el subdesarrollo.

### *Disminución de los envíos de dinero de los migrantes*



Las remesas son importantes en la economía ecuatoriana, pues constituyen el segundo rubro de ingresos después del petróleo, más aún, en la economía no petrolera del país, se puede prever que las remesas sigan siendo muy importantes. Las remesas también rebasan la inversión privada que se realizan en el país y los recursos que llegan bajo el concepto de cooperación al desarrollo. Pero además, constituyen el capital que más se democratiza y socializa en el Ecuador, al llegar en forma directa a alrededor de un millón de familias, la mayoría de ellas de clase media y media baja. Sin embargo, en el análisis se hace necesario ir más allá de las remesas y evitar caer en el endiosamiento de estos recursos económicos que envían los ecuatorianos desde el exterior.

Las remesas enviados por los trabajadores migrantes de América Latina y el Caribe caerán abruptamente en el 2009. Ya comenzaron a frenarse en el 2008 tras una década de crecimiento, según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo BID; y fue acentuándose este decrecimiento a medida que países como los EE.UU., España y Japón, entraban en recesión. Nuestro país está entre otros países de Latinoamérica que reciben dinero de España y se beneficiaron de la fortaleza del euro durante el primer semestre de 2008 pero más tarde han sido afectados por la caída de la moneda europea. El Ecuador ha sido el más afectado, de acuerdo con el BID, ya que cuenta con una economía dolarizada y una gran población en España, que ha sido azotada por el desempleo y la depreciación del euro. Las remesas, que en un 47% llegan desde EE.UU. y 41% desde España (dato de la CAN), se redujeron en un 22%. Según los últimos datos publicados por el Fondo Monetario Internacional, e Instituciones financieras como el Banco de España y recogidos por la prensa europea. Se trata de la primera caída en envíos en estos últimos años de alta afluencia de inmigrantes, y Ecuador está en la lista de los países que podrían verse como más perturbados por este problema.

Los datos de la autoridad monetaria española ponen de manifiesto el impacto de la crisis económica y del incremento del desempleo entre la población extranjera, que aumentó un 5,2% en el mes de febrero, además del cambio de signo en la evolución de las tendencias podría hacerse más pronunciado en 2009, dado que todas las previsiones apuntan a que la desaceleración económica desincentivará el viaje de migrantes a países como España y Estados Unidos.

Nuestro país consta entre los países que reciben más remesas desde España y cuyas economías pueden verse más afectadas. Ecuador, que recibe de España el 40% de sus remesas, vio descender los envíos totales en un 8,6% en 2008, la situación de los ecuatorianos, que suman aproximadamente 460.000 legales y 150.000 indocumentados, es cada vez más crítica, sobre todo para los que laboran en el sector de la construcción.

El desempleo entre los compatriotas se incrementa cada vez más, por lo que los inmigrantes no tienen dinero para enviar a sus familiares y prevé que para finales de 2009 la situación empeorará. Actualmente hay cerca de 50.000 compatriotas desocupados.

"Las remesadoras ahora lucen vacías, no como antes que se veían largas colas; y de acuerdo con datos de Observatorio de la Política Fiscal de Ecuador, de los 3.000 millones de dólares que ingresaron al país por las remesas en 2008, el 40% provino de España, es decir 1.200 millones de dólares. Sin embargo, se prevé que esta cifra disminuya en un 20% a finales de 2009.

Las remesas nos vuelven a la realidad del aporte migrante al desarrollo del país y al de las familias que invierten los montos recibidos. Hay que tomar en cuenta que las remesas son la única fuente de supervivencia para un gran número de familias de escasos y medianos recursos en los países de emigración, y por supuesto en Ecuador, que se emplean mayoritariamente en satisfacer las necesidades básicas de salud, educación, recreación, vestido y vivienda, es decir en desarrollo.

Según serios analistas se estima que las remesas disminuirán en el 2009 y en referencia al 2008, entre un 15 y 30 por ciento, lo que significaría una reducción entre 500 y 1000 millones de dólares sobre un monto total de remesas aproximado de 3.300 millones de dólares. La Comunidad Andina de Naciones, más modesta, calcula para Ecuador en el 2009 un monto de remesas llegadas de unos 2.800 millones de dólares.

### *Prohibición de importaciones*



El gobierno del Ecuador adoptó la restricción de importaciones, como medida para hacer frente a la crisis financiera internacional, esta recayó en 647 subpartidas, el 8,5 por ciento del total. Según los analistas, esta reducción pretende reducir el costo de las importaciones en unos 1.459 millones de dólares respecto al monto de 2008.

La resolución señaló que la medida tiene carácter temporal por un año y que es "de aplicación general, no discriminatoria, de las importaciones de todos los países del mundo, incluyendo aquellos con los que Ecuador tiene acuerdos comerciales vigentes que reconocen preferencias arancelarias".

Algunos de los productos afectados con mayor recargo, de un 35% en su valor, son las bebidas alcohólicas, los productos electrónicos, como teléfonos móviles o reproductores de música y películas y los muebles, entre otros.

Partidas importadas de juguetes y videojuegos, maquillaje, bombones, pastas o mermelada, entre otros, fueron grabadas con un 30% de recargo.

Además, el calzado sufrió un recargo de 10 dólares por par importado, y los productos del sector textil un recargo de 12 dólares por kilo.

Según la visión estrecha del proteccionismo es beneficioso defender a determinados sectores contra las importaciones. Pero esa percepción no tiene en cuenta la reacción de sus socios comerciales. A muy corto plazo, en realidad, hemos visto que esta medida proteccionista ha empezado a suscitar represalias por parte de otros países, provocando la pérdida de confianza en la liberación del comercio.

Todas las decisiones en cuanto a las políticas de comercio exterior de los países, traen como consecuencia una respuesta del resto de la comunidad comercial internacional; en especial si se trata de crear barreras proteccionistas a las importaciones, tales como restricciones y aumento en los aranceles.

Con relación a la Industria nacional, esta medida trató de favorecer a fortalecer este sector de la economía, debido a que al restringir las importaciones, el consumidor nacional se ha visto encausado de alguna manera a consumir los productos nacionales, ya que los equivalentes importados han aumentado sustancialmente en sus precios. De tal manera que la industria local eventualmente ha elevado sus ventas. Con esta medida se trató de "cambiar una estructura de consumo que privilegiaba lo importado".

Al fortalecerse la industria nacional con la restricción de las importaciones o el alza de los aranceles a las mismas, se pretendía favorecer a la inversión y por ende al aumento de las fuentes de trabajo para los ecuatorianos. Al mismo tiempo se generaría un incremento en sus utilidades, y por lo tanto y al menos en teoría habría un auge de la industria nacional; a demás, el Estado se constituiría en uno de los beneficiarios de esta medida porque las arcas fiscales experimentarían un aumento de sus ingresos por este concepto. Pero habiendo transcurrido ya varios meses; debemos hacer un balance de los efectos conseguidos, y es así que vemos como a través de otras políticas implementadas en el ámbito laboral y tributario no se ha dado el apoyo a la empresa ni se ha generado un clima de confianza en los inversionistas. Esperemos por el bien de nuestro país que a largo plazo esta medida vaya en beneficio del pueblo y no de ciertos grupos económicos.

No debemos dejar de lado el hecho de que el dinero que ahora pagamos por un producto nuestro, queda en nuestro país y se evita la salida de las divisas hacia el exterior, reconociendo que hoy por hoy, la industria nacional es muy competitiva en la mayoría de productos, no olvidemos que muchos productores nacionales realizaron inversiones en miras al tratado de libre comercio; y consideremos que al elegir lo nuestro, el consumidor no se ha visto afectado en el aspecto de calidad.

En lo que corresponde al Ecuador, las primeras reacciones de países con los que el Ecuador negocia, no se hicieron esperar; tal es el caso de Argentina que detuvo el ingreso de productos ecuatorianos hasta fijar nuevos aranceles para los mismos; Perú está pidiendo una reconsideración para sus productos que exporta a Ecuador, y, Colombia ha prohibido el ingreso de productos avícolas de origen ecuatoriano. Existen países que ya empiezan a hacer escuchar su voz, y eso nos debe poner en alerta para seguir corrigiendo al paso lo que se pueda y necesite, de tal manera que al término de este año, veamos un mejor futuro para todos.

### *Alza de precios de todos los productos*



La elevación del precio en todos los productos es algo que no pasa inadvertido al habitante de este país, sino que, más bien confirma el hecho de que el Ecuador siente ya el golpe de la crisis que afecta al mundo entero.

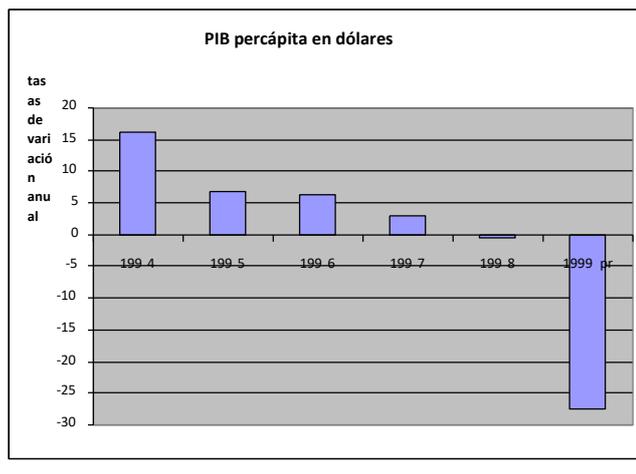
En todos los órdenes y en todas las escalas, hay un aumento a veces drástico e inexplicable de los precios, partiendo de los productos de primera necesidad que en el transcurso de una semana se ven afectados en porcentajes de alza de hasta el 200%, todos los sectores han sido golpeados.

La inflación que en el año 2008 bordeó el 8,3 % se repetirá este año, con la agravante de que existe menos circulante y que esto provocará un descenso dramático en las ventas, provocando una paralización al comercio y por ende a la industria.

Las fluctuaciones en el precio del petróleo, la disminución en las remesas que vienen del exterior, las medidas cautelares en el sector importador, todo se ha confabulado para ahondar esta crisis e influir directamente en los precios y por ende en la economía familiar de los ecuatorianos; de tal manera que nuestra economía dolarizada ha entrado en una carrera inflacionaria que es necesario detenerla. Se ha hablado de que es necesario pensar en una moneda sustitutiva del dólar, pero debemos analizar en que beneficiaría eso a la micro economía, ya que al pasar a otra moneda de curso legal nos rondaría el fantasma de la devaluación para nuevamente volver a como estuvimos antes de la adopción del dólar como moneda oficial.

Pero no todo es negativo, hay aspectos que pueden considerarse "positivos" dentro de el contexto sobre todo internacional, específicamente en el área agrícola, debido a que productos como el arroz, maíz, avena y trigo, los granos básicos de la dieta mundial han subido de precio en el último año entre un 80 y 100%. Esto producido por la sobre demanda de China e India, sequías, problemas políticos en países por todo el

mundo, etc. Esto ha traído preocupación en gobiernos y agencias a nivel mundial. En nuestro propio país, el Presidente dice a los maiceros que se vienen tiempos difíciles; sin embargo si este problema se toma como una oportunidad, es factible deducir que por la extensión de tierras no cultivadas en el agro, si estas la destinamos a la obtención de estos productos, nos beneficiaríamos de las exportaciones de los mismos, convirtiendo al Ecuador en un verdadero granero de América Latina.



Fuente: Toda la información económica, salvo que se indique lo contrario, proviene del Banco Central del Ecuador. INFORMACION ESTADISTICA MENSUAL, N- 1765 Y 1766, Marzo 31 y Abril 30 de 1999, WWW.BCE.FIN.EC

<sup>1</sup> Ver CEPAL. Balance preliminar de la economía de América Latina y El Caribe, 1998, Resumen, www.cepal.org

### Después de la crisis.

El nuevo esquema económico trajo consecuencias tanto negativas como positivas. Por una lado se beneficiaron ciertos grupos reducidos de ecuatorianos, que ostentan el capital económico del país, pero que sin embargo, no aportan considerablemente a la redistribución equitativa de la riqueza.

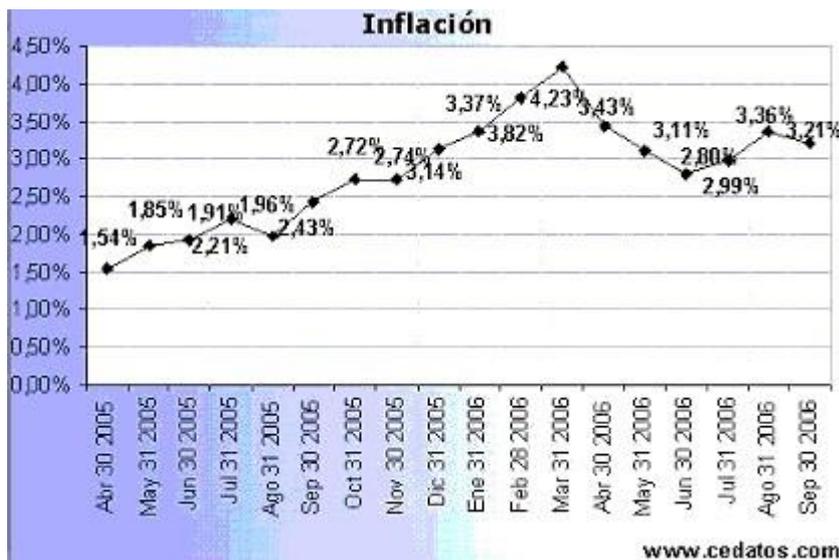
- El sistema financiero se beneficio del cobro de comisiones por la mayoría de sus servicios.
- Los importadores que se benefician de una moneda que no les representa cambios impredecibles y con la que obtienen mejores precios en países que si devalúan su moneda.
- El sector de la construcción que se ha favorecido del auge consumista que ha caracterizado a los agentes económicos en los últimos años, producto de su preferencia por la liquidez antes que el ahorro en bancos.

- Los servicios de telefonía móvil ahora son de más fácil acceso para la población ya que antes de la dolarización resultaban restrictivos para la gran mayoría.
- El gobierno central que ha visto incrementar su recaudación tributaria pues el monto que ahora recauda no se devalúa con el tiempo.

Entre los principales sectores a los que la medida los ha perjudicado se tienen:

- Los productores y exportadores que al no contar más con el beneficio de la devaluación están obligados a ser eficientes y creativos para competir con productos similares y a menores precios, toda vez que la competencia si cuenta con una moneda adaptable a las necesidades de su comercio exterior.
- Los asalariados y en relación de dependencia teniendo presente que el salario unificado es de apenas \$160 lo que no compensa el elevado costo de vida en Ecuador.
- La pequeña y mediana empresa al no contar con fuentes de financiamiento disponibles, y si las hay su costo financiero es elevado considerando una economía dolarizada.
- La población económicamente activa, que ha visto disminuir fuentes de trabajo a raíz del cierre de empresas y sobre todo la llegada de trabajadores especialmente de Colombia y Perú, estimulada por salarios en dólares y las ventajas cambiarias que obtienen en sus países de origen.

A pesar de la crisis económica, Ecuador ha logrado mejoras significativas en las condiciones de vida de sus habitantes. A pesar de reducir la inflación al dolarizar, aun mantiene un alta inflación para la moneda dólar con un alto crecimiento en marzo de este año que alcanzo el 4,23% como se muestra en el cuadro a continuación:



## II. Conclusiones.

- Hemos analizado diversos factores componentes de la crisis económica que ya es una realidad en nuestro país, y en cada uno de estos, hemos hecho consideraciones de posibles alternativas para manejar de alguna manera los impactos que tienen en la economía. Sin embargo, debemos aceptar la realidad de que no estuvimos preparados para enfrentarla; en todos los ámbitos, el gobierno haciendo gastos que no fortalecieron más que el aparato burocrático; los empresarios al no tener un compromiso cívico con el país, el pueblo al no ahorrar en tiempos de bonanza para prevenir épocas difíciles, sumado a que nuestra economía se sustenta en pilares tan volátiles como el petróleo y las remesas.
- Es hora ya de cambiar la visión que tenemos de desarrollo, desarrollo no es dinero que viene de remesas y petróleo, el verdadero progreso camina de la mano del trabajo, del incentivo a la inversión, de creer en nuestra gente y apoyar sus ideas, de dejar de llenar los bolsillos de unas cuantas empresas transnacionales, de abandonar el camino de la corrupción, en definitiva de renovarnos como personas y como sociedad y empezar a arrimar el hombro en la reconstrucción de nuestra patria.
- El mundo entero exige más de nosotros, a fuerza tendremos que ser parte de la globalización para no sucumbir en el aislamiento; pero sobre todo, debemos

pensar que las generaciones venideras nos juzgarán por lo que hicimos y por lo que dejamos de hacer, y es posible que para entonces ya no se cuente con el petróleo; por lo tanto, los jóvenes debemos cambiar ciertos conceptos y paradigmas propios de nuestro subdesarrollo.

