

**VOL. 1 NÚM. 1 (2017):
TURISMO & AVENTURA**

**REVISTA
CIENTÍFICA**

Explorador Digital

Educación,
Humanidades y Arte,
Servicios

EDUCACIÓN

Formación de personal docente y
ciencias de la educación

HUMANIDADES Y ARTES

Artes & Humanidades

SERVICIOS

Servicios personales
Servicios de transporte
Protección del medio ambiente
Servicios de seguridad

Turismo & Aventura

ED Explorador
Digital

Editorial & Revistas
Consortiadas

Ciencia
Digital
future

Ciencia
Digital

Visionario
Digital

REVISTA EXPLORADOR DIGITAL

La revista Explorador Digital es una revista científica evaluada por pares permitiendo la divulgación de investigación en áreas de **Educación, Humanidades y Arte & Servicios**, se publica en formato digital trimestralmente.

Misión

Explorador Digital es una revista científica de relevancia académica e investigativa, que tiene como fin la evaluación y la difusión de nuevo conocimiento científico de alta calidad, fruto de la investigación de docentes, estudiantes y profesionales, con criterios de excelencia académica, científica e investigativa que demanda la comunidad científica y la sociedad en general.

Visión

En el mediano plazo ser una revista reconocida por la comunidad científica, nacional, por sus publicaciones de relevancia y pertinencia con énfasis en las Ciencias de la Educación y Turismo, además en ese periodo se deberá formar parte de las bases bibliográficas más reconocidas en las áreas mencionadas.

Valores

EXPLORADOR DIGITAL se compromete a cumplir con los siguientes valores que permitirán desarrollar de manera objetiva el fin de la gestión en la academia e investigación:

- Imparcialidad: Selección de los artículos científicos a publicar con alto criterio de responsabilidad y equidad, sin favorecer a algún investigador.
- Veracidad: Las investigaciones a publicar que serán tomadas en cuenta y revisadas para verificar la veracidad de los datos que se presentan, de la misma manera es de estricta responsabilidad la información que presentan los autores.
- Compromiso: Encaminar a las investigaciones presentadas en la revista, su divulgación pertinente, con el fin de dar a conocer a la comunidad científica la calidad de los artículos científicos.

ISSN: 2661-6831 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 EXPLORADOR DIGITAL



DrC. Efraín Velasteguí López PhD.¹

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

Contacto: Explorador Digital, Pichincha 2 y los Incas Conjunto Brisas de Cristal,
Ambato- Ecuador

Teléfono: 0998567370

Publicación:

w: www.exploradordigital.org

w: www.cienciadigitaleditorial.com

e: pablovelastegui@cienciadigital.org

Director General

M.Sc. Pablo Homero Velasteguí L.

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

DrC. Efraín Velasteguí López PhD.¹

EDITORIAL REVISTA EXPLORADOR DIGITAL

TABLA DE CONTENIDOS

Tema	Paginas
El avance tecnológico y su impacto en la educación inicial. Efraín Velasteguí López	5-16
El reciclaje de vidrio y sus beneficios en el medio ambiente. Tatiana Carrasco R.	17-27
Contribución de la gastronomía típica al desarrollo turístico del destino Cuba Julia María Espinosa Manfugás, Beatriz Romaní Bendig, Laura Hernández Navarrete, Rocío Arias Rodríguez	28-38
Estudio para la creación de un restaurante polifuncional del sector turístico como alternativa dinamizadora de la economía en cantón Pedernales. Vladimir Álvarez Ojeda, Evelyn Fernanda Alcívar Barreno	39-60
Estrategias para el desarrollo sostenible y sustentable del Geoparque Imbabura, Ecuador. Adelfa María La Serna Gómez, Bertha Soraya Rhea González, Yoarnelys Vasallo Villalonga	61-70

Recibido: 13-04-2017/ Revisado: 17-05-2017/Aceptado: 09-06-2017/ Publicado: 01-07-2017

DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i1.314>



El avance tecnológico y su impacto en la educación inicial.

Technological advance and its impact on early education.

Efraín Velasteguí López. ¹

Resumen.

La educación inicial y sus avances tecnológicos en el Ecuador ha desempeñado gran potencial en los niños con un 23.9% en la educación inicial, 12,3% en los adultos y esos no dejan con un 4,8% en la educación superior. Estos datos nos reflejan como los avances tecnológicos han venido revolucionando a nivel académico.

Por ese motivo la tarea docente implica identificar las capacidades que los nativos digitales necesitan para ser eficaces en esta nueva cultura o modo de ser; recreando metodologías y materiales basados en entornos digitales, aprovechando al máximo su eficacia, pero conservando nuestra humanidad.