III. Referencias.

Eduardo Cerdas, F. J. (2006). *economia del ecuador 1999-2000*.

[http://www.memoriacrisisbancaria.com/www/articulos/Crisis\\_Ecuador\\_1999-2000\\_Aula\\_Economia.pdf](http://www.memoriacrisisbancaria.com/www/articulos/Crisis_Ecuador_1999-2000_Aula_Economia.pdf).

León, W. F. (1995-1996). *crisis economica en el ecuador* . ecuador.

Obando, I. A. (9 diciembre 2003). *crisis del ecuador* . ecuador : ISPN .



**Para citar el artículo indexado.**

Vera J. (2017). La crisis económica del Ecuador 1999-2000. *Revista electrónica Visionario Digital 1*(1), 5-20. Recuperado desde:  
<http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/254/557>



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



Recibido: 01-01-2017 / Aceptado: 03-02-2017 / Publicado: 01-01-2018

## Por medio de un sistema informático en las escuelas de conducción.

---

*By means of a computer system in driving schools.*

Velasteguí López Efraín.<sup>2</sup>, Bravo Córdova Brayan Daniel.<sup>3</sup>

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i4.256>

### Resumen.

En el presente ensayo se va a tratar un tema importante para las autoescuelas o escuelas de conducción como para la informática y otras especialidades ya que implica un ámbito muy importante en lo tránsito-vial, en sistemas y la recopilación de información que será útil en el caso de certificar a un nuevo conductor o chofer. Se busca que en todas las autoescuelas se certifiquen a alumnos que aseguren una mejor circulación vehicular, brinden un buen servicio (en el caso de los choferes), seguro y eficiente, y reducir considerablemente los accidentes de tránsito, que en estos tiempos ha aumentado desmesuradamente. La gestión mediante un sistema informático en las autoescuelas, es lo que conlleva a llevar un buen registro y control de los alumnos, ya que, existe un número que son certificados, sin conocimiento alguno, ya sea por actos injustificables como son: sobornos, trampas, hurto, entre otros., llegando incluso a ocupar cargos que pueden involucrar a otras vidas. En este tema se va a mencionar asuntos esenciales que serán vitales para proyectar la idea que se ha planteado para reducir estos trágicos casos, que ya va llevando a más personas en este año. Cada tema es investigado y analizado de diferentes autores, páginas web, revistas, diarios o libros citados, con el fin de que este ensayo sea justificado, los mismos que llevan información necesaria para la ingeniería de sistemas, que también implicara en lo profesional. Para finalizar se dejará las debidas conclusiones que parezcan más oportunas para la práctica del tema.

**Palabras clave:** Sistema, informática, gestión, autoescuela, control, educación, programa, aplicación.

---

<sup>2</sup> Universidad Técnica de Cotopaxi Ext La Maná, Cotopaxi, Ecuador, [le.velastegui@uta.edu.ec](mailto:le.velastegui@uta.edu.ec)

<sup>3</sup> Universidad Técnica de Cotopaxi Ext La Maná, Cotopaxi, Ecuador, [brayanb09@gmail.com](mailto:brayanb09@gmail.com)

### **Abstract.**

In the present essay an important topic will be treated for driving schools or driving schools as well as computer science and other specialties since it involves a very important area in the transit-road, in systems and the collection of information that will be useful in the Case of certifying a new driver or driver. It is intended that all driving schools certify students to ensure a better vehicular circulation, provide good service (in the case of drivers), safe and efficient, and significantly reduce traffic accidents, which in these times has increased disproportionately. The management through a computer system in the driving schools, is what leads to a good record and control of students, because there is a number that are certified, without any knowledge, either by unjustifiable acts such as: bribes, cheating , robbery, among others., even occupying positions that may involve other lives. In this issue we will mention essential issues that will be vital to project the idea that has been proposed to reduce these tragic cases, which is already leading to more people this year. Each topic is researched and analyzed by different authors, web pages, magazines, journals or books cited, in order that this essay is justified, the same ones that carry necessary information for systems engineering, which also imply in the professional. To finalize it will leave the due conclusions that seem more opportune for the practice of the subject.

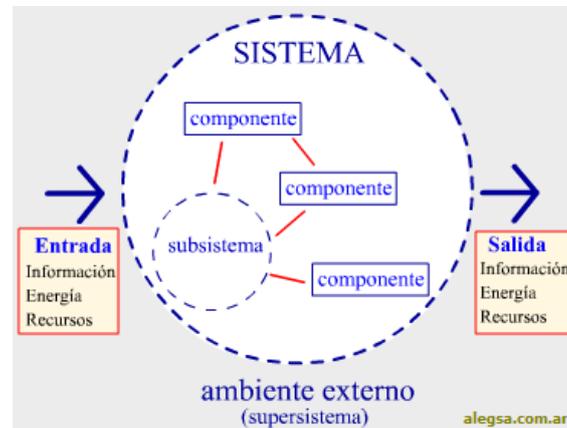
**Keywords:** System, informatics, management, driving school, control, education, program, application.

#### IV. Introducción.

### **Sistema.**

Según Castillo L. (2005)., Kuri J. (2018)., Pérez G. y Rodríguez P. (2016)., Anónimo (2018) Un sistema es un tema con diversas definiciones, por un lado, se menciona que está desarrollada de manera intuitiva debido al quehacer diario de la vida personal, aunque su concepto principal es que es un conjunto de elementos que interactúan con un objetivo común entre ellos, donde estos elementos por una parte son físicos y por otra son métodos, reglas y procedimientos que determinan la forma de intervenir de los elementos físicos. Se menciona que un sistema está integrado por diferentes factores agrupados de tal manera que constituya un lógico y funcional, que es mayor que la suma de esas unidades. Por ultimo también se menciona que un sistema es un conjunto de funciones, virtualmente referenciada sobre ejes, ya sean estos reales o abstractos.

**Imagen 1.** Descripción de un sistema



**Autor:** Leandro Alegsa

**Fuente consultada:** <http://www.alegsa.com.ar/Dic/sistema.php>

En lo mencionado por estos autores, un sistema es un esquema organizada de diferentes elementos, siendo de tipo físico y un proceso, método y regla que intervengan la formación de este tipo, para completar un objetivo propuesto el cual es definido por decisión del usuario, estos pueden influir en la tecnología, en la administración, en la economía, entre otros. Hay que tomar en cuenta que la definición de sistema está basada a todo lo relacionado a la realización de actividades y necesidades diarias de la vida de las personas, desde pequeños problemas, hasta problemas magnos, los cuales se presentan en todo ámbito de cada persona. A demás de que un sistema también se lo define como una amalgama de funciones, ya sean estos reales o abstractos, aunque esta parte abarca en si a todo el significado global de sistema.

### **Informático o Informática.**

Según Villazan F. (2010)., Junta de Andalucía (2011)., HellHacker (2018)., Anónimo (2018) La informática se ha relacionado con el término de computación. Su nombre se deriva de dos términos: información (conjunto de datos organizados) y automática, en base a ello se ha mencionado que es un conjunto de conocimientos científicos y técnicas que hacen posible el tratamiento y manipulación automática de la información por medio de computadoras. Se menciona que se refiere al procesamiento automático de información mediante dispositivos electrónicos y sistemas computacionales, reuniendo muchas técnicas que el hombre desarrollo, aspirando a potenciar sus capacidades de

pensamiento, memoria y comunicación. También que combina aspectos teóricos y prácticos de la ingeniería electrónica, matemática lógica, y comportamiento humano. Estos aspectos de la informática cubren desde la programación y la arquitectura informática hasta la inteligencia artificial y la robótica.

**Imagen 2.** Descripción de Informática



**Autor:** Gabriela Gonzales

**Fuente consultada:** <https://www.genbeta.com/web/enseñate-a-ti-mismo-informatica-con-las-mas-de-1000-horas-de-estudio-recomendadas-en-este-sitio>

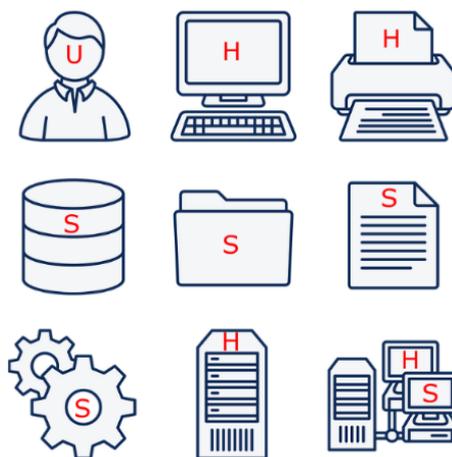
En lo mencionado por estos autores se dice que la informática está presente en las actividades de las personas, por la manipulación de información y tratarla de acuerdo al usuario que la posea, todo esto por medio de una computadora, además de estar relacionado a la lógica matemática, a la electrónica que son vitales para un diseño estructurado relacionado al comportamiento del ser humano (robots). La informática también se dice que puede ser utilizada en diferentes ámbitos profesionales, ya sea en la salud, la comunicación, transporte, en la gestión de los negocios, para almacenar grandes o pequeñas cantidades de información, y en el control de procesos. Comenzando por la programación y el diseño de un esquema, incluso llegando a usar grandes recursos como la inteligencia artificial (IA) y la robótica.

### **Sistema informático.**

Ya comprendido el significado de sistema e informática, se dará a conocer que es un sistema informático.

Según Villazán F. (2010)., Junta de Andalucía (2011)., Chacón J. (2018)., Ibáñez D. (2018)., Anónimo (2018) Un sistema informático es un conjunto de elementos físicos o también conocidos como hardware que son necesarios para la explotación de las aplicaciones informáticas o software, o se dice que un sistema informático que hacen posible el tratamiento automático de la información, los cuales conforman componentes físicos, lógicos y humanos. También se dice que es un conjunto de elementos para la realización y utilización de aplicaciones informáticas, integrado por elementos principales: equipos, programas, firmware y personal informático. Además, se menciona que la información con el sistema informático es capaz de almacenar y difundir los conocimientos. Un sistema informático como utilizador fina se desempeña en dos actividades que son fundamentales: toma de decisiones y control.

**Imagen 3. Elementos de un Sistema Informático**



**Autor:** Guillermo Aran

**Fuente de imagen:** <http://tecnologia1aran.blogspot.com/2017/06/sistemas-procesos-y->

Lo antes mencionado por los autores nos dice que un sistema informático es una utilización de aplicaciones y programas mediante un conjunto de elementos físicos para el tratamiento automatizado de la información. Un sistema informático permite al usuario interactuar con la máquina para procesar, almacenar y difundir toda la información. Además, los programas o software no pueden ser utilizado sin un equipo físico, periférico o hardware, así mismo estos equipos sin un usuario son inservibles y sin una orden no son capaces de realizar ciertas acciones, es decir que todos los componentes van en cadena, uno apoyándose del otro. Como punto final se hace tomar en cuenta la toma de decisiones y control, porque los sistemas van recibiendo actualizaciones cada día y una buena decisión puede ir adaptando esas actualizaciones y con el control adecuado mantenerlo estable.

## **Enseñanza de las escuelas de conducción.**

La autoescuela o escuela de conducción es una institución que enseña, prepara y certifica a una persona mayor de edad a circular por las vías usando un vehículo motorizado. Para identificar si está o no certificado, a la persona aprobada se le otorga un documento (licencia), con el cual puede identificarse hacia un agente de tránsito.

Según Flores Corzo V. (2018) Las clases prácticas que imparten las autoescuelas tienen como misión preparar a sus alumnos sobre las situaciones cotidianas de la circulación. Unos aspirantes que tendrán que demostrar al volante el día del examen, si están preparados como conductores a desenvolverse en una vía pública junto con el resto de usuarios, ciclistas y peatones que comparten el mismo espacio.

**Imagen 4.** Aula de una autoescuela o escuela de conducción



**Autor:** Diario LaHora

**Fuente de imagen:** <https://lahora.com.ec/noticia/1101188281/universidades-serc3a1n-escuelas-de-conducccic3b3n>

La mayor parte de los estudiantes que desean entrar a obtener una licencia van con la idea de que aprenderán a derrapar y a ir a toda velocidad en el vehículo, aunque lo más esencial es la seguridad y eso es lo que toman en cuenta los profesores en sus enseñanzas para que exista un lazo de paz entre el conductor, el peatón y el ciclista.

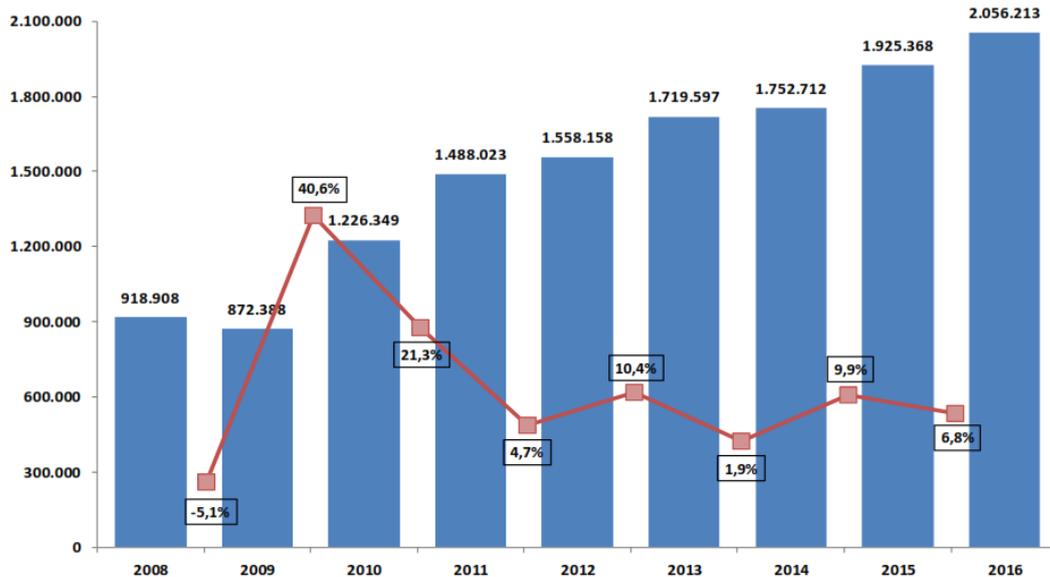


Figura 1. Número de vehículos matriculados entre los años 2008 y 2016

Autor: Agencia Nacional de Tránsito

Fuente de imagen: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016\\_AnuarioTransportes\\_%20Principales%20Resultados.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016_AnuarioTransportes_%20Principales%20Resultados.pdf)

### Problemas con los conductores.

Aparte de que ya se realizan nuevas leyes de tránsito, control y recalificación en conductores y profesionales, además de una revisión vehicular, todo para poder reducir el número de accidentes realizados. El número no ha bajado, ya que no acatan las disposiciones puestas anteriormente. Blog de la Autoescuela (2013) afirma:

Los choferes de Ecuador son quienes provocan los accidentes de tránsito, debido a que les gusta conducir a límites de velocidad superiores a los permitidos, la ley establece que nadie puede circular a más de 50 kilómetros por hora en las calles de una ciudad ecuatoriana.

**Tabla 1. Accidentes de Tránsito del país en el año 2018**

PROVINCIAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	TOTAL A SEPTIEMBRE 2018	%
AZUAY	133	109	146	100	129	148	128	122	114	1.129	5,98
BOLIVAR	21	22	17	8	9	7	7	6	7	104	0,55
CANAR	12	9	15	10	14	7	6	7	10	90	0,48
CARCHI	7	4	7	7	10	11	2	4	4	56	0,30
COTOPAXI	11	10	5	11	11	10	11	4	13	86	0,46
CHIMBORAZO	71	72	62	62	47	36	55	46	65	516	2,73
EL ORO	45	34	32	43	36	30	34	29	37	320	1,69
ESMERALDAS	9	23	18	12	15	9	6	16	9	117	0,62
GUAYAS	664	584	639	678	715	660	820	788	689	6.247	33,07
IMBABURA	24	33	31	27	33	33	17	29	27	254	1,34
LOJA	37	35	45	45	31	44	37	43	49	366	1,94
LOS RIOS	59	57	60	77	58	68	69	61	66	575	3,04
MANABI	90	99	90	97	72	99	99	90	132	868	4,60
MORONA SANTIAGO	11	16	12	7	17	17	17	14	14	125	0,66
NAPO	12	4	4	10	7	4	3	6	3	53	0,28
PASTAZA	10	6	4	4	1	3	5	4	6	43	0,23
PICHINCHA	648	629	698	696	631	656	628	613	668	5.967	31,06
TUNGURAHUA	76	104	125	113	141	123	129	116	124	1.051	5,56
ZAMORA CHINCHIPE	5	8	5	14	7	9	2	8	6	64	0,34
GALAPAGOS	-	-	-	2	-	1	-	1	-	4	0,02
SUCUMBIOS	9	10	2	5	10	11	5	3	3	58	0,31
ORELLANA	12	8	8	9	2	6	9	17	7	78	0,41
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	45	35	45	46	34	46	40	47	43	381	2,02
SANTA ELENA	49	54	59	47	47	51	38	45	47	437	2,31
<b>TOTAL</b>	<b>2.060</b>	<b>1.975</b>	<b>2.129</b>	<b>2.130</b>	<b>2.077</b>	<b>2.089</b>	<b>2.167</b>	<b>2.119</b>	<b>2.143</b>	<b>18.889</b>	<b>100</b>
<b>%</b>	<b>10,91</b>	<b>10,46</b>	<b>11,27</b>	<b>11,28</b>	<b>11,00</b>	<b>11,06</b>	<b>11,47</b>	<b>11,22</b>	<b>11,35</b>	<b>100,00</b>	

**Autor:** Agencia Nacional de Tránsito

**Fuente de imagen:** <https://www.antgob.ec/index.php/descargable/file/5872-siniestros-septiembre>

Este dato afirma que choferes, como por ejemplo de buses ya sean interprovinciales o rurales, camiones, tráileres, entre otros., hacen caso omiso a la ley dispuesta, no darle una revisión adecuada al vehículo o no realizar un control de sus conocimientos, se notifican diferentes accidentes de esta índole. En ciertas autoescuelas se ha visto que existen sobornos para ciertas pruebas, trampas, entre otros factores que afectan y aprueban a conductores no calificados entrando al mundo vial automovilístico y llevando a casos peores.

### Importancia del sistema informático en una autoescuela.

Ya mostrado todos estos temas, se da la idea de que un sistema informático que permita llevar un control y mantenimiento de los alumnos de la autoescuela, revisando un registro del mismo, ya sea asistencia, realización de las pruebas, teóricas, prácticas y psicológicas, todo mediante ese sistema que puede demostrar más veracidad, y reduciría considerablemente el número de accidentes que suceden al día.

En Ecuador se menciona que existen más de 100 autoescuelas, cada una ofreciendo un buen servicio y educación a sus alumnos. Aunque hasta ahora no se ha encontrado alguna que lleve la gestión por medio de un sistema informático, haciendo que algunas no tengan veracidad ni transparencia, ya que pueden existir cambios de dudosa procedencia por medio de un tercero o del mismo alumno, ya sea con el objetivo de pasar y obtener su licencia.

Autoescuelas del extranjero FOCOSUR, E-SCUELA, Lineal S.L., entre otros, ya han dado un paso a este sistema informático y muestran las mejoras de las mismas, tanto en

sus alumnos como en sus pruebas. “Controlar los riesgos que puedan existir y las oportunidades de mejora que se nos pudiesen presentar e ir mejorando continuamente en nuestro funcionamiento” (Moriano Expósito, 2016). Es decir, que este sistema además de mostrar calidad frente a todos los usuarios que van a usar, cumplirá con el régimen legal de tránsito, garantizará alumnos de calidad para cumplir con el régimen ya mencionado.

### **El Sistema Informático en autoescuelas del cantón La Maná.**

En el cantón La Maná, de la provincia de Cotopaxi, está el Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón La Maná, el cual está centrado en capacitar a alumnos deseosos de aprender y ocupar algún cargo en el ámbito profesional, camionetas, taxis, entre otros. También están los diferentes sindicatos que van dirigidos a las Moto-taxis, que este medio es el más utilizado en todo el cantón y lleva consigo diversas Cooperativas. Además, la Escuela de Capacitación de Conductores no Profesionales “Conrespop La Maná”, como su nombre lo indica está centrado en capacitar a alumnos deseosos de aprender sin ocupar los cargos profesionales ya mencionados.

**Imagen 6.** Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón La Maná en Pruebas Teóricas



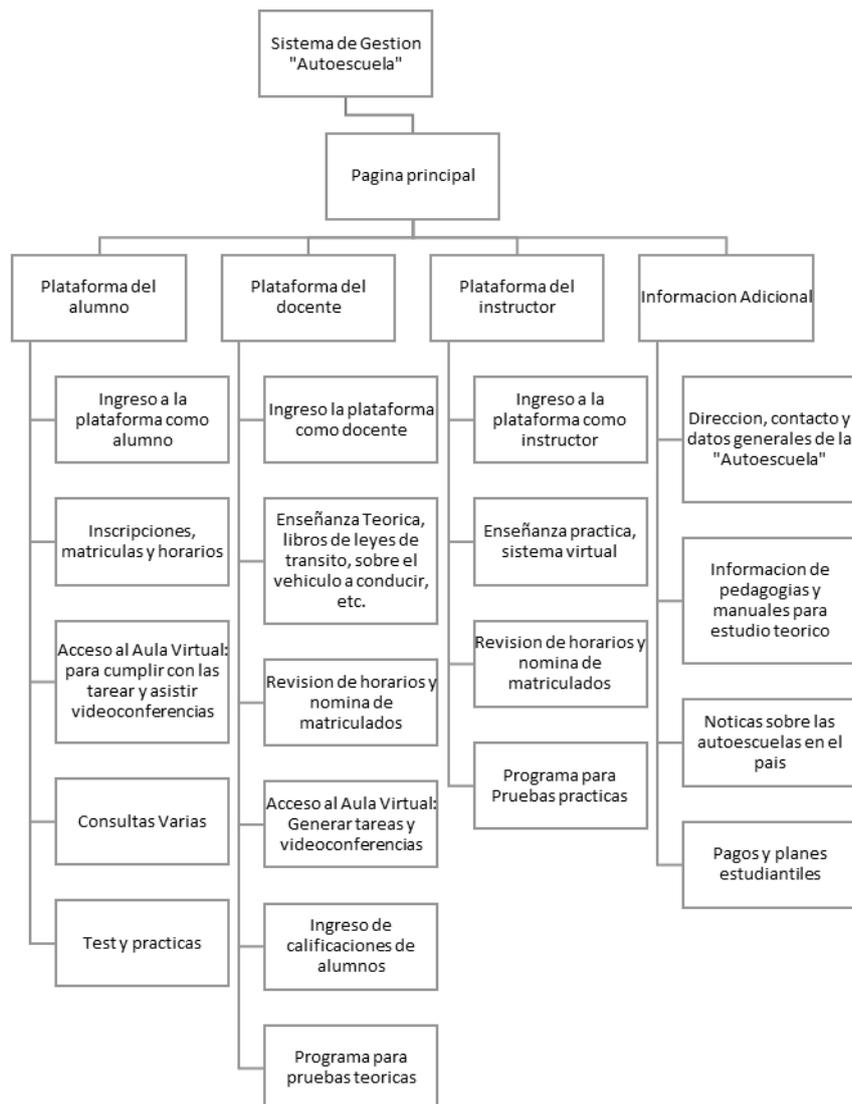
**Autor:** Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón La Maná

**Fuente de imagen:** <http://www.sindicatodechofereslamana.com/images/galeria/DSC01663.JPG>

La idea de que estas autoescuelas posean un sistema informático para la gestión educativa y legal, es obtener resultados, así como en las autoescuelas extranjeras ya mencionadas, lo cual sería beneficioso tanto para los que conforman estas autoescuelas como para los moradores del cantón. Con este sistema podría ser posible entregar conductores y choferes con una mejorada habilidad de conducción, que tengan los conocimientos necesarios para transitar y llevar una armonía con los peatones y ciclistas.

**Sistema de Gestión.**

Se mostrará a continuación como va a ir el sistema de gestión informático que llevaran las autoescuelas para su desempeño tanto en los alumnos como en los profesores e instructores. Mediante una red conceptual el cual cumplirá con los parámetros, y así también cumpliendo el propósito principal de esta idea.



**Figura 2.** Esquema del sistema de gestión informático "Autoescuela", esquema realizado por el autor de este ensaño, en el cual muestra, la idea de cómo va a ser este sistema de gestión para las escuelas de conducir. Este esquema y des conceptuales y mejora la idea.

V. Conclusiones.

Al haber realizado los estudios pertinentes para solventar la factibilidad y viabilidad de este proyecto de investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

- Un sistema informático, es un tema a nivel mundial que es muy poco o mal utilizado. Aun conociendo que este puede beneficiar a cualquier índole manipulando la información que vaya a llevar esta, realizando un tratamiento, análisis y control del mismo que, en algún posible caso, la información física presente ciertos agentes que afecte su contenido.
- La autoescuela es un factor inicial para cualquier alumno deseoso de aprender a conducir cualquier vehículo automotor, dándole el beneficio de una educación tanto teórica como practica para su educación vial, siempre tomando en cuenta que se estará llevando un control del mismo, con la finalidad de otorgarle su certificado ya sea para uso personal o en el ámbito profesional.
- Se puede destacar que la gestión mediante un sistema informático es necesario para una autoescuela, por los diferentes problemas que fueron conllevando dentro de la misma, este sistema mostrara cambios a que muchas personas y a los que conforman estas instituciones, dando el resultado de reducción, no total, de los accidentes de tránsito.

VI. Referencias.

Anónimo. (Mayo de 2013). Blog de la Autoescuela Edición América. Obtenido de <http://www.blogdelaautoescuela.com/america/tag/ecuador/>

Anónimo. (18 de octubre de 2018). Ecured, Conocimiento con Todo y para Todos. Obtenido de Ciencias Aplicadas y Tecnologías, Informática: <https://www.ecured.cu/Sistema>

Anónimo. (19 de octubre de 2018). Ecured, Conocimiento con Todos y para Todos. Obtenido de Ciencias Aplicadas y Tecnologías, Informática: <https://www.ecured.cu/Inform%C3%A1tica>

Anónimo. (20 de Octubre de 2018). Ecured, Conocimiento con Todos y para Todos. Obtenido de Informática: [https://www.ecured.cu/Sistema\\_inform%C3%A1tico](https://www.ecured.cu/Sistema_inform%C3%A1tico)

Anónimo. (2018). Instituto de Andaluz de Administración Publica. Obtenido de Junta de Andalucía:

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeadministracionpublica/publico/anexos/empleo/c2.1000/TEMA%2011.pdf>

Aransay Azofra, J. M. (2018). Iberus. Obtenido de Universidad de la Rioja:  
[https://www.unirioja.es/cu/jearansa/1011/ficheros/Tema\\_1.pdf](https://www.unirioja.es/cu/jearansa/1011/ficheros/Tema_1.pdf)

Bosque Pérez, G., & Fernández Rodríguez, P. (2016). Principios de Diseño de Sistemas Digitales. Lejona, España: Servicio Editorial / Argitalpen Zerbitzua UPV/EHU.

Castillo Blasco, L. (20 de Enero de 2005). Universidad de Valencia. Obtenido de Universitat de València Web Site: <https://www.uv.es/macass/9.pdf>

Chacón, J. F. (12 de Enero de 2017). Preparadores de Oposiciones. Obtenido de PreparadoresdeOposiciones.eu:  
<https://www.preparadores.eu/temamuestra/PTecnicos/PComerciales.pdf>

Doña Ibáñez, D. (2018). Departamento de Informática. Obtenido de Danieldon.com:  
<https://www.danieldon.com/informatica%20basica/2%20sistemas%20informaticos.pdf>

Flores Corzo, V. (13 de Junio de 2018). Circula Seguro. Obtenido de CirculaSeguro.com: <http://www.circulaseguro.com/aprendera-conducir-para-aprobar-el-examen-practico/>

HellHacker. (7 de Septiembre de 2017). Universidad Nacional de La Plata. Obtenido de <http://www.graduada.unlp.edu.ar/blog/wp-content/uploads/2017/09/completo-manual-de-informtica.pdf>

Kuri Abdala, J. A. (2018). Fundación Plone. Obtenido de Departamento de Ingeniería de Sistemas, Planeación y Transporte: <http://dicyg.fi-c.unam.mx:8080/sistemas/publicaciones/TEMAII.5.pdf>

Moriano Expósito, A. M. (2 de Noviembre de 2016). Autoescuela FOCOSUR. Obtenido de autoescuelafocosur.es:  
<http://autoescuelafocosur.es/images/pdf/CAP1CALIDAD.pdf>

Villazán Olivarez, F. J. (1 de Noviembre de 2010). Universidad Pedro de Gante. Obtenido de <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-31-Manual-de-Informatica.pdf>

**Para citar el artículo indexado.**

Velasteguí E. & Bravo B. (2017). Por medio de un sistema informático en las escuelas de conducción. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 21-33. Recuperado desde: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/256/558>



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





Recibido: 13-09-2017 / Aceptado: 05-12-2017 / Publicado: 01-01-2018

## Los medios de comunicación y el impacto en las redes sociales.

---

*The media and the impact on social networks.*

Velasteguí López Efraín.<sup>4</sup>, Ayleen Tomalá <sup>5</sup>

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i4.260>

### Resumen.

Podemos de este modo identificar los tres principales tipos de conocimientos sobre los medios de comunicación y cada uno de ellos merece ser considerado en su propia especificidad. Las redes sociales en su dimensión de instrumento de participación política suscitado y suscitan un vivo interés entre expertos, entre ciudadanos y, en general, entre todos aquellos que se acercan a esta poderosa herramienta de participación e integración democrática. Pueden observarse desde diversas esferas de interés o perspectivas de análisis, desde nuevos instrumentos aptos para la libertad de expresión individual, hasta medios para articular nuevas formas de participación democrática colectiva. Las potencialidades que brinda el nuevo instrumental tecnológico son amplias.

Los medios de comunicación, por otra parte, son un aspecto de la sociedad que nos resulta demasiado familiar para ser comprendido solo en el marco de teorías altamente formalizadas. Otro aspecto de la industria de los medios de comunicación que investigaremos es el vinculado a toda la corriente que parte de la denominada. Son los profesionales de los medios de comunicación, que muchas veces basan sus actividades y sus rutinas laborables en determinadas convicciones atribuidas, según los casos, a la experiencia, a otros factores.

La tecnología en las comunicaciones avanza a una velocidad tan rápida que aprender a dominar las actualizaciones realizadas a cualquier software o aplicación, nuevamente nos dejaría atrás porque de seguro abran nuevas tecnologías que aprender. Un ejemplo de este proceso tan agresivo de crecimiento se puede evidenciar en el artículo de la revista Top

---

<sup>4</sup> Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador, [le.velastegui@uta.edu.ec](mailto:le.velastegui@uta.edu.ec)

<sup>5</sup> Ayleen Tomalá

Ten Economía donde refleja las diez principales industrias del mundo, siendo las dos principales tecnología y comunicaciones.

### **Introducción.**

Fruto del desarrollo y la evolución de la comunicación social, el impacto de las redes sociales en el contexto comunicativo, mediático, cultural y jurídico de nuestro país es ya una realidad palpable. Se presenta como un libro para entender el actual escenario mediático marcado por las nuevas relaciones que esbozan las redes sociales. Las redes sociales de internet representan el fenómeno que mejor esta contribuyendo a la expansión de una historia mediante la edición, difusión y la generación de múltiples debates en la red. Los estudios de caso que se abordan en este libro ejemplifican, en definitiva, el impacto de las redes sociales en los procesos de comunicación necesariamente construidos bajo el prisma de la conectividad como característica esencial de esta nueva etapa de la historia de la comunicación social.