La educación inicial tiene un conjunto de prácticas pedagógicas innovadoras que se han ido consolidando a lo largo del tiempo. En tal sentido, la integración de las nuevas tecnologías a los procesos educativos con los niños pequeños constituye un reto y una oportunidad para modelar y optimizar nuestra práctica docente, respondiendo a la adaptación más rápida e importante que ha experimentado el cerebro en miles de años de evolución.

Es importante analizar el carácter que las personas y, como tales, también los maestros y los niños establecen con las tecnologías. Cada vez que las usamos para modificar un estado de cosas, a su vez somos modificados por ellas. Por tanto, a jugar con nuevas tecnologías, también se aprende.

Palabras claves: Impacto, avances tecnológicos, educación inicial.

Abstract.

Initial education and its technological advances in Ecuador have played great potential in children with 23.9% in early education, 12.3% in adults and those do not leave with 4.8%

¹ Ciencia digital, Ambato, Ecuador, luisefrainvelastegui@cienciadigital.org

in higher education. These data reflect how technological advances have been revolutionizing at the academic level.

For this reason, the teaching task involves identifying the capabilities that digital natives need to be effective in this new culture or way of being; recreating methodologies and materials based on digital environments, making the most of their effectiveness, while preserving our humanity.

Initial education has a set of innovative pedagogical practices that have been consolidated over time. In this sense, the integration of new technologies to educational processes with young children is a challenge and an opportunity to model and optimize our teaching practice, responding to the most rapid and important adaptation that the brain has experienced in thousands of years. Evolution.

It is important to analyze the character that the people and, as such, also the teachers and the children establish with the technologies. Every time we use them to modify a state of things, in turn we are modified by them. Therefore, to play with new technologies, you also learn.

Keywords: Impact, technological advances, initial education.

Introducción

La educación

No podríamos desarrollar este trabajo sin dejar claro el concepto de educación que no es más que un proceso permanente e integral de interacción mediante el cual hay un aprendizaje individual y/o grupal. También se define como un proceso formativo, que prepara para asumir conocimientos y orienta hacia una visión crítica y transformadora, pero en realidad es el acto en que los sujetos aprenden a aprender; se refiere a la creciente autonomía de las personas” a adquirir conocimientos.

Según: Desevilla A. 2017., Martinez J. 2016., Reyes M. 2016., Rowan C. 2018., Rodriguez I. 2017& Sigdel S. 2017 Afirman: La tecnología forma parte ya de nuestra cultura y algunos niños se encontrarán por primera vez con el texto escrito a través de la televisión, el ordenador o los teléfonos móviles, artefactos que forman ya parte de la cultura popular en nuestro país. Aunque existen en el mercado una gran variedad de productos destinados a niños de preescolar que incorporan aspectos tecnológicos, como teclados musicales, grabadoras, juguetes programables y controlados por radio, controles remotos, teléfonos, televisiones, el objetivo de este texto es centrarse en la utilización del ordenador. A partir de este reconocimiento se propone a los agentes educativos generar “espacios educativos significativos”, entendidos como ambientes de aprendizaje estructurados, retadores y generadores de múltiples experiencias que favorecen en niños y niñas la construcción de nuevos conocimientos.

“La tecnología en la educación cada día avanza más y más, que para los niños hoy en día el manejo de la electrónica se le hace sencilla manejarla, cada institución en la educación inicial han desarrollado el sistemas de enseñanza avanzada gracias a los avances tecnológicos en la educación inicial. Los niños desarrollan competencias como la

creatividad gracias al acceso que tienen a diferentes herramientas tecnológicas, con el fin de proponer metas deseadas en la educación infantil. ”

La revolución digital y tecnológica está transformando todos los sectores de la sociedad, incluido el de la educación. Estamos inmersos en lo que ya se denomina Cuarta Revolución Industrial, una transformación para la que, más temprano que tarde, habrá que adaptarse y formarse para poder ejercer profesiones que, en la actualidad, ni siquiera existen. Para afrontar esta nueva realidad digital, es imprescindible transformar el modelo educativo y asentarlos sobre unos cimientos basados en la innovación y la tecnología.

Grafico 1: Educación inicial y sus avances tecnológicos.



Autor: Natalie Liñayo

Fuente: https://sites.google.com/a/correo.unimet.edu.ve/2-equipo-4-eac-14152-ftce04/_/rsrc/1425952866280/home/impacto-de-las-tic-en-el-sistema-de-educacion-preescolar-en-euu/TIc%20y%20preescolar.jpg?height=239&width=320

Hoy las familias son diferentes. La influencia de la tecnología en una familia del siglo XXI está fracturando su base y causando una desintegración de los valores fundamentales que hace tiempo eran el tejido que las unía. Los padres tienen que hacer juegos malabares con la escuela, el trabajo, la casa y la vida social, y dependen enormemente de las tecnologías de la comunicación, la información y el transporte para lograr unas vidas más rápidas y eficientes. Las tecnologías del entretenimiento (televisión, internet, videojuegos, iPads, teléfonos móviles) han avanzado con tal rapidez que las familias

apenas se han dado cuenta del enorme efecto y los grandes cambios que han supuesto en su estructura familiar y su estilo de vida.