Trazar la historia de las redes sociales no es una tarea fácil, su origen es difuso y su evolución acelerada. No existe consenso sobre cuál fue la primera red social, y podemos encontrar diferentes puntos de vista al respecto. Por otro lado, la existencia de muchas plataformas se cuenta en tiempos muy cortos, bien sabido es que hay servicios de los que hablamos hoy que quizá mañana no existan, y otros nuevos aparecerán dejando obsoleto, en poco tiempo, cualquier panorama que queramos mostrar de ellos. Su historia se escribe a cada minuto en cientos de lugares del mundo. Lo que parece estar claro es que los inicios se remontan mucho más allá de lo que podríamos pensar en un primer momento, puesto que los primeros intentos de comunicación a través de Internet ya establecen redes, y son la semilla que dará lugar a lo que más tarde serán los servicios de redes sociales que conocemos actualmente, con creación de un perfil y lista de contactos. Por todo ello, vamos a plantear su historia contextualizada mediante una cronología de los hechos más relevantes del fenómeno que suponen las redes sociales basadas en Internet.

### **Desarrollo.**

Según(n.d.; Maldonado, 2015)considera aquí una aproximación a las redes sociales de carácter multisectorial con el propósito de ofrecer algunas líneas de trabajo futuras para que estas redes puedan promover mejores opciones que favorezcan la participación, al menos, en el circuito de la opinión pública que no depende de los medios de comunicación convencional: televisión, radio o prensa en sus dimensiones no virtuales o electrónicas. Pensamos, que diversas regulaciones normativas como aquellas que tienen que ver con la propiedad intelectual y con la protección de datos pueden favorecer o dificultar la evolución de lo que estas redes pueden significar en las dimensiones apuntadas. Pero

quizá más importante que la multiplicación de las publicaciones digitales sea su consolidación cualitativa en el mercado de los medios. Las empresas de comunicación entienden ya internet como un factor estratégico para su futuro. Internet reclama, obviamente, el desarrollo de procedimientos editoriales específicos para las publicaciones digitales; sin embargo, también reclama la renovación en paralelo de los procedimientos editoriales empleados por los medios clásicos.

Según mi criterio se puede afirmar sin riesgo a equivocarse en exceso que las redes sociales que se han convertido ya en herramientas para el desarrollo y progreso de la expresión del pensamiento de los ciudadanos, las redes sociales son en la actualidad el instrumento de expresión de millones de personas en el mundo tecnológicamente avanzado en tiempos pasados a su advenimiento eran receptores, espectadores pasivos y silentes de los medios de comunicación, en la actualidad los medios empiezan a formar sus agendas con las agendas emergentes de las redes sociales.

## TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Según(Salaverría, 2005; Sánchez Herrera, 2010) en cuanto a tipos de medios de comunicación, tanto las televisiones como las radios han apostado hasta cierto por Internet. Tanto para dar noticia de sus programaciones como también, de provechar las informaciones que llegan a las redacciones y que se aprovechan en un porcentaje aun menor que en los medios impresos.

Los medios escritos, radiales y televisivos eran los medios masivos de comunicación donde el mensaje llega a millones de personas a la vez. La comunicación personal se limitaba a los mensajes por correo, telégrafo, telecomunicaciones y facsímil. El destinatario de la comunicación personal como el transmitente intercambia información de dos vías sin mucha posibilidad de trasladarse a los espacios públicos. Con el surgimiento del internet y las redes sociales el acceso a los espacios públicos se ha abierto a todo ser humano.

Según mi criterio con el pasar de los años nacen nuevas formas de comunicación como Instagram, creada en diciembre de 2014, en la cual se establece la dinámica de montar fotos y videos y en donde los demás usuarios puedan realizar comentarios al ver tus publicaciones; además ofrece una herramienta para mensajes directos y el Instagram Stories, otra forma novedosa de comunicación en donde puedes grabar en vivo y montar estos videos en tu perfil para que tus usuarios lo vean, muy parecido al Snapchat, que también es un red social que en su momento tuvo mucha popularidad; pero que ahora ha sido desplazada un poco por el Instagram Stories; ya que en esta red se montan videos en vivo y dispone de mensajes directos y comentarios que pueden realizar tus usuarios. Muchas personas en el mundo usaban Snapchat; pero al ver que Instagram disponía de la

nueva actualización de Instagram Stories, prefirieron usar una sola aplicación que tuviera ambas funciones, por lo que migraron a Instagram.

## LAS REDES SOCIALES

Según(Boni, 2008; Celaya, 2011) las redes sociales son estructuras sociales que funcionan como medios de comunicación, para facilitar la difusión de mensajes en canales de información, acortando distancias y tiempos de envío de mensajes, todo ello facilitando las relaciones de parentesco, relaciones personales, relaciones organizacionales, entre otras. Estos medios de comunicación facilitan a muchas personas que están en países distintos, en ambientes diferentes y que pertenecen a diversas culturas, mantenerse comunicados e informados. Asimismo, los tiempos de envíos de los mensajes, al ser de forma inmediata permite acortar los tiempos de difusión y hacer de esta una comunicación más directa. Una de las primeras redes sociales que existió fue Hi5, una manera diferente de comunicarte con tus amigos y por la cual podías visualizar fotos de las demás personas y hacer comentarios de las mismas. Seguidamente el impacto de la comunicación se transmitía a través del Messenger, en donde también podías comunicarte con tus amigos, a través de mensajes, zumbidos, imágenes, entre otras características. Años después se instaló en nuestras vidas el Twitter, creado en California en marzo del año 2006. En esta red social se colocan mensajes de 140 caracteres, llamados tweets, acompañados de imágenes, videos, menciones, etiquetas y un sinnúmero de funciones que nos han ayudado a mantenernos informados de lo que pasa en la sociedad.

Según mi criterio muchas personas en el mundo usan esta red social porque al ser mensajes cortos la comunicación es mucho más directa. Asimismo, se creó el Facebook, en el año 2007, el cual inicialmente era un proyecto de los alumnos de la Universidad de Harvard, como un canal de comunicación para mantenerse informados; pero al ser un proyecto tan exitoso se hizo extensivo para el uso de todos los usuarios que actualmente la utilizan. Esta red social se presentó como una manera novedosa de comunicación en donde las personas suben sus fotos, álbumes, pueden realizar comentarios en dichas imágenes, posee un muro para notificaciones y mensajes públicos y además posee un chat para conversar con tus amigos de manera privada. Esta red social al tener todas estas herramientas que resultaban muy útiles para la sociedad se posicionó rápidamente en el mercado y actualmente es uno de los medios más usados en el mundo. Lo novedoso de estas redes sociales es que acortan los tiempos de comunicación y además puedes mantenerte informado acerca de amistades, noticias, productos, servicios y un sinnúmero de información que puedes encontrar en las mismas. Muchas de estas redes sociales son empleadas en la actualidad para el mercadeo, a diario vemos como en Instagram hay un sinnúmero de publicidades; perfiles comerciales; ventas de productos; tiendas virtuales de ropa, accesorios, calzado, entre muchas más; perfiles de servicios; perfiles de empresas, entre otros.

## LA COMUNICACIÓN

Según(González de la Garza, n.d.; Noguera, 2000) la comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten informaciones, sentimientos, pensamientos y cualquier otra cosa que puede ser transmitida. La forma de pensar en los estudiantes experimenta una revolución que se inicia aproximadamente, a los once años. Esta manera más profunda de ver la vida tiene una relación importante con la manera en que los adolescentes entienden los mensajes de los medios de comunicación. En realidad, los medios de comunicación y en particular la televisión, no les proporcionan a los adolescentes las experiencias que les podrían ayudar a desarrollar sus procesos de pensamiento y a sentir que están en un mundo racional. Se expone la terminología propia de las redes sociales y se pone énfasis en las estrategias de supervisión y control adulto. Se detallan los aspectos positivos que las nuevas tecnologías ofrecen diversas oportunidades de aprendizaje, entretenimiento, socialización, desarrollo de habilidades, creatividad y mejora de la motivación al aprendizaje especialmente en adolescentes, entre otros y los aspectos negativos asociados distanciamiento afectivo, pérdida de límites en la comunicación y pérdida de la capacidad de escucha, entre otros.

Según mi criterio son millones los individuos en todo el mundo, especialmente adolescentes y jóvenes, que se han dejado seducir por las nuevas tecnologías e internet, incorporándolos en su vida cotidiana, en sus comunicaciones y en sus vínculos 1. Sin embargo, la aparición de diferentes aplicaciones ha estado ligada al desarrollo de conductas adictivas 2, en algunos individuos con determinadas características, creándose a partir de ello el concepto de Conducta Adictiva a Internet, el cual no logró consenso entre los expertos antes de la publicación del DSM 5 3. A partir de esto, resulta indispensable por parte de los adultos auto educarse y aprender todo lo relativo a internet, aplicaciones y redes sociales. Sólo así es posible ejercer un adecuado monitoreo, acompañamiento y supervisión 6, especialmente en la etapa adolescente. La masiva popularidad de la comunicación en línea entre los adolescentes ha provocado reacciones encontradas. Las preocupaciones se han focalizado en el desarrollo de relaciones superficiales con extraños, en el riesgo de adicción y en el aumento de la probabilidad de ser víctima de ciberacoso. Desde otra perspectiva, se puede considerar a internet como una oportunidad para mantener y profundizar relaciones creadas de manera presencial, para explorar la propia identidad, encontrar apoyo a problemas de desarrollo en temas sensibles, desarrollar habilidades, entre otros.

## LOS MEDIOS DIGITALES

Según(Crespo, n.d.; Díaz, n.d.) los medios digitales generan múltiples nuevos contextos para expresar y explorar aspectos de la identidad 10. Los individuos actúan en distintos espacios, creando diversas identidades que van cambiando a muy rápida velocidad y que pueden generar experiencias interpersonales e intrapersonales enriquecedoras o destructivas, según cómo se utilice la comunicación online. Otro elemento a considerar es la dificultad que tienen algunos adolescentes para diferenciar el contenido público del privado. No logran acceder a una conciencia que les permita evitar exponerse o verse expuestos a situaciones que, en lo inmediato, les pueden generar altos niveles de estrés y daños importantes en la visión de sí mismos, con serios riesgos para su salud mental. Sin embargo, también es posible transmitir a través de la web, mensajes claros y seguros, produciéndose con ello oportunidades enriquecedoras para el propio desarrollo, pudiendo llegar a ser la comunicación online un referente importante en algunos tópicos.

Se encuentran aquí postulados básicos sobre la comunicación: “No se puede no comunicar, en toda comunicación existe un nivel de contenido y un nivel de relación, la naturaleza de una relación depende de la forma de puntuar o pautar las secuencias de comunicación que cada participante establece, en toda comunicación existe un nivel digital (símbolos lingüísticos o escritos) y un nivel analógico (conducta no verbal). Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia”.

Según mi criterio a partir de los estudios que muestran las altas cifras de uso y abuso de las redes sociales en adolescentes y jóvenes, se desprende la gran atracción que ejercen en este grupo etario tan vulnerable por sus procesos neuro psicobiológicos y sociales. Por eso, se hace necesario revisar los efectos negativos que pueden producir estos nuevos estilos de comunicación y de conexión permanente. El abuso de redes sociales ha mostrado una asociación con depresión, síndrome de déficit atencional con hiperactividad, insomnio, disminución de horas total de sueño, disminución del rendimiento académico, repitencia y abandono escolar. También ha sido asociado con un amplio rango de problemas psicosociales. Estudios han revelado falla en la toma de decisiones en los adictos a juegos online.

El fenómeno que se produce en este tipo de comunicaciones es que el receptor recibe y reacomoda la información en función de sus posturas filosóficas y culturales, para reenviarla dando su punto de vista sobre los hechos. Por supuesto que esto es así debido a la conciencia de que todos los individuos son libres e iguales y tienen el derecho a dar su opinión. La dimensión cultural de la comunicación permite dar cuenta de la incomunicación y de la separación de otras posturas, de modo que Facebook también constituye un medio para lograr la convivencia entre distintos pensamientos. Con esto, Wolton (2006), habla de que con la comunicación se busca compartir e, intercambiar. La tercera mundialización que corresponde a la cultural y comunicacional genera la

necesidad de respetar la diversidad cultural, organizando así la convivencia de éstas sobre una base democrática.

Sin embargo, dice que el hombre no vive del intercambio de informaciones ni de mensajes sino de relaciones. Es por ello que ante tanto flujo de información la sociedad se permite elegir lo que quiere escuchar de lo que no. Esto permite fundar la libertad y hace que las personas, aunque pasen varias horas del día expuestas ante los medios, no sean totalmente manipuladas por los mensajes que reciben. Los medios como Facebook o My Space permiten que ahora la comunicación sea multidireccional. El receptor pasó de ser pasivo a activo. Ahora pregunta, cuestiona, escoge, argumenta y opina.

El principio de contractualización permite que haya una comunicación real y efectiva. El principio de reciprocidad marca una actividad conjunta entre los televidentes y los integrantes del programa y por último el principio de influencia se marca cuando los usuarios dan su opinión sobre determinado tema.

El principio de reciprocidad se ve claramente evidenciado en la interacción de la gente con el programa, hay una cooperación verbal, una actividad conjunta entre los televidentes y los panelistas, en donde el enunciado de cada uno se apoya sobre el enunciado del otro. Este modelo permite claramente dar cuenta de la interacción producida entre las diferentes partes.

Las nuevas herramientas tecnológicas de comunicación que nos ofrece Internet han favorecido una mejor comunicación y participación de la audiencia. Al vídeo y el audio se han unido los blogs, foros, chats y redes sociales, siendo estas un canal fundamental de comunicación.

La audiencia toma un papel de medio de comunicación social capaz de influir en la opinión pública de la que forma parte, utilizando como canales fundamentales las RRSS. Redes sociales como Facebook y Twitter con millones de usuarios se han convertido en las plataformas preferidas para la divulgación contenidos y son unas excelentes herramientas para que los medios de comunicación profundicen en el alcance y repercusión de sus publicaciones.

Este nuevo escenario hace que los medios tradicionales compitan en contenido con nuevos sistemas de información que reconfiguran el espacio mediático donde la opinión aparece más segmentada, transparente incluso instantánea. La relación del público con

los medios ha cambiado y las redes sociales dejan un rastro digital que aporta conocimiento a los medios en dos sentidos: el usuario digital y el impacto que los contenidos tienen en la sociedad.

El análisis tradicional de las redes sociales nos ha llevado a obtener datos tan significativos como son la percepción del usuario con la marca, el sentimiento que desprende hacia ella e incluso gestionar crisis de marca.

Gestionar esta información de una manera eficiente permite a los medios de comunicación sacar el máximo rendimiento a su principal fuente de ingresos como es la publicidad: conocer el tipo de noticia que más impacta en una hora concreta del día, quién es su lector fiel y cuándo y cómo se conecta mejora el impacto de los anuncios publicitarios y repercute directamente en su cuenta de resultados.

El rastro del usuario digital supone un nuevo paradigma en los medios de comunicación que les permite tomar decisiones de negocio basado en datos objetivos de su audiencia. Internet está introduciendo cambios radicales en la manera de comunicar de las personas y las organizaciones. Ha variado los esquemas lineales, sencillos y previsibles de la comunicación mediática tradicional. En su lugar aparecen complejas redes en las que permanentemente intervienen actores heterogéneos que no pueden ser controlados y a las que se incorporan sin descanso nuevos participantes.

Una revolución que nos permite trabajar con todo tipo de contenido: video, sonido, imagen, texto y que viene acompañada de algunas herramientas enfocadas a la socialización que permite que las personas puedan interactuar a través de espacios como blogs, grupos, foros, micro blogs y wikis o redes sociales de Internet. El análisis de redes sociales estudia esta estructura social aplicando la teoría de grafos e identificando las entidades como nodos o vértices y las relaciones como enlaces o artistas. La estructura del grafo resultante es a menudo muy compleja.

También es una red un grupo de paginas web que usan hiperenlaces para referirse unas a otras. Las redes son también complejas donde los nodos son agentes, porque hacen algo, mientras que los aristas o arcos expresan una relación social. Inicialmente, el software de las redes sociales como servicio parte de la teoría de los seis grados de separación. Se trata de una teoría que no esta probada totalmente en la cual se intenta dar una explicación científica al dicho popular de que el mundo es un pañuelo, y al que nos referimos en ocasiones en las que en lugares remotos o en situaciones inesperadas nos encontramos con personas que tienen algunas relaciones con personas de nuestro entorno habitual.

La comunicación es una herramienta indispensable de las empresas en su relación con los públicos. Hoy en día, se hace especialmente interesante acercarse a la comunicación empresarial porque esta adopta nuevas formas de llegar al público, se diversifican los mensajes por la pérdida de eficacia de los medios tradicionales y las estrategias se adaptan a nuevas necesidades y exigencias del mercado. La comunicación interna sirve para reforzar la involucración del público interno mediante la constante información de los procesos que vive la organización en un entorno cambiante lo que constata la importancia que se les concede en el desarrollo de la empresa.

De esta forma, es más sencillo comunicar externamente el rumbo adaptado por sus responsables. Es entonces cuando adquiere sentido la estrategia empresarial, ya que comunicar una decisión refuerza a la empresa ante sus públicos. Esas son las realidades que enfrentamos, pero hay algo que obviamos en este análisis. El mundo camina cada vez más con la lógica de la racionalidad y quienes sepan diferenciar tendrán una ventaja competitiva sobre los otros. La comunicación interna apunta a utilizar el mismo concepto de comunicación integral aplicado desde hace tiempo a la comunicación externa. El fenómeno que se produce en este tipo de comunicaciones es que el receptor recibe y reacomoda la información en función de sus posturas filosóficas y culturales, para reenviarla dando su punto de vista sobre los hechos. Por supuesto que esto es así debido a la conciencia de que todos los individuos son libres e iguales y tienen el derecho a dar su opinión.

La dimensión cultural de la comunicación permite dar cuenta de la incomunicación y de la separación de otras posturas, de modo que Facebook también constituye un medio para lograr la convivencia entre distintos pensamientos. Con esto, Wolton (2006), habla de que con la comunicación se busca compartir e, intercambiar. La tercera mundialización que corresponde a la cultural y comunicacional genera la necesidad de respetar la diversidad cultural, organizando así la convivencia de éstas sobre una base democrática.

Los canales de información interna que se utilizan de forma habitual en las organizaciones son: revistas internas, manuales, videos, folletos, cartas, banners, teniendo cada vez más información actualizada de todo lo que ocurre en la comunidad de la empresa. Se puede destacar la evolución de medios como son: manual de bienvenida, los tableros de anuncios y el portal de empleado, y entre otros, teniendo en cuenta su rápida difusión a todos los miembros de la organización.

## BIBLIOGRAFIA

- Antonio Franco Crespo. (n.d.). *La tecnología y los jóvenes: El impacto de la tecnología en los jóvenes, sus ...* - - Google Libros. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=16QxTQrohBkC&printsec=frontcover&dq=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV0pWa1LHeAhWHxYMKHWCKBgcQ6AEIJjAA#v=onepage&q=libros el impacto de las tecnologias&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=16QxTQrohBkC&printsec=frontcover&dq=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV0pWa1LHeAhWHxYMKHWCKBgcQ6AEIJjAA#v=onepage&q=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&f=false)
- Boni, F., & Climent, J. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Celaya, J. (2011). *La empresa en la web 2.0 el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Gestión 2000.
- Dra. Damalin Judith Díaz Suárez. (n.d.). *Bibliotecas Públicas, Nuevas Tecnologías De La Información: Impacto En El ...* - - Google Libros. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=Jk7-kz87Rp0C&dq=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&hl=es&source=gb\\_s\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=Jk7-kz87Rp0C&dq=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&hl=es&source=gb_s_navlinks_s)
- El Impacto de las Redes Sociales en la sociedad - Monografias.com. (n.d.). Retrieved November 5, 2018, from <https://www.monografias.com/trabajos108/impacto-redes-sociales-sociedad/impacto-redes-sociales-sociedad.shtml>
- González de la Garza, L. M. (n.d.). *Redes sociales, instrumentos de participación democrática : análisis de las tecnologías implicadas y nuevas tendencias*.
- Maldonado, M. C., & Alejandro, M. (2015). Razón y Palabra, 19. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199536848022>
- Noguera Vivo, J. M., Martínez Polo, J., & Grandío Pérez, M. del M. (2000). *Redes sociales para estudiantes de comunicación : 50 ideas para comprender el escenario online*. Editorial UOC.
- Salaverría, R. (2005). *Cibermedios : el impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Sánchez Herrera, J., & Pintado Blanco, T. (2010). *Nuevas tendencias en comunicación*. ESIC Editorial. Retrieved from <https://www.casadellibro.com/libro-nuevas-tendencias-en-comunicacion/9788473566940/1772457>

**Para citar el artículo indexado.**

Velasteguí E. & Tomalá A. (2017). Los medios de comunicación y el impacto en las redes sociales.. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 34-44. Recuperado desde: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/260/563>



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





Recibido: 13-09-2017 /Aceptado: 05-12-2017/ Publicado: 01-01-2018

## Las herramientas tecnológicas al servicio de gestión empresarial y administrativa.

---

*The technological tools in the service of business management and administration.*

Velasteguí López Efraín.<sup>6</sup>, Toaquiza V. Italo<sup>7</sup>

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i4.258>

### Resumen.

La presente investigación va a identificar los diversos dispositivos electrónicos y entender cuál es su impacto en las distintas operaciones que estas desarrollen en las empresas, ya que esto permitirá reconocer el funcionamiento y manejo de las herramientas dentro del ámbito laboral y su impacto para el desarrollo de su entorno.

En los últimos años se ha visto un crecimiento exponencial en el uso y la implantación de sistemas y tecnologías que mejoran la gestión de la información tanto dentro de la organización como a lo largo del canal de suministro, facilitando su difusión y la conexión entre departamentos y organizaciones. También permite simplificar las funciones rutinarias y dedicar tiempo y esfuerzo a las diferentes funciones de la organización de mayor impacto para el desarrollo de las mismas.

Adicionalmente la ya evidente globalización, juntos con la difusión de las nuevas tecnologías aplicadas al comercio electrónico han cambiado los hábitos de compra y el consumo, las estrategias de producción y las relaciones entre empresas, por estos motivos las cadenas empresariales se han visto afectadas en varios aspectos, ya que los integrantes de esas cadenas están obligadas por conseguir eficiencia, servicio y fundamentalmente por hacer rentable su entidad administrativa ya que los productores por su parte, así como los comercializadores y operadores logísticos están acogiendo rápidamente las

---

<sup>6</sup> Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador, [le.velastegui@uta.edu.ec](mailto:le.velastegui@uta.edu.ec)

<sup>7</sup> Toaquiza V. Italo, Ecuador

tecnologías más favorables para sus procesos como una forma de adecuarse y adaptarse a ese nuevo contexto competitivo dentro de la gestión empresarial y administrativa.

**Palabras clave:** Herramientas Tecnológicas, Empresarial, Administración, Servicios de gestión, TIC's.

### **Introducción.**

#### **Tecnologías de la información en logística al servicio de gestión empresarial y administrativa.**

Los autores (**Peralta, 2008; Goldsby, 2005; Berumen, 2007 y Garrido, 2008**) establecen que las tecnologías de la información pueden ser resumidas como un conjunto de todas las actividades y soluciones producidas por una fuente computacional y con aplicaciones en muchas áreas. El termino tecnologías de la información y las comunicaciones es comúnmente utilizado para denotar el conjunto de recursos automáticos didactas al almacenamiento, procesamiento y a la comunicación de la información, así como al modo como estos recursos están organizados en un sistema capaz de ejecutar dicho conjunto de tareas.

Sabiendo que las tecnologías de la información son un elemento que ha modificado el mundo moderno en los últimos años, se determina que esta ha permitido generar procesos y operaciones hace algunos años impensables en cuanto a la combinación de la cadena suministros y a la veracidad, calidad y disponibilidad de la información.

(**Arango, 2010**) manifiesta que no es ajeno para ninguna persona con conocimiento en logística, que la información es un elemento fundamental en el accionar de las empresas del mundo real, en cuanto a que esta es la fuente de conocimiento de lo que ocurre en la en los escalones inferiores y superiores de la cadena de suministros, permitiendo reducir la incertidumbre asociada tanto a proveedores como a la demanda, pero fundamentalmente, que permite realmente medir, conocer y mejorar todas las instrucciones que se realicen en las organizaciones con la misma idea de la logística esbelta y de la administración de la cadena de suministro: Optimizar los procesos y las operaciones.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones son una fuente para la estimulación de la innovación en los servicios, incrementar la eficiencia en la producción y al mismo tiempo facilitar los procesos de manejo de inventario y la administración de costos. Estas tecnologías han favorecido la organización dentro de las empresas y han permitido reducir los costos de operación de las actividades propias de la empresa y de aquellas asociadas a la cadena de suministro.

Uno de las principales características de las tecnologías de la información asociada a las empresas es que estos beneficios tienen un impacto a largo plazo en empresas nuevas como en aquellas tradicionales. Por otro lado las tecnologías de información y las comunicaciones son considerablemente importantes en el desarrollo y éxito de las compañías, ya que permiten determinar las características de las compañías que conllevan

a obtener ventaja competitiva, elemento fundamental en el mundo actual, ya que cada vez es más difícil de identificar debido a los frecuentes y rápidos cambios del mercado, así como a la incertidumbre de los ambientes de negocio.

Determina (**Arango, 2010**) que la importancia de las tecnologías de la información en la logística y en la administración de la cadena de suministros radica en que éstas hacen posible lo que la información correcta esté disponible en el momento y el lugar adecuado cuando se requiere, lo cual permite que el flujo de inventario a través de la empresa y de la cadena de suministro se comporte de forma similar a como lo hace la información.

De esta forma, muchas compañías están generando soluciones tecnológicas para mejorar los elementos y tareas mal realizadas dentro de sus operaciones y para facilitar la administración de las mismas. Mientras que las tecnologías de la información son continuamente efectivas en la captura y procesamiento de información que sirve como medida del desempeño de una operación o una persona, estas también presentan la característica de permitir al sistema el mantenimiento del mismo. La información dentro de una empresa fluye a través de la compañía en diferentes formas, a diferente velocidad y por muchos motivos.

(**Arango, 2010**) menciona que la información es usada para administrar el presente, planificar el futuro y reflejar el pasado. Administrar toda la información puede ser una tarea desalentadora e insoportable, pero es una actividad que debe hacerse y desarrollar exitosamente para el correcto funcionamiento de las organizaciones.

### **Tecnologías de la información como flujos de información.**

Según (**Goldsby, 2005 y Taylor, 2008**) determinan que existen tres áreas más relevantes y estratégicas sobre las cuales se encuentran los flujos de información.

- Flujo de datos.
- Flujo de conocimiento.
- Flujo de comunicación.

En las tres áreas de las acciones logísticas se determina que estas generan más información que cualquier otro oficio empresarial, razón por la cual es función de los profesionales en logística buscar la mejor forma de utilizar la información disponible.

(**Arango, 2010**) determina que la idea central es convertir los datos en información y la información en conocimiento. Sin embargo, no todos los datos producen información, es necesario que el personal de logística verifique los datos puede convertir en información dependiendo de las necesidades de los mismos. Una de las ventajas más importantes al obtener eficiencias en la adquisición, manejo e intercambio de información a través de la cadena de suministro, es que mediante esta se puede eliminar las variaciones en la percepción erróneamente exagerada de la demanda.

Lo anterior es apenas lógico al entender que entre mayor sea el flujo de datos e información que se tenga sobre cada elemento que compone la cadena de suministros, más fácil y precisa se hacen las predicciones de las necesidades futuras.

Para **(Arango, 2010)** los procesos de gestión y análisis de decisiones que los administradores de dicha cadena de suministros, deben complementar sobre algunos aspectos, se deben enfocar claramente en los tres principales grupos de procesos de la cadena antes mencionada, e ir denominados procesos macro, dando a la necesidad de obtener un enfoque holístico, pues el éxito de la misma depende del resultado global y no del particular en algunas de las operaciones internas, puesto que alguno de los procesos los cuales son la administración de las relaciones con clientes o la cadena de suministros interna y la administración de las relaciones con los proveedores, todos estos aspectos deben estar soportados o desarrollados sobre las tecnologías de la información que se ofrecen en cuanto a que en cada una de ellos fundamentalmente tenga una integración propia.

Teniendo en cuenta que la gestión de los sistemas de información, se deben enfocar independientemente en cada uno de los diferentes procesos Macro y fundamentalmente en la adecuada portada diseñada para la administración del proceso de funcionamiento de la administración de las transacciones cabe mencionar que a primera vista la importancia de las transacciones de donde saltan a primera vista la importancia de la correcta selección y administración de las tecnologías de la información asociadas a la logística que como bien sabemos las tecnologías de la información habilita varios procesos Macro así como su integración de los sistemas efectivos de integración no sólo permiten obtener los datos de toda la cadena de suministro sino también de análisis de las decisiones que maximizan la rentabilidad de la misma.

### **Captura y transferencia de la información con las herramientas tecnológicas**

Manifiestan **(Arango, 2010 y Fernandez, 2004)** en sus estudios que la transferencia de la información juega un papel fundamental dentro de la logística, Pues de la velocidad de esta depende la correcta operación de las actividades logísticas, así como la reducción del efecto látigo en las organizaciones. Las herramientas para la captura y transferencia de la información, más relevantes en logística son el internet la banda ancha el Eddy y el xml.

Determina **(Arango, 2010)** que dentro de las herramientas que esta ofrece tenemos el internet ya que esta herramienta es la red de comunicación de datos globales que utiliza el formato y para compartir la información desde un lugar a otro. El internet es luego una red de comunicación universal a la que puede conectarse cualquier computador y cualquier dispositivo. Una de las principales características del Internet, es que al conectarse es posible comunicarse con cualquier otro dispositivo que igualmente esté conectado a la Red, sin importar los diferentes formatos de información que estos dispositivos utilicen. Con el internet múltiples compañías pueden conectarse subsistemas de computadores y operar entre ellos de una forma rápida y casi sin costo. El internet permite trabajar con una protección extra de la información.

De esta manera el internet en si es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que lo utilizan la familia de protocolos TCP/IP y son de alcance mundial, a su vez ayudan con la comunicación y al desarrollo laboral y globalizado. De la misma manera tenemos lo que es la banda ancha que es básicamente cualquier tecnología de comunicaciones que facilita acceder a internet a altas velocidades. La banda ancha permite a las empresas conectarse internamente utilizando tecnología de redes de área local LAN como es el caso de la Ethernet, la cual ofrece alta capacidad de comunicación interna. Por otro lado, la comunicación con las compañías o plantas en diferentes posiciones geográficas, es posible mediante la tecnología de redes de área amplia WAN.

De esta forma, las principales ventajas de la banda ancha es la alta velocidad de transferencia de la información, relativo bajo costo y con gran capacidad de conectividad interna y externa.

Menciona (**Arango, 2010**) que otro de los aspectos son el Intercambio Electrónico de Datos (EDI) que básicamente son el intercambio electrónico de datos es una tecnología desarrollada para enviar datos mediante tipos de comunicación comunes entre las distintas compañías. Las herramientas involucran la transmisión electrónica de información y documentos, como por ejemplo: facturas u órdenes de compras directamente entre computadoras de diferentes empresas basados en formatos estándares, estructurados y mecanizables. Los estándares del EDI llamados X.12, son fijados por el Instituto Nacional americano de Astándares (ANSI) y son especializados entre industrias.

Determinando que mediante la estandarización del intercambio de documentos, el EDI permite la eliminación de ingreso de la información y los errores asociados a la interacción humana.

Esta herramienta también permite la reducción de costos, incremento en la productividad, disminución del uso del papel al mínimo y mejora las relaciones entre compañías.

### **Almacenamiento y a la recuperación de la información en las empresas**

Para (**Frezelle, 2007 y Bruque, 2003**) las tecnologías de la información destinadas al almacenamiento y a la recuperación de la información son las bases de datos, las cuales se conciben como la organización de los datos y la información que es guardada electrónica mente.

Se determina que existen varios tipos de bases de datos, dónde la más común es la base de datos relacional, la cual almacena grupos de datos relacionados en tablas individuales que permiten la recuperación mediante el uso de un lenguaje estándar llamado sql\_structured query Language.

Según (**Arango, 2010**) manifiesta que una base de datos estará definida por el nivel de detalle de la información que se almacena, dicho eso la variable más importante vendría a ser el balance entre tener una información altamente agregada o altamente detallada de lo que se vaya almacenar, lo cual depende de las necesidades y especificaciones de los

usuarios y esto también vendría a tener un costo al momento de almacenar la información altamente detallada.