Mientras más temprano se inician los niños en el uso de tecnologías digitales, menos se desarrollan habilidades sociales tales como la capacidad de leer la mente del otro a través de la mirada, la lectura de claves no verbales, la pragmática (adecuar con rapidez la conducta al contexto), la empatía y la atención espacial (recoger velozmente datos del contexto). En la actualidad la forma de enseñar se ha ido complementando con ayuda de los medios tecnológicos que están al alcance de las instituciones educativas, además puede observarse un interés innato por parte de los niños para utilizar estos medios.

Grafico 2: Influencia de la tecnología en los niños



Autor: Rowan, 2018

Fuente: https://www.huffingtonpost.es/cris-rowan/influencia-de-la-tecnologia-ninos_b_4043967.html

“Los niños en edad escolar son los que más utiliza y disfrutan las nuevas tecnologías, favorecen los de los dispositivos preferidos como teléfono celulares reproductores ya que son fácil de usarlo.”

Grafico 3: Actualidad de la tecnología en la educación.



Autor: Monserrat García

Fuente: <http://3.bp.blogspot.com/-ZcTWCKrXKq8/UEIZF9iVfTI/AAAAAAAAAAMA/6Vu7L0NtExY/s400/ipad+en+la+edu.jpg>

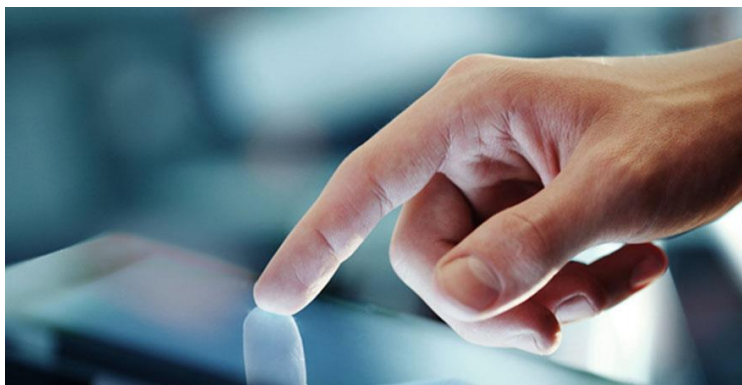
Según García M. 2013., Fernandez R. 2015., Huidribo J. 2018., Jarvis E. 2017., Muntz A. 2017 & Rosa A. 2016 afirman: Hoy en día, la tecnología está en todas partes y durante los próximos años la inteligencia artificial continuara desarrollándose, creando unos sistemas de reclutamiento más transparentes, eficientes e inteligentes. También seguirán y desaparecen otros que quedaras obsoleto, junto con la demografía y la

globalización, la tecnología es una de las tres tendencias que redefine los mercados de trabajo.

“En los últimos años, la evolución se ha visto deslumbrado por la aparición de las tecnologías de la información la actividad tecnológica se ha convertido en la mayor influencia de las personas en todo el mundo gracias a los avances tecnológicos que ha impactado.”

Definimos tecnología como el conjunto de procedimientos y recursos de gran complejidad y sofisticación que caracterizan a la técnica desde el siglo XVIII la diferencia fundamental respecto a la técnica es la aplicación de las teorías de los avances tecnológicos. La tecnología ha invadido todos los ámbitos de nuestra existencia. Esto ha puesto que la sociedad en la que vivimos se caracterice por un rasgo fundamental. Dominada por una omnipresencia.

Grafico 4: Tendencia Tecnológica



Autor: (Muntz, 2017)

Fuente: <https://www.randstad.es/tendencias360/el-impacto-de-la-tecnologia-es-mayor-de-lo-que-imaginas/>

Actualmente, la tecnología ha penetrado en todas las sociedades, formando parte consustancial de ellas y, básicamente, uno de los mayores cambios que ha introducido es el de facilitar la comunicación interpersonal, con dispositivos y entre ellos, y un acceso rápido e instantáneo a la información, se esté donde esté.

La llegada de la tecnología a la vida de los seres humanos genero múltiples cambios: las relaciones sociales. En la era de la inmediatez y la información, la tecnología se convirtió en protagonista de diferentes experiencias de los seres humanos. Está presente en las relaciones sociales, en la educación y en las jornadas laborales.

Grafico 4: Tendencia Tecnológica en la educación inicial.



Autor: (Garcia, 2013)

Fuente: http://1.bp.blogspot.com/-WWK9LzTXzmY/USVxBbYq44I/AAAAAAAAAA0/fOTPk-2qdj8/s1600/7_g.jpg/

Las practicas tradicionalistas en el nivel preescolar van quedando atrás, ya que el modelo educativo que actualmente se maneja por disposición oficial educativa tiene un carácter flexible, por lo que para favorecer las competencias en los niños, los docentes pueden idear y crear situaciones didácticas innovadoras en las modalidades de implementación de proyectos, talleres, etc., en donde cada vez más se observa el uso de tecnologías de uso habitual por los niños.

Grafico 5: Avances Tecnológica en la educación inicial.



Autor: Educación inicial

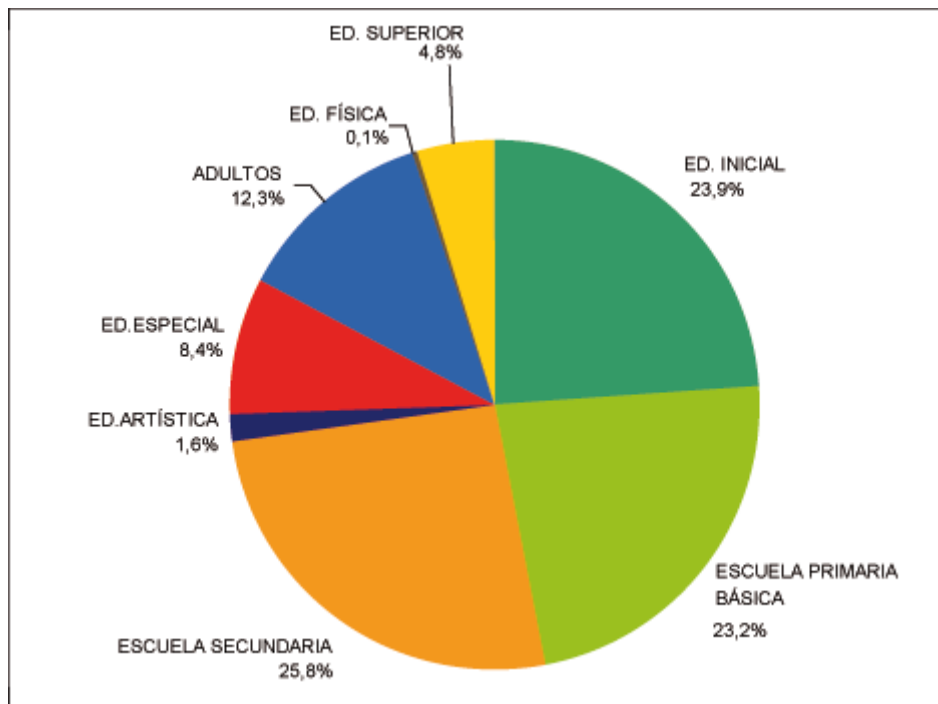
Fuente: http://2.bp.blogspot.com/-HfCX3_-ErX0/UR2gyAM_Q3I/AAAAAAAAABE/96RcIaY1Sz8/s1600/%C3%ADndice.jpg.

Gracias al alto crecimiento tecnológico en las últimas décadas en la sociedad, tras una larga trayectoria de innovaciones y adaptaciones tecnológicas, la tecnología se ha convertido en objetos de interés para el diseño en las instituciones educativas.

La observación del entorno que nos rodea ha sido una constante en la condición humana y, como resultado que ha permitido estructurar un amplio campo de conocimiento en el mundo cultural de las sociedades en función del avance tecnológico.

“En el mundo que vivimos hoy, las tecnologías en la educación inicial se han convertido en unos de los mayores factores más relevantes en cuanto el uso institucional educativas y muchas personas que puede hacer uso de la tecnología solo piensa en intente mas no en sus herramientas y ventajas tecnológicas que sirven para el manejo de la información, también la tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos para un mayor aprendizaje en la vida estudiantil, empezando desde el inicio con las avances tecnológico en la educación inicia así fortalecer sus conocimiento gracias a las avances tecnológico en la educación.

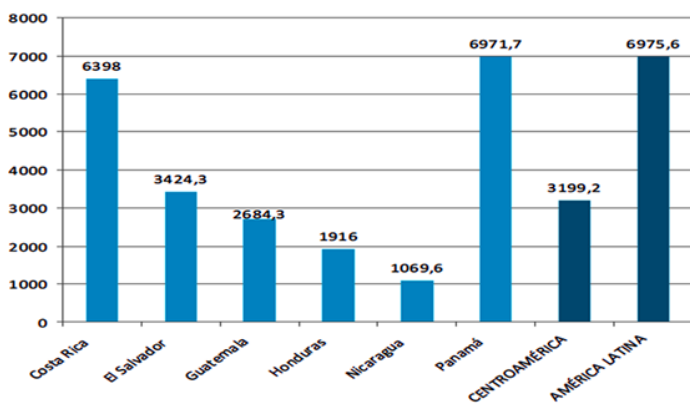
Tabla 1: De datos estadísticos de educación