Cabe mencionar que la característica fundamental de una base de datos. De las bases de datos es que permite que las transacciones puedan ser registradas almacenadas y posteriormente consultar y es el mismo de la base de datos quién determina qué operaciones realizará, en qué nivel de detalle, con qué secciones realizar a dichas transacciones, estas son registradas y vigiladas además de estas transacciones son registradas pueden ser observadas en tiempo real o por baches del tiempo lo cual es determinado por el administrador del sistema

(**Arango, 2010**) menciona que también permiten entregar la información almacenada de diferentes formas, dependiendo de las necesidades de los usuarios, éstas diferentes formas de ver la información se conocen con el nombre de vistas y se deben a que no todos los usuarios pueden o necesitan ver la totalidad de información contenida en una búsqueda específica.

Por ejemplo se asume que cuando el personal de ventas de una compañía está interesado en obtener información sobre un producto, este seguramente está buscando información relacionada con históricos de venta, o también precios de fabricación, de producción, garantías, entre otros, mientras que una persona de producción no estará, ni tendrá por qué estar interesada en esta información y por el contrario él buscará datos concernientes a materias primas, condiciones de operación, entre otros parámetros.

### **Identificación y entrega de información con las herramientas tecnológicas**

Los autores (**Berumen, 2007; Chopra, 2008; Fernandez, 2004; Lethan, 2002 y LRM, 2018**) definen a estas tecnologías asociadas como la coordinación sistemática y estratégica de las funciones de negocios tradicionales y tácticas utilizadas a través de estas ya sea al interior de una empresa y entre los diferentes procesos de una cadena de suministro con el fin de mejorar el desempeño en un largo plazo tanto de las empresas o de toda una cadena de suministros.

Para las cuales se determinan las más importantes como son el código de barras que esta es un sistema de codificación de productos que de forma inequívoca identifica la mercancía. Estos códigos permiten dicha identificación de forma rápida y sin papeleo, lo que conlleva a una operación del proceso de entrega y despacho más eficiente. De esta manera se disminuyen los costos asociados al tiempo de identificación y a los costos de errores de enviar y recibir productos erróneos.

Mencina (**Arango, 2010**) que para adherir la etiqueta al producto los códigos de barras se pueden utilizar para: identificación de productos.

- Identificación de contenedores
- Identificación de ubicaciones

- Identificación de operadores
- Identificación de equipos
- Identificación de documentos

También los códigos están diseñados para alto volumen de lectura, motivo por el cual son muy utilizados en las tiendas de grandes superficies. El código de barras se identifica con los primeros 3 dígitos que corresponden al código del país de fabricación, del 4 al séptimo dígito identifican la compañía productora, los dígitos 8 a 12 dan la información referente al tipo de producto y el último dígito es dígito de verificación.

Para **(Arango, 2010)** otro importante elemento es la radiofrecuencia que esta es una tecnología de uso reciente en almacenamiento e identificación de productos y SKU. Esta trata de conectar por radio, sin cables, un elemento de manipulación, la computadora central. De esta forma, se ahorran tiempos de desplazamiento las ubicaciones y el stock se actualizan en línea automáticamente. Básicamente se determina que existen dos tipos de TAGS de radiofrecuencia, los pasivos y los activos, los primeros no tienen fuente de alimentación independiente y pueden tener un alcance entre 2 cm y 13 metros, los activos que poseen una batería o fuente propia pueden ser leídos desde una distancia de varios kilómetros.

Las bandas magnéticas y tarjetas ópticas son un elemento importante también ya que se usan para almacenar gran cantidad de información en un espacio pequeño y se pueden leer aún en condiciones de poca limpieza. Las bandas magnéticas y tarjetas óptica se utilizan para diversas funciones, que van desde la identificación de empleados hasta la composición de carga de material en un camión o la composición de un recorrido para preparación de un pedido.

**(Arango, 2010)** determina que tenemos al GPS que es el sistema de posicionamiento global por sus siglas en inglés, es un sistema de satélites, que permiten durante las 24 horas del día, conocer la posición de un dispositivo en la superficie terrestre. El sistema de posicionamiento global se determina que consiste en un conjunto de 24 satélites que circundan la tierra y envían señales de radio a la superficie. Para esto se necesita un receptor GPS que es un dispositivo electrónico pequeño utilizado por aquellos que viajan por la tierra mar y aire que permite recibir las señales de los satélites. Este receptor utiliza las señales de radio para calcular la posición que es entregada como un grupo de número y letras correspondientes a un punto sobre un mapa.

Para la sincronización de las entregas y la administración de flotas de carga las compañías utilizan asistencia de posicionamiento satelital, con la cual pueden conocer en todo momento en qué lugar se encuentran los vehículos, mejorando notablemente el sistema de entrega y distribución mediante la trazabilidad, seguimiento y auditoría de los envíos.

Para **(Arango, 2010)** otro elemento importante a detallarse sería la Selección de voces que prácticamente es la estructura básica del sistema Voicepicking. Los sistemas de VOICEPICKING o Selección de voces son los sistemas en los cuales el operario recibe

las instrucciones del ordenador mediante un sistema de recepción que convierte la señal en una instrucción verbal, la cual es escuchada por el operario a través de un auricular.

Determinando que de forma similar, igual puede retroalimentar al sistema mediante un micrófono y el receptor, el cual transmite la información convirtiéndola en una señal capaz de ser procesada por el ordenador central. De esta forma, el operario continuamente está hablando con la computadora central, la cual le está dando las órdenes de que materiales y la cantidad a recoger en posición del almacén.

(Arango, 2010) determina que el **Pick to Light** que es un sistema que ayuda al operario en la recolección de mercancías mediante una secuencia de ayudas visuales que permiten que esté lleve directamente a la posición deseada. Para su identificación, cada posición dentro del almacén posee un dispositivo con una pantalla digital, la cual indica al recolector la cantidad de elementos a recoger, e inclusive permite realizar operaciones de chequeo, corrección o modificación de las órdenes.

Este dispositivo se conoce como digital DPDs (pinking display) el cual se esquematiza en la siguiente figura.

**Nombre de imagen:** DPDs de un sistema de Picking to Light



**Fuente y Autor:** Exomexico

El siguiente elemento es de mucha importancia ya que ayuda al reconocimiento visual automático tiene una precisión mayor que los sistemas voz y esta tasa de ser una solución 100% libre de errores, esta herramienta acelera los tiempos de entrenamiento de personal nuevo y al igual que en ambas manos quedan libres para realizar el proceso recolección.

**Nombre de imagen:** Gafas virtuales para visión Packing



**Fuente:** freelogistics.com

### **Administración y reporte de la información con las herramientas tecnológicas**

Para los autores (Taylor, 2008; Canul, 2018 y Lira, 2018) mencionan que el ERP y los sistemas de ejecución de la compañía, son los componentes más importantes de los sistemas de la información en logística, ya que proveen bases de datos de transacción para

inicializar, medir, monitorear y reportar acerca de órdenes provenientes de los clientes o hacia los proveedores, los sistemas de ejecución empresariales proveen la interfaz entre el ERP y las operaciones diarias con los clientes transportadores y el almacenamiento a través de los sistemas, el beneficio final de un ERP es alcanzar la integración entre la compañía, los proveedores y los clientes.

El sistema de planificación de requerimientos de materiales son un paquete de programas de gestión de los flujos de administración de la empresa a su vez de un sistema de información donde los diferentes tratamientos tanto transacciones y ejecución y las distintas funciones clásicas de una empresa son integradas alrededor de las bases de datos y de un herramienta de procesamiento que son de gestión integrados para las empresas soportados por un paquete de programas integrados y parametrizables de éstos los cuales permiten administrar el conjunto de las funciones y los procesos de la entidad.

**(Arango, 2010)** Menciona que las empresas de los ERP están divididas en tres grandes grupos de proveedores: SAP, las empresas que adquiridoras y las empresas independientes. SAP es una empresa alemana que ofrece un SAP bajo su nombre y la cual lidera el mercado de los SAP a nivel mundial. Se dice también que los adquiridores incluyen vendedores como Oracle, Microsoft Business Solutions, SSA Global e Inffor, todos los cuales han crecido a través de adquisiciones de otras compañías. Los independientes son por el contrario las casas de software independiente y en algunos casos de software libre tales como SAP, IFS, IBS, QAD Y Epicor. Los sistemas de abastecimiento Procurement System vienen siendo son sistemas especializados en las actividades de compras realizadas entre la compañía y los proveedores.

El objetivo fundamental de estos sistemas es dinamizar y hacer más eficientes las operaciones de abastecimiento. Se determina que existe una nueva generación de sistemas ERP están evolucionando para producir interacciones adicionales, especialmente para clientes o con clientes, estos sistemas identificados como ERP 2, integran el ERP tradicional como un sistema manejador de relaciones de clientes para integrar mejor los requerimientos de los clientes, las claves con las plantas de la compañía.

Para **(Arango, 2010)** la mejora ofrecida por esta compañía es la conectividad externa lo cual es crucial para la colaboración a lo largo de la cadena de suministro esta herramienta adicionalmente es la posibilidad de integrarse con internet con lo cual se permitiría el mando del sistema desde cualquier lugar del planeta bastando sólo una conexión a internet apropiada.

Generalmente estas vendrían a reemplazan los catálogos por bases de datos que contienen toda la información requerida acerca de los productores que la compañía requiere, al tiempo que también evalúa el número de unidades compradas, precio de compra, historial de compras y desempeño de proveedores.

### **Evolución en gestión de la empresa con las tecnologías de la información**

Según los autores **(Canul, 2018 y Arango, 2010)** definen a la empresa como en una unidad económico-social integrada por elementos humanos, materiales y técnicos que

tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto se hace uso de los factores productivos (trabajo tierra y capital).

La gestión empresarial y administrativa viene siendo aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados como: directores institucionales, consultores, productores gerentes, entre otros, y acciones buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio.

Determina (**Arango, 2010**) que la gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevar a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente. Es una de las principales virtudes de un hombre de negocios engloba las distintas competencias que se deben tener para cubrir distintos flancos que de una determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado.

La dirección de la empresa en base al concepto de la gestión implica un elevado nivel de comunicación por parte de los administradores para con los empleados y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente adecuado de trabajo y así aumentar la eficiencia del trabajo de los empleados aumentando las responsabilidades de la empresa. El control es la función final que debe cumplir el concepto de gestión aplicado a la administración, ya sea de este modo se podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que se les habían sido marcados desde un principio.

Para (**Arango, 2010**) la gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Administrar Por otra parte abarca las ideas de gobernar disponer dirigir ordenar y organizar una determinada cosa o situación. Gestiones es la asunción y ejercicio de responsabilidades sobre el proceso, es decir sobre un conjunto de actividades, lo que incluye:

- La preocupación por la disposición de los recursos y estructuras necesarias para que tengan lugar.
- La coordinación de sus actividades y correspondientes interacciones
- La rendición de cuentas ante el abanico de agentes interesados por los defectos que se espera que el proceso desencadene.

(**Arango, 2010**) manifiesta que las funciones de gestión de las existencias permiten contabilizar las entradas y las salidas producidas y así controlar el estado de las existencias en cualquier momento, en la gestión de las existencias permiten también caminar la mercancía recibida hacia el emplazamiento adecuado está a su vez tiene una funcionalidad también que permite poner en marcha las órdenes de reabastecimiento según los led Times, cantidades en existencia y los umbrales que existen por definirlos.

De acuerdo con la arquitectura empresarial se determinan que es una herramienta de tecnología para el manejo y gestión de una organización, la cual adopta una vista integral que cubre desde sus procesos de negocio, los sistemas de información, los datos de información y la infraestructura tecnológica, permitiendo explicar como todos los elementos de las tecnologías de la información es una organización, los procesos, los

sistemas, la estructura organizacional y las personas se integran y trabajan de forma conjunta.

### **Dispositivos utilizados para el desarrollo de la gestión empresarial**

Las empresas tienen cada vez más opciones para decidir con qué dispositivos informáticos equipar a sus empleados, por lo que también aumenta sus dudas sobre el cuál es el más adecuado.

(Fernandez, 2004 y Canul, 2018) establecen en sus investigaciones que por muy buenas que sean las pantallas táctiles en muchos casos se necesita un teclado y un ratón, por lo que la mayoría de las compañías utilizan un PC o un MAC”, analista de Gartner Inc., consultora de tecnologías de la información.

Aunque los aparatos móviles, como tabletas y los Smartphone se han extendido durante los últimos años, los ordenadores de sobremesa y las portátiles todavía mantienen liderazgo.

Las tabletas útiles para viajar ya que a los trabajadores que tienen que viajar utilizan cada vez más los programas de almacenamiento en la nube, lo que a su vez favorece la extensión de las tabletas, al tener que almacenar archivos e información, los dispositivos móviles se convierten en una opción más cómoda y útil para los desplazamientos.

También existen algunos de los dispositivos móviles de manufacturación y pedidos La unión entre movilidad y Software profesional es una realidad mezclar durante los últimos años la evolución del sector Smartphone ha tenido un gran impacto tanto a nivel de consumo general como a nivel profesional y esto ha repercutido en las herramientas de trabajo que utiliza empresas y autónomos.

A continuación se detallaran algunos de los productos competitivos de dispositivos de recolección de datos proveedores y dispositivos de recolección de datos fabricantes. Tenemos el dispositivo de la compañía Rakinda, su Función es que el equipo de pedido de almacén, recolectara de datos mano/móvil, PDA móvil de código de barras y colector de datos.

Cuenta con un procesador de frecuencia dominante<sup>1,2</sup> con una capacidad de memoria RAM de 2G, ROM de 16 G y con un sistema operativo Android 5,1 estilo PDA scanner y muchos de los dispositivo de recolección de datos y pedidos tienen las mismas características de funcionamiento.

#### **Nombre de imagen: Dispositivo Rakinda**

**RAKINDA**



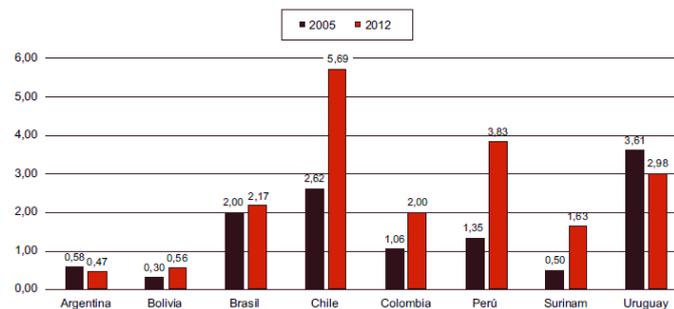
Fuente y Autor: Alibaba.com

### Uso de las herramientas tecnológicas, panorama empresarial en el Ecuador y América del Sur

Para (Delgado, 2015) los indicadores del banco mundial muestran que entre 2005 y 2012 se constató un incremento significativo del número de empresas en América del sur, donde Perú y Chile son los países que presentaron mayor crecimiento de la densidad empresarial, dejando al resto de países como Bolivia y Surinam y, extrañamente a la Argentina entre los últimos lugares.

De la información encontrada se determina que el crecimiento en cuanto al uso de las tecnologías de la información han sido un elemento muy importante en el desarrollo empresarial dentro de América del Sur, haciendo de algunos de estos países que los utilizan, más efectivos en cuanto al entorno laboral.

**Grafico 1.** Densidad de las nuevas empresas en países seleccionados de América del Sur (2005-2012). Registros nuevos por cada 1000 personas

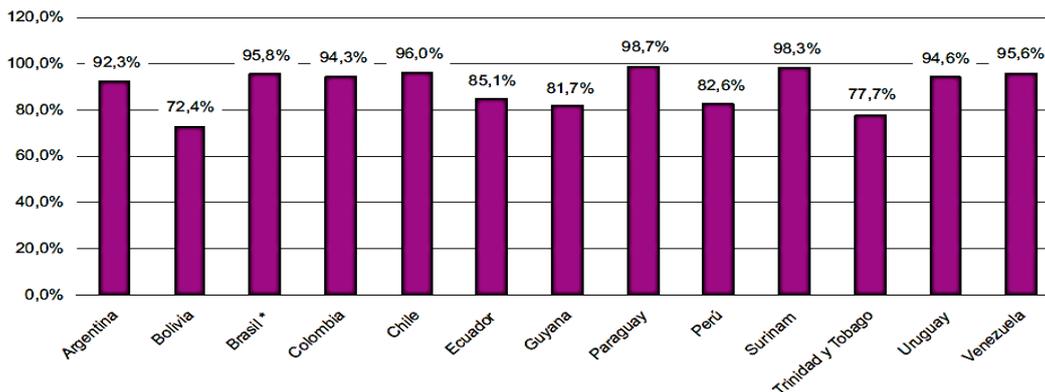


Autor: Delgado, 2015

Teniendo en cuenta que el nivel de simplicidades que se retracta América del sur ha ocasionado que las diferentes entidades empresariales cuenten con un porcentaje menos al acceso al crédito, esto a su vez hace que esto sea menos productivo en su actividad.