Autor: Elaboración propia

Fuente: <http://www.estadistica.laplata.gov.ar/paginas/matricula.htm>

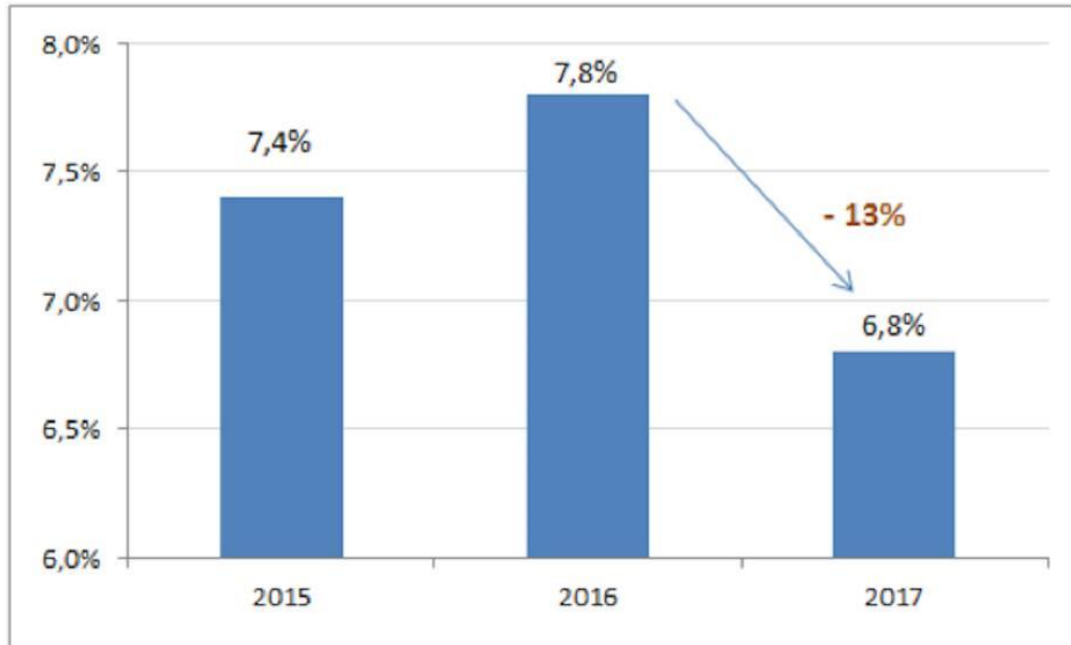
Tabla 2: datos de educación de los países



Autor: Carlos López

Fuente: <https://www.monografias.com/trabajos98/estudio-comparativo-sistemas-educativos-centroamerica/estudio-comparativo-sistemas-educativos-centroamerica.shtml>

Tabla 3: porcentajes de educación



Autor: Aurosa Santiago

Fuente:

https://elpais.com/elpais/2017/09/27/contrapuntos/1506477786_010901.html

Según Castillo L. 2013., Riuz F.2015 & Martínez J. 2011 Afirman: Las nuevas tecnología de información y comunicación además del desarrollo del aprendizaje en la educación inicial, tomando en cuenta el avance asombroso de las tecnologías su relación directa entre esta y el surgimiento de estrategias para la operacionalización niños/as con gran potencial, en virtud, de la inexistencia de trabas mentales entre el conocimiento. Y las nuevas tecnología se ha logrado un cambio social, los cuales a la vez un conjuntos de innovaciones tecnológicas.

“En la actualidad, la relación computadora- niños constituye un debate que genera aun pocas coincidencia debido a que es un tema nuevo sobre el que falta mucho por aprender es una combinación entre lo teórico-práctico para lograr una integración adecuada de las nuevas tecnologías al nivel inicial.”

Las tecnologías de las información y comunicación son una realidad concreta que atraviesa la vida de los sujetos que habitamos las escuelas ya sea forma de teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras portátiles, escritorio, entre otros dispositivos circulan y se utiliza a diario.

Pero que sucede cuando eso dispositivos se instalan como objetos de uso u consumo en colegio, escuela y jardines. Las escuelas es una institución que se encuentra inmersa en

la sociedad y que no permanece ajena a lo que sucede puertas afuera. En la sociedad del presente, los niños son receptores y productores de información, las nuevas y diversas formas pensar en trabajo con la educación inicial es posible si la comprendemos y a las incluimos como un eje transversal en la tarea cotidiana de enseñanzas.

Grafico 6: La educación inicial (TIC)



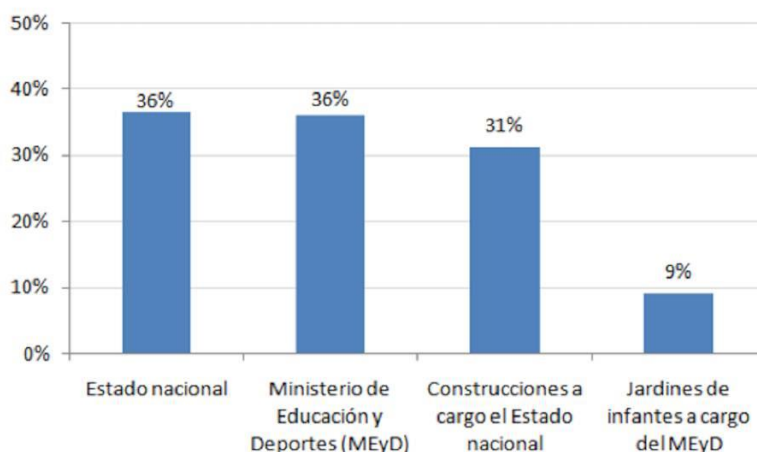
Autor: Educar

Fuente: http://cdn.educ.ar/repositorio/imagen/ver?image_id=d3e377bb-fa5a-4a24-a204-a86165ee47b4

El uso de la tecnología educativas como recurso de apoyo para la educación está enriqueciendo el proceso de enseñanzas tradicional, ya que se ha comprobado que mejora el aprendizaje, además de crea condiciones apropiadas para que el estudiante y el profesor, interactúe dentro de un clima practica- aprendizaje. El mundo tecnológico atrae el interés de los niños, para profundizar y ampliar los niveles del conocimiento.

“Las tecnologías en la educación pasan a ser una estrategia de aprendizaje, es decir un conjunto de procedimientos que el estudiante emplea de forma intencional como instrumento flexible para aprender elocuentemente.”

Tabla 4: Datos de educación



Autor: Pablo Gentili

Fuente: https://elpais.com/elpais/2017/09/27/contrapuntos/1506477786_010901.html

Conclusiones

- En esta investigación realizada acerca del impacto tecnológico en la educación inicial pude apreciar lo que brinda la tecnología en nuestra vida cotidiana, en el mundo de la enseñanza un papel fundamental que posee de acuerdo al uso que le demos.
- El desarrollo tecnológico ha sido una herramienta para el crecimiento de la sociedad en todos los ámbitos que podamos darle uso a las nuevas tecnologías que viene innovando día a día.
- Debido a la carencia de software apto para los niños y niñas costarricenses, que responda a nuestra realidad, es que la segunda experiencia es relevante, donde las docentes de preescolar participan en la elaboración de software que pueden llegar a usar sus alumnos, de forma tal que se hace valer su criterio y experiencia como especialistas en la educación de niños.

Referencias Bibliográficas

- Barcelo, G. (29 de Diciembre de 2017). Impacto de la Tecnología en la Sociedad. Tendencia. Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de https://www.tendencias21.net/fisica/IMPACTO-DE-LA-CIENCIA-Y-LA-TECNOLOGIA-EN-LAS-SOCIEDADES_a15.html
- Castillo, L. (2 de Junio de 2013). Tecnología aplicada. Recuperado el 6 de Noviembre de 2018, de Importacoa de la tecnología en la educación inicial: <http://tecnologiasaplicadaslaurimar.blogspot.com/>
- Desevilla, A. (19 de Mayo de 2017). Los avances tecnológicos revolucionan la educación. Recuperado el 21 de Octubre de 2018, de Abc: https://sevilla.abc.es/conocer/sevi-avances-tecnologicos-revolucionan-educacion-201705191138_noticia.html
- Fernandez, R. (29 de Abril de 2015). Prezi.com. Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de Impacto Tecnológico en el mundo actual: <https://prezi.com/pd1ds1dmlitx/el-impacto-de-la-tecnologia-en-el-mundo-actual/>
- Garcia, M. (27 de Abril de 2013). Tecnología Educativa en Preescolar. Recuperado el 21 de Octubre de 2018, de [preescolarwendymarymonse: http://preescolarwendymarymonse.blogspot.com/](http://preescolarwendymarymonse.blogspot.com/)
- Huidribo, J. M. (15 de Abril de 2018). Los avances tecnológicos y sus impacto e la sociedad. 2cna movilidad. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de <https://www.zonamovilidad.es/noticia/18829/los-avances-tecnologicos-y-su-impacto-en-la-sociedad-lo-bueno-y-lo-malo.html>
- Jarvis, E. (14 de Junio de 2017). BA. Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de Impacto de la Tecnología en el mundo: <http://www.buenosaires.gob.ar/noticias/el-impacto-de-la-tecnologia-en-el-mundo-del-trabajo>