Se a constatado que según los indicadores del Banco mundial, se verifica que ha existido en el año 2012 una informalidad muy elevada en la región, sabiendo de esto que el 70% de las entidades empresariales han empezado la actividad de forma ilegal, lo que da lugar a que las empresas no puedan empezar netamente establecidas las actividades

**Grafico 2:** Empresas formalmente establecidas al inicio de sus operaciones en América del sur.



**Autor:** Delgado, 2015

También hay que tener en cuenta la importancia de las tecnologías en la organización de cada una de las entidades, lo cual hace de suma importancia ver de una manera generalizada el flujo de informaciones se va a administrar y como se lo va a ejecutar, para eso tenemos una gráfica en donde nos indicara algunos aspectos de información de uso y su disponibilidad y el uso del mismo.

**Cuadro 1.** Áreas de uso de las herramientas tecnológicas

<b>Articulación de la empresa con:</b>	<b>Tareas digitalizables:</b>	<b>Beneficios:</b>
<b>Clientes</b>	Gestión de pedidos Facturación Control de clientes Historial de pedidos Información sobre productos disponibles Localización de clientes potenciales	Más canales de comunicación Menores costos de transacción Ampliar horario de atención Mayor gestión Reducción de costos de factoraje Compartir información Interacción constante Estado de las operaciones en tiempo real Mejor gestión de inventarios
<b>Entre áreas o departamentos</b>	Seguimiento del ciclo de producción Área de diseño Planeación de producción Control de inventarios Gestión de mantenimiento de maquinaria y equipo Reportes del personal	Seguimiento del ciclo de producción Área de diseño Planeación de producción Control de inventarios Gestión de mantenimiento de maquinaria y equipo Reportes del personal Control de calidad Contabilidad Nómina

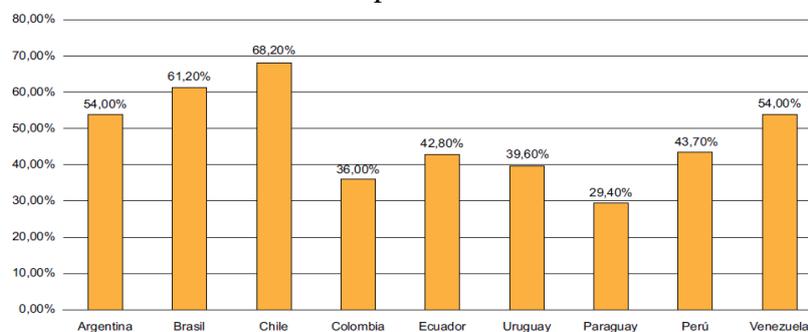
	Control de calidad Contabilidad Nómina	
<b>Proveedores</b>	Gestión de pedidos Facturación Control de proveedores Historial de pedidos Información sobre productos disponibles Localización de nuevos proveedores	Más canales de comunicación Menores costos de transacción Horario de atención Mayor gestión Reducción de costos de factoraje Compartir información Interacción constante Estado de las operaciones en tiempo real Mejor gestión de inventarios

**Autor:** Casalet y Gonzalez(2004)

Por otro lado los países de Brasil y Chile se determinan como uno de los países que presentan una disponibilidad de tecnologías operables, lo que hace de estos lugares pioneros en el uso de las tecnologías en este sector empresarial de cualquier índole haciendo de esto algo netamente innovador.

En el siguiente grafico veremos el porcentaje de páginas web que utilizan las distintas empresas en los diferentes países.

**Grafico 3.** Páginas web utilizadas para promocionar las empresas en los diferentes países.



**Autor:** Arazi y Baralla (2012)

### Conclusiones:

- Se determina mediante lo anteriormente expuesto que los dispositivos electrónicos y las tecnologías de la información son herramientas que permiten mejorar las distintas actividades que se desarrollan en las distintas empresas, las cuales pueden ser herramientas para fines operativos, como recolección de información, pueden ser destinadas a fines administrativos como los sistemas de administración de inventarios, entre otros.

- Para estas situaciones existe un gran número de herramientas tecnológicas disponibles en el mercado, las cuales deben ser tenidas en cuenta y profundamente analizadas por una correcta selección de la tecnología a utilizar.
- Se determina una caracterización de las tecnologías de la información asociadas a la gestión empresarial y administrativa, constatando los distintos aspectos como son las tecnologías asociadas a la captura y transferencia de la información, herramientas destinadas al almacenamiento y recuperación de la información, tecnologías con fines de identificación y entrega de información y por último también las tecnologías utilizadas para la manipulación, administración y reporte de la información lo cual caracteriza esta forma con el propósito de generar una concepción amplia de las tecnologías en la administración y gestión empresarial.
- El uso de las herramientas existentes en el medio tecnológico son y será un aspecto de desarrollo tanto económico, social, y laboral, haciendo de este proceso común a un proceso de mayor eficiencia al momento de desarrollar las actividades laborales dentro de una entidad administrativa y laboral.

#### **Bibliografía:**

- Arango, M., Londono, E., & Zapata, J. (2010). *Arquitectura Empresarial- Una vision general* (16 ed.). Medellin: Universidad de medellin.
- Arazi, M., & Baralla, G. (2012). *www10.iadb.org*. Recuperado el 31 de Noviembre de 2018, de <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2013/>
- Berumen, S. (2007). *Cambio tecnologico e innovacion en las empresas*. Medellin: Esic Editorial.
- Bruque, S., Vargas, A., & Hermnandez, M. (2003). *Determinantes del valor competitivo de las tecnologias de la informacion. Una aplicacion al sector de la distribucion farmaceutica*. Madrid: Revista Europea.
- Canul Canul, D. (20 de octubre de 2018). *slideshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/Ofimaticos/gestin-empresarial-y-10-herramientas-tecnologicas-para-la-gestin-empresarial>
- Casalet , M., & González, L. (2004). *Las tecnologías de la información en las pequeñas y medianas empresas mexicanas*. Acapulco: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales.
- Chopra, S., & Meindl, p. (2008). *Administracion de la cadena de suministro. Estrategia, planificacion y operacion*. Mexico: Pearson Education.
- Delgado Aranda, M., & Simão de Paula , P. (2015). *Empresa y tecnologías de la información: una mirada a Bolivia y América del Sur* (Vol. 10). Buenos Aires, Argentina: Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS.

- Fernandez, G. (2004). *Conocimientos y aplicaciones tecnológicas para la dirección comercial*. Madrid: Esic Editorial.
- Frezelle, E., & Sojo, R. (2007). *Logística de Almacenamiento de Clase Mundial*. Bogota: Grupo editorial Noma.
- Garrido, a., Ferreira, J., & Leitao, J. (2008). *The role of logistics information and communication technologies in promoting comparative advantages of firm*. (Vol. 5). Mexico: The Icfai.
- Goldsby, T., & Martichenko, R. (2005). *Learn six Sigma Logistic. Strategic Development to operational success*. San Antonio: J. RossPublishing, INC.
- GS1 Colomba. (2018). Estandar GS1 Código de Barras. ASPX. Obtenido de <http://www.gslco.org>
- Lethan, L. (2002). Uso del sistema de posicionamiento Global. *Paidotribo Editorial*, 1, 50-65.
- Lira Segura, J. (20 de Octubre de 2018). *gestion.pe*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/son-dispositivos-utilizados-pymes-145794>
- LRM, c. (20 de Junio de 2018). *Irmconsultoriaalogistica.es.blog*. Obtenido de [www.Irmconsultoriaalogistica.es/blog/feed/9-articulos/32-vision-picking.html](http://www.Irmconsultoriaalogistica.es/blog/feed/9-articulos/32-vision-picking.html)
- Marimo, S. (1999). *La sanidad en la sociedad de la informacion: sistemas y tecnologias de la informacion para la gestion y la reforma de los servicios de salud*. Caracas: Ediciones Diaz de Santos.
- Peralta, F., & Vieira, J. (2008). *Information Technology and Communication and Best Practices In It Lifecycle Management, J. Technol. Manag. Innov* (Vol. 3). Orlando: Issue 4.
- Rosettanet. (20 de octubre de 2010). *Rosettanet.org*. Obtenido de [www.rosettanet.org](http://www.rosettanet.org)
- Taylor, G. (2008). *Logistics engineering handbook*. USA: CRC press.
- Vargas, A., Bruque, S., & Hernandez, M. (2003). *Determinantes del valor competitivo de las tecnologias de la informacion* (Vol. 12). Madrid: Revista Europea.

**Para citar el artículo indexado.**

Velasteguí E. , Toaquiza I. (2017). Las herramientas tecnológicas al servicio de gestión empresarial y administrativa. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 45-61. Recuperado desde: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/258/561>



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





Recibido: 13-09-2017 / Aceptado: 05-12-2017 / Publicado: 01-01-2018

## **El marketing digital cultural del Cantón La Maná – Ecuador.**

---

*The cultural digital marketing of the Canton The Mana - Ecuador.*

Velasteguí López Efraín.<sup>8</sup>, Tomalá Pinargote Evelin<sup>9</sup>

**DOI:** <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i4.261>

### **Resumen.**

Cada sociedad tiene su cultura específica, aquí inciden varios aspectos como el medio circulante, la forma de apropiarse de los recursos, etc. En definitiva, lo que permite que haya una cultura particular para cada sociedad, es el hecho de que cada pueblo tiene su historia a lo largo de la cual se conforma su cultura con rasgos propios.

En todos los lugares los hombres tienen que satisfacer ciertas necesidades básicas para subsistir como el alimento, el abrigo, la vivienda, pero estas necesidades no se pueden satisfacer de manera individual sino en grupo. Esto implica el organizarse, el relacionarse con otra persona, otra de las necesidades comunes a todos los grupos es la educación de los niños.

Todos los aspectos comunes en todas las culturas en diversas manifestaciones, se hallan interrelacionados y son coherentes entre sí. Toda cultura tiene un cierto grado de integración y forma un todo. El Marketing Digital, llamado mercadotecnia online, es el uso de Internet y las redes sociales con el objetivo de mejorar la comercialización de un producto o servicio. Es importante anotar que el marketing digital es un complemento del marketing tradicional no un sustituto.

Hoy el marketing online se está moviendo cada vez más hacia la personalización, es decir, entregando el mensaje correcto a la persona adecuada en el momento adecuado.

---

<sup>8</sup> Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador, [le.velastegui@uta.edu.ec](mailto:le.velastegui@uta.edu.ec)

<sup>9</sup> Tomalá Pinargote Evelin, Ecuador

## Introducción

Es una forma nueva del marketing tradicional (trasladada al mundo virtual) que se basa en la utilización de los recursos tecnológicos y medios digitales existentes para desarrollar comunicaciones directas, destinadas para conseguir una reacción positiva en el receptor virtual. Para obtener esto, se busca mantener una sólida presencia en medios digitales como internet y aparatos o dispositivos electrónicos tales como computadores y todas sus aplicaciones, tabletas, teléfonos móviles y celulares, tableros digitales, consolas de tv digital, etc., recurriendo al uso de adecuadas estrategias de comercialización. Contrario a lo que algunos podrían pensar, el ámbito del marketing digital está lejos de ser un ámbito sencillo. No trata solamente de creatividad para hacer logos, banners, administrar redes sociales y subir contenidos a la web. Es más complejo y ambicioso que eso.

El marketing digital es un campo muy especial ya que trabaja de la mano con las redes sociales y las personas, fans o posibles clientes y existe la atención al cliente, por medio telefónico, chat online, correo electrónico, facilitando que el cliente no tenga que acudir al mercado habitual a buscar el producto que está buscando.

Existen ventajas y desventajas sobre el marketing digital como podemos mencionar la credibilidad de la marca que acredita a la empresa y al usuario, existen personas que se crean una página web como marketing para estafar a las personas.

## Desarrollo

### EL MARKETING DIGITAL

Según (**Fonseca, n.d.; Editorial Vértice, 2010; Selman, 2017**) aseguran que el marketing digital son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de marketing y alcanzar los objetivos establecidos, también es un mundo fascinante y hasta divertido. Si te gusta el internet y tienes negocios en tu mente podrás aprender a ganar dinero, puede convertirse fácilmente en una plataforma donde podrás impulsar tu vocación con mucha agilidad, este mecanismo confiable te garantizara poder lograr ese objetivo poco a poco e ir ampliando tu mercado a través de las herramientas necesarias. En la actualidad, con las nuevas tecnologías, la información se presenta y se trasmite de forma digital, es decir, a través de sistemas de red que los ordenadores entienden y procesan.

Mi criterio respecto a lo que dicen los autores sobre el marketing digital es el estudio de las técnicas y estrategias desarrolladas en internet para hacer publicidad y vender productos y servicios, logrando alcanzar objetivos establecidos, para destacar un mundo divertido sobre lo que es el marketing digital, puedo decir que se destacan muchos negocios que ahora buscan hacer publicidad sobre sus promociones y productos, logrando llamar la atención de las personas facilitando e impulsando un amplio mercado a través de las plataformas virtuales, estas plataformas deben de tener un fácil manejo para las

---

personas para que lo utilicen con agilidad, debe de ser confiable para que garantice tu amplitud sobre tu mercado, tanto que por medio de la tecnología la información se trasmite de forma digital obteniendo beneficios como reconocimiento de tu empresa, captara clientes, confianza a los clientes, aumentaran sus ventas, podrás competir con distintos tipos de empresas con igual o mayor acogida, no tendrá que gastar en publicidad ya que como es de forma digital no necesita publicidad tradicional.

Ahora el marketing digital es un aporte a la sociedad porque si uno quiere hacer publicidad de su negocio o quiere vender algo lo puede hacer mediante el internet. En este caso vamos a utilizar el marketing digital para promocionar la cultura que existe en el Cantón La Maná.

### Que Ventajas Genera El Marketing Digital

**Tabla # 1: Ventajas del Marketing Digital**

Una de las primera instancia cuando el comprador puede comprar por internet desde cualquier lugar y en cualquier momento y posteriormente su compra será entregada en la comodidad de su domicilio.
La segunda es el ahorro en tiempo y gastos de desplazamiento para adquirir lo que desea.
El tercer aspecto es ampliar un mayor número de opciones, y ampliar la información para la decisión de compra.
El cuarto aspecto es la facilidad que le ofrece al cliente para hacer comparativos y evaluar ofertas.
El quinto aspecto es acceso a un mercado global más diverso con más productos o servicios que no se encuentran a nivel local.
El sexto aspecto es que puede acceder a interactuar con elementos multimedia que le brindan una mejor experiencia y el séptimo aspecto es que gozara de una intimidad en el proceso de compra como no podría hacerlo en una forma presencial.

**Fuente:** <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2815/Vargasharvey2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Elaborado por:** Daniel Vargas

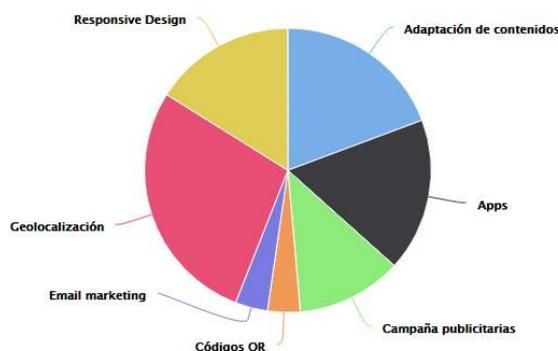
Según mi criterio las ventajas sobre el marketing digital dan la facilidad de realizar consultas online, facilita la comodidad del cliente, permite realizar la búsqueda de información y si no la hay dará referencia de otros productos.

### Encuesta Tendencias de Marketing Digital

Esta encuesta realizada a nivel mundial según la búsqueda, personalización de los contenidos. Los expertos en la materia han sacado su bola de cristal y estos son han sido sus pronósticos. Por eso, antes de que acabase el año la encuesta de tendencias de marketing digital 2018 ha sido la siguiente:

Entre las técnicas en mobile marketing que más despuntarán este año están la geolocalización (28%), la adaptación de contenidos (19,3%), uso de apps (17,4%), el responsive design (16,1%), campañas publicitarias (11,9%), email marketing y códigos qr (3,7%).