- Martinez, J. (2011). Nuevas tecnología en la educación inicial. Educación Pucp, 20(39). Recuperado el 6 de Noviembre de 2018, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/educacion/article/view/2488>
- Martinez, J. (12 de Enero de 2016). Tecnología en el aprendizaje de los niños. Recuperado el 21 de Octubre de 2018, de [eligeeducar: https://www.eligeeducar.cl/como-afecta-la-tecnologia-al-aprendizaje-de-los-ninos](https://www.eligeeducar.cl/como-afecta-la-tecnologia-al-aprendizaje-de-los-ninos)
- Muntz, A. (15 de Febrero de 2017). Randstad. Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de Impacto de la Tecnología: <https://www.randstad.es/tendencias360/el-impacto-de-la-tecnologia-es-mayor-de-lo-que-imaginas/>
- Paker, C. (2015). LinkedIn. Recuperado el 13 de Octubre de 2018, de [www.linkedin.com: https://www.linkedin.com/pulse/advancement-new-technology-positive-negative-colette-parker](https://www.linkedin.com/pulse/advancement-new-technology-positive-negative-colette-parker)
- Reyes, M. (25 de Abril de 2016). Tecnología y creatividad en niños. Recuperado el 21 de Octubre de 2018, de [palabramaestra: https://compartirpalabramaestra.org/alianza-gimnasio-campestre-compartir/tecnologia-y-creatividad-en-ninos-de-preescolar](https://compartirpalabramaestra.org/alianza-gimnasio-campestre-compartir/tecnologia-y-creatividad-en-ninos-de-preescolar)
- Riuz, F. (18 de Diciembre de 2015). Educar. Recuperado el 6 de Noviembre de 2018, de las TIC en la educación inicial: <https://www.educ.ar/noticias/129250/las-tic-en-la-educacion-inicial>
- Rodriguez, I. (14 de Julio de 2017). impacto de la tecnología en los niños. Recuperado el 21 de Octubre de 2018, de [La nacion: https://www.nacion.com/ciencia/salud/uso-de-tecnologia-en-primera-infancia-si-cambia-desarrollo-del-cerebro-pero-no-necesariamente-para-mal/YE6XNYH435H2BJET7ZRTVPNTCE/story/](https://www.nacion.com/ciencia/salud/uso-de-tecnologia-en-primera-infancia-si-cambia-desarrollo-del-cerebro-pero-no-necesariamente-para-mal/YE6XNYH435H2BJET7ZRTVPNTCE/story/)
- Rosa, A. (2016). Avances de la tecnología en la información. México: Alfa-Omega. Recuperado el 14 de Octubre de 2018, de http://www.aniei.org.mx/Archivos/Memorias/L_Electronico_CNCIIC2016.pdf
- Rowan, C. (19 de Diciembre de 2018). Tecnología en el desarrollo del niño. Recuperado el 21 de Octubre de 2018, de [huffingtonpost: https://www.huffingtonpost.es/cris-rowan/influencia-de-la-tecnologia-ninos_b_4043967.html](https://www.huffingtonpost.es/cris-rowan/influencia-de-la-tecnologia-ninos_b_4043967.html)
- Sigdel, S. (2017). Impact of Technology in Early Childhood. Recuperado el 21 de Octubre de 2018, de [scholarsarchive: https://scholarsarchive.jwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com.ec/&httpsredir=1&article=1055&context=mba_student](https://scholarsarchive.jwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com.ec/&httpsredir=1&article=1055&context=mba_student)
- Tabares, J. Q. (26 de Mayo de 2014). Estudio Sociales de la Tecnología. Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad CTS, 9. Recuperado el 13 de Octubre de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/924/92430866007.pdf>

Para citar el artículo indexado.

Velasteguí E. (2017). El avance tecnológico y su impacto en la educación inicial. *Revista electrónica Explorador Digital* 1(1), 5-17. Recuperado desde:
<http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/314/726>



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





El reciclaje de vidrio y sus beneficios en el medio ambiente.

The recycling of glass and its benefits in the environment.

Dr. Tatiana Carrasco R. ²

Resumen.

El reciclaje es la mejor forma para ayudar al medio ambiente, el hombre se ha convertido en el causante de contaminar día a día el medio en que vivimos, sin darnos cuenta hemos venido matando nuestra naturaleza cada vez más ,ya es hora que tomemos un poco de conciencia y ayudar en algo para recobrar su ambiente, es por ello que esta investigación se hablara sobre el reciclaje del vidrio y como su reusó ayudara al medio ambiente y disminuir un poco la contaminación que se da con el desecho del vidrio ,el reciclaje del vidrio es uno de los más gratificante ya que se puede reciclar al 100% sin desperdiciar nada, incluso existen envases de vidrio que con solo una buena limpieza queda como nuevo y permite volverlo utilizar ya sea en su misma función para la que fue elaborada o en otra que se estime conveniente. El reciclaje del vidrio beneficia tanto al ser humano como al medio ambiente, al ser humano le permite por medio del reciclaje obtener incluso hasta ingresos económicos y al medio ambiente ayudamos a no contaminarlo más, para poder crear conciencia en el ser humano es muy importante hablar del medio que sus y como aporta a la vida del ser humano es por ello que en la investigación se trataran puntos muy importantes sobre lo que es el reciclaje, medio ambiente y el vidrio, además se tratara de hacer ver el aporte que esta da a la naturaleza ,principalmente, el reciclaje de vidrio. Según las estadísticas encontradas Europa es el continente que más recicla en el mundo, España se ha convertido en el país con la tasa de reciclaje más alta, en América Latina el reciclaje aun no es un tema de éxito y mucho menos en nuestro país.