**Grafico # 1**



**Fuente:** Tendencias de marketing 2018

**Elaborado por:** Andrés Noren

De acuerdo con la investigación realizada por la Universidad Espíritu Santo (UEES), entre agosto y septiembre de 2017, con base en encuestas a 1.284 personas del país, un 44% reveló que tiene miedo a entregar información personal, y un 30%, a la desconfianza en la forma de pago.

**Grafico # 2**



**Fuente:** El telégrafo

**Elaborado por:** Pablo Cisneros

### Marketing en las redes sociales digitales

Según los autores (**Schwertner, 2017; Ríos, 2013; Rialp, 2013**) afirman que las redes sociales digitales se han convertido en el fenómeno más influyente en la comunicación en las últimas décadas, en ellas se permite y facilita la interacción de la comunidad, ayudando a fomentar la confianza y un sentimiento común entre los miembros, ofreciendo a la gente nuevas maneras de construir y mantener redes sociales, de crear relaciones, de compartir información, de generar y editar contenidos y de participar en movimientos sociales, a través de Internet.

Se puede decir que las redes sociales son consideradas actualmente de gran importancia, tanto para los individuos como para las empresas, ya que apoyan el mantenimiento de los lazos sociales existentes y la formación de nuevas conexiones entre los usuarios. Las empresas, viendo el crecimiento de la actividad de las redes sociales, están comenzando a utilizarlas en su estrategia de marketing debido al bajo costo de uso y su popularidad, siendo utilizadas para la construcción de marca y para medir la reputación de las relaciones con los clientes.

**Grafico # 3:** Redes sociales y su importancia para el marketing digital



**Fuente:** <https://www.pentagrama.mx/blog/redes-sociales-marketing-digital>

**Elaborado por:** Pentagrama

(Recuero, 2016; Fonseca, n.d.; Mariñelarena, 2017) afirman que los portales corporativos en Internet son “sitios web que persiguen el objetivo de ofrecer a los usuarios un punto de acceso e información a los diversos servicios y/o productos que comercializa una empresa”.

Estos espacios cumplen tres funciones diferenciadas: publicitaria, comercial y de producto. La primera de ellas supone la posibilidad de emplear el espacio web como una herramienta de comunicación, actuando como soporte para anuncios y acciones en formatos distintos. Desde su finalidad comercial pueden emplearse como escaparate de los productos ofertados e incluso facilitar su compra a través de herramientas de comercio electrónico. Finalmente desarrollan una función de producto, en cuanto que estos portales son un servicio más ofertado por la empresa que, por tanto, debe competir con el resto de páginas web disponibles en Internet.

Se señala los requisitos que debe cumplir un sitio web en la actualidad: usabilidad, indexabilidad, sociabilidad, compatibilidad y accesibilidad. La usabilidad se refiere a la “disciplina que estudia la forma de diseñar sitios web para que los usuarios puedan interactuar con ellos de la forma más fácil, cómoda e intuitiva posible”. Para garantizar este requisito, se tienen que cumplir cinco factores:

- Facilidad de aprendizaje: indica el tiempo que tarda un usuario, que nunca ha visto una interfaz, en aprender a usarla correctamente y realizar las operaciones básicas.
- Facilidad y eficiencia de uso: determina la rapidez con que se pueden desarrollar las diferentes tareas, una vez se ha aprendido a utilizar el sistema.
- Facilidad de recordar cómo funciona: se refiere a la capacidad de recordar las características y forma de uso de un sistema para volver a utilizarlo en el futuro.
- Frecuencia y gravedad de errores: plantea toda la ayuda que se le ofrece a los usuarios a modo de apoyo ante los errores que pudieran cometer al usar el sistema.
- Satisfacción subjetiva: indica lo satisfechos que quedan los usuarios al emplear el sistema, como fruto de su facilidad y simplicidad de uso.

Por su parte la indexabilidad de un sitio web, es la facilidad que tienen los buscadores como Google de encontrar la página y rastrear todo su contenido. Como norma general, se entiende que un portal es indexable si los buscadores son capaces de encontrarlo entre todos los espacios disponibles en Internet.

Mi criterio sobre los portales corporativos es que consiste en interactuar, comunicar e integrar al usuario con la empresa, con el fin de facilitar y visualizar los productos que se van a ofrecer de manera directa e indirecta hacia los usuarios, al igual que puede tener una comunicación personalizada entre el usuario y la empresa por medio del portal web. También se puede proveer la información necesaria del producto, en este caso sería información sobre la cultura que existe en el Cantón La Maná, beneficiando a la sociedad con la tecnología, unificando el acceso de los recursos de la información de forma sencilla, unificada y segura. Existen beneficios de tener el portal corporativo como es optimizar la información entre el usuario y la empresa, colabora incrementando productos para el usuario, incrementa la creatividad e innovación, facilita al usuario el aprendizaje de cómo funciona el portal, determina la rapidez con que se pueden desarrollar la compra y venta de los productos.

### **Recurso Cultural**

Según (**Zaragozá, 2016; Cuadrado, 2011; Kline, 2003**) indican que un recurso cultural patrimonial debe pasar por un proceso de transformación para convertirse en un producto turístico, ya que debe convertirse en un bien que pueda ser consumido por los visitantes. En la actualidad, la utilización del marketing digital se plantea imprescindible para cualquier organización posibilitando múltiples opciones de autogestión para las organizaciones culturales, y se plantea un acercamiento de consumo cultural como plataformas de consumo colectivo alternativas a los canales comerciales. También aseguran que la cultura es equivalente de cultivo, se refiere a actividades del campo, al trabajo en la tierra para obtener de estas los frutos deseados, también está basado en la explotación del suelo. Durante muchos años, la cultura ha mirado hacia otro lado en lo que a las Nuevas Tecnologías se refiere, creyendo, erróneamente, que no tenían aplicación en su sector. En los últimos tiempos, por suerte, hemos podido ver cómo numerosos museos, centros de arte, bibliotecas y organismos culturales de todo tipo están incorporando nuevas funcionalidades y aplicaciones sociales (blogs, wikis, RSS, Twitter, etc.) a sus sitios web con el fin de establecer mejores canales de comunicación con su público objetivo, al mismo tiempo que se intenta atraer a nuevos asistentes.

Con respecto al contenido de los autores, mi criterio, es que actualmente, no hay institución cultural que no tenga presencia en redes sociales ni utilice alguna herramienta de comunicación digital, se ha conseguido ver la importancia de este tipo de canales para impactar, desgraciadamente, existe las entidades que gestiona su presencia en Internet a través de unos sitios web muy tradicionales, con escasa interacción con el visitante, falta de conexiones con otras webs, pocas actualizaciones. No basta con crear un perfil en Facebook o Twitter en el que se puede anunciar cada una de las actividades; hay que ir más allá y generar nuevos contenidos que llamen la atención y atraigan a nuevos visitantes. Debemos entender que la cultura necesita del marketing; no para definir qué mostramos, sino para conocer cómo estamos llegando al público, saber si estamos

---

ascertando en nuestro mensaje y evaluar el impacto de las diferentes iniciativas que desarrollemos, a fin de conocer mejor a nuestra audiencia y poder mejorar su experiencia.

Podemos promocionar la cultura por medio de las necesidades del consumidor. Incluso cuando se trata de cultura, el público puede demandar algo en especial; como conciertos de su banda preferida, algún tipo de literatura o incluso eventos especiales.

Hoy en día, este tipo de marketing cuenta con muchas más importancias de la que te imaginas. Basta con ver a nuestro alrededor y darnos cuenta de que prácticamente, todos los aspectos de la cultura son comercializables. Incluso los movimientos culturales, que en principio pareciera que escapan a todo esto, se aprovechan para venderle algo nuevo a la gente.

Lo que se pretende es promocionar la Cultura del Cantón la Maná como son:

- Artes escénicas: se agrupan aquí todas aquellas formas de expresión artística que se desarrollan ante público en directo. Tradicionalmente engloban el teatro, la música y danza, realizadas en un espacio dedicado en exclusiva a la práctica artística.
- Música: consiste en una disciplina que incluye, en su definición, dos elementos: el material acústico y el ideal intelectual.
- Festividades: La fiesta de culturización del Carnaval, Cantonización que el cada 19 de Mayo, Fiesta de la Virgen del Cisne, también queremos que no se pierda es la festividad del día de la Raza.

La Casa de la cultura debería de realizar más marketing sobre dichos cursos para que asistan más niños, jóvenes a desarrollar las actividades como son la danza, música, artes populares, dibujo y pintura.

### **Marketing Cultural**

(Cantos, 2016; Gómez, 2007; López, 2017; Morales.) indican que se involucra la gestión de "marketing" como una de las bases para crear y mantener organizaciones culturales; o dicho en otras palabras, aquellas que se dedican a recrear y entretener utilizando las artes escénicas. Es una versión o adaptación del "marketing" (tan ampliamente aplicado en otras industrias) al arte y la cultura.

Según mi criterio el marketing cultural es el proceso que se desarrolla en las organizaciones culturales para facilitar el intercambio de sus grupos que participan en el proceso de creación sobre la cultura de alguna ciudad, el arte representa la escenografía de cómo son las personas, sus raíces, sus costumbres, también están en constante

búsqueda de propuestas innovadoras que generan nuevos canales de comunicación con la sociedad, para así incitar a que el público se abra al panorama cultural.

### Planificación Estratégica De Marketing En La Organización Cultural

Desarrollar estrategias de marketing en el mercado actual del ocio requiere mucho más que buenas ideas: requiere pensar estratégicamente, y para ello, resulta indispensable tener una visión amplia de la organización: cuáles son sus objetivos, sus necesidades, sus puntos fuertes y sus puntos débiles.

**Grafico # 4** Pasos para la planificación



**Fuente:** Manual de Marketing y Comunicación Cultural

**Elaborado por:** Antonio Leal

El marketing cultural tiene como objetivo aumentar los espacios de difusión, informar e incitar al consumo de eventos y actividades culturales, sensibilizar socialmente a la audiencia y atraer nuevos consumidores.

Debemos considerar los siguientes consejos:

**Tabla # 2:** Consejos

El proyecto cultural debe verse como un producto a ofertar en el mercado y para el cual existe un consumidor.	Establecer el tipo de público al que ira dirigido el producto mediante su edad, genero, ingresos y escolaridad.
Estudiar a la competencia permitirá conocer sus características para así definir las ventajas sobre ellos a través de un valor agregado.	Identificar los medios de consulta de cartelera del público objetivo como: redes sociales, revistas, sitios web, etc.

Capturar interés de la audiencia por medio de una campaña de promoción del producto realizada con base en su estilo de vida y características.	Formar alianzas estratégicas con otras organizaciones culturales, sector privado y marcas que estén acorde con la propuesta para lograr auspicios o donaciones.
--	---

**Fuente:** Merca2.0,

**Elaborado por:** Gestipolis

### **El producto**

(Galindo, 2007; Editorial Vértice, 2008; Serrano, 2005) Aseguran que el producto es el corazón del marketing, porque sin producto no hay nada que intercambiar y por lo tanto, no habría función comercial, también dicen que es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio También indican que el precio es la cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio. Y que las variables inclusivas de estos elementos desde que un consumidor se entera de nuestra oferta (comunicación), entra en un punto de venta (distribución).

Con respecto al contenido de los autores, mi criterio es que si no hubiera innovación de los productos se perdería el entorno del marketing, por que el producto es algo que se ofrece al mercado para que el consumidor los pueda obtener para el uso de consumo ya sea mínimo o masivo, el producto es la oferta con que una empresa satisface las necesidades de los clientes, teniendo en cuenta que existe competidores que ofrecen el estos productos con un bajo valor por lo que el cliente se decide a comprar sin verificar el tipo de confiabilidad. Los productos pueden ser entregados por medio de courier, también pueden ser entregados personalmente si es el cliente es de la misma ciudad de donde se ofrece el producto. Debemos tener en cuenta que ahora existe la facilidad de trabajar con dinero electrónico o por medio de paypal o también por medio de tarjetas de créditos, para realizar las transacciones asi se agiliza la entrega y recepción del producto, se evita que el cliente asista a una entidad bancaria.

## Bibliografía

- Alex Schwertner. (2017). Papel de las Redes Sociales en el Marketing Digital. Retrieved November 4, 2018, from <https://www.tree.com.py/blog/el-papel-de-las-redes-sociales-en-una-estrategia-de-marketing-digital>
- Alexandre Fonseca. (n.d.). *Marketing Digital en Redes Sociales: Lo imprescindible en Marketing Online ...* - Alexandre Fonseca - Google Books. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=ibBEBAAAQBAJ&dq=marketing+digital&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=ibBEBAAAQBAJ&dq=marketing+digital&source=gbs_navlinks_s)
- Belío Galindo, J. L. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca : cómo afrontar una guerra de precios*. Wolters Kluwer España, S.A. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=mPzF\\_KH0CK0C&dq=producto&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=mPzF_KH0CK0C&dq=producto&source=gbs_navlinks_s)
- Cantos, M., Antonio, C., & Rueda, J. G. (n.d.). Manual de marketing y comunicación cultural. Retrieved from [http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural\\_web.pdf?hash=0b6ef04db892fdfdb5ec0d46142a0cbc&idioma=EU](http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=0b6ef04db892fdfdb5ec0d46142a0cbc&idioma=EU)
- Cuadrado García, M., Campos, D., & Universitat Oberta de Catalunya. (2011). *Mercados culturales doce estudios de marketing*. UOC. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=1OlgMFp8g7cC&dq=marketing+digital+en+la+cultura&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=1OlgMFp8g7cC&dq=marketing+digital+en+la+cultura&source=gbs_navlinks_s)
- Daniel, H., Vargas, C., & De Empresas, A. (n.d.). *MARKETING DIGITAL UNA ESTRATEGIA GENERADORA DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL BIG DATA CENTER BARCELONA*. Retrieved from <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2815/Vargasharvey2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Daniela Ríos. (2013). El marketing en las redes sociales. Retrieved from [http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v1n6/v1n6\\_a10.pdf](http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v1n6/v1n6_a10.pdf)
- Editorial Vértice. (2008). *Política de producto*. Vértice. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=28RIU5MUzIUC&dq=producto&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=28RIU5MUzIUC&dq=producto&source=gbs_navlinks_s)
- Editorial Vértice. (2010). *Marketing digital*. Vértice. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=qdGjYHkGB1UC&dq=marketing+digital&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=qdGjYHkGB1UC&dq=marketing+digital&source=gbs_navlinks_s)
- Felipe Uribe Saavedra, Josep Rialp Criado, J. L. A. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. Retrieved October 28, 2018, from <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v26n47/v26n47a09.pdf>

- Gómez Ramírez, C. (2007). Marketing Cultural. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/206/20606007.pdf>
- Habyb Selman. (2017). *Marketing Digital - Habyb Selman - Google Books*. IBUKKU. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=kR3EDgAAQBAJ&dq=marketing+digital&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=kR3EDgAAQBAJ&dq=marketing+digital&source=gbs_navlinks_s)
- Josep Lluís Zaragoza, Nuria Recuero Virto, Francis Blasco López, J. G. de M. M. (2016). *Marketing del turismo cultural*. ESIC. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=mSH4DAAAQBAJ&dq=marketing+digital+en+la+cultura&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=mSH4DAAAQBAJ&dq=marketing+digital+en+la+cultura&source=gbs_navlinks_s)
- Kline, S., Dyer-Witthof, N., & De Peuter, G. (2003). *Digital play : the interaction of technology, culture, and marketing*. McGill-Queen's University Press. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=VRJoRICMbzYC&dq=marketing+digital+en+la+cultura&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=VRJoRICMbzYC&dq=marketing+digital+en+la+cultura&source=gbs_navlinks_s)
- López Mariñelarena Estibaliz. (2017). *Marketing cultural*. IC Editorial. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=ykYnDwAAQBAJ&dq=marketing+digital+en+la+cultura&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=ykYnDwAAQBAJ&dq=marketing+digital+en+la+cultura&source=gbs_navlinks_s)
- Morales, A. F. (n.d.). *marketing cultural claves y nuevas tendencias*. Retrieved from <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/5661/mccynt.pdf?sequence=1>
- Serrano Gómez, F., & Serrano Domínguez, C. (2005). *Gestión, dirección y estrategia de productos*. ESIC Editorial. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=-PNSJ9Z-\\_cC&dq=producto&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=-PNSJ9Z-_cC&dq=producto&source=gbs_navlinks_s)

Para citar el artículo indexado.

Velasteguí E. & Tomalá E. (2017). El marketing digital cultural del Cantón La Maná – Ecuador. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 62-74. Recuperado desde: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/261/564>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia 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