Palabras claves: Beneficios, reciclaje, medio ambiente, cristalización.

Abstract.

Recycling is the best way to help the environment, man has become the cause of pollute every day the environment in which we live, without realizing we have been killing our nature more and more, it is time we take a little of conscience and help in something to recover their environment, that is why this research will talk about the recycling of glass

² Visionario digital, Ambato,Ecuador,tatianacarrasco@cienciadigital.org

and how it reused it will help the environment and reduce a bit the pollution that occurs with the waste of glass, the recycling of glass is one of the most rewarding since it can be recycled 100% without wasting anything, there are even glass containers that with just a good cleaning remains as new and allows it to be used again in its same function for which it was made or in another that is considered convenient. The recycling of glass benefits both the human being and the environment, the human being allows through recycling to obtain even economic income and help the environment not to contaminate it more, to be able to create awareness in the human being it is very important to talk of the medium that their and as it contributes to the life of the human being is for it that in the investigation they will be treated very important points about what is the recycling, environment and the glass, in addition it will try to make see the contribution that this gives to nature, mainly, the recycling of glass. According to the statistics found, Europe is the continent that recycles the most in the world, Spain has become the country with the highest recycling rate, in Latin America recycling is not yet an issue of success, much less in our country.

Keywords: Impact, technological advances, initial education.

Introducción

El vidrio

Según los autores (Isam A.2013, Claudio P.2015, Aguilera N.2015, Schmelzer J.2016, Tórrense R.2015, Mata A.2014)

El vidrio es una mezcla de varias sustancias que no tiene composición constante; ya que varía según el tipo de vidrio. No obstante, está formado principalmente por sílice, He aquí las principales materias primas y el porcentaje aproximado en que cada una entra en la composición del vidrio, fue muy utilizado en las vidrierías de las catedras goticas.La vidrio admite un reciclaje total, y ello significa que se trata de un material ideal para ser reciclado al completo .Además podemos hacerlo tantas veces como queramos sin modificarlo. La industria que se dedicaba a la fabricación del vidrio experimento un gran cambio a partir del primer cuarto siglo XIX. Comenzaron a fabricarse vidrios de alta calidad para ser utilizados en instrumentos ópticos. Se explora la relevancia de los conceptos de fragilidad y dela temperatura de transición vítrea para la compresión de la nucleación cristalina y el crecimiento en líquidos formadores de vidrio .Se muestra que la fragilidad clásica puede ser relevante para la comprensión del comportamiento de cristalización solo si se cumplen varias condiciones. Una característica clave que distingue a la fabricación de vidrio de la fabricación de metal es la ausencia de escoria duradera que ayudaría a localizar los sitios de fabricación de vidrio, y proporcionar pistas sobre las materias primas y las condiciones de fusión. Estos se eliminaron de una u otra durante el proceso y debido a su solubilidad en el agua casi inmediatamente también se perdieron del registro arqueológico. El primer paso en el proceso de reciclado de vidrio es la limpieza. Aunque el vidrio se encuentre mezclado en distintos colores, no influye para la producción de nuevos envases, ya que al vidrio de color, se le trata con decolorante.

Figura 1: El Vidrio



Fuente: <https://cienciatoday.com/fabrica-vidrio-tipos/>

Autor: Elena Verger

El vidrio es un vasto mineral quebradizo que se puede reciclar en su totalidad, está compuesto de varias sustancias no siempre las mismas ya que varía dependiendo de su variedad pero en la mayoría contiene sílice. En el siglo XVIII, comenzaron a elaborar cristales de alta eficacia que se comenzaron a convertir en instrumentos ópticos siempre reflejando la fragilidad en sus productos.

Es un material cristalizado que se ha venido convirtiendo en un objeto muy utilizado en la vida diaria del ser humano, gracia a su elegancia que brinda hace que su demanda crezca cada día más, desde las décadas antiguas ha venido innovando en diferentes colores modelos y estilos haciendo crecer su mercado a nivel mundial.

El vidrio es material de sílice que gracias al calor de un horno se le da las diferentes formas de objetos ,tales como vasos, botella, laminas para ventanas ,puertas vitrinas y demás obras en las que es utilizado, es por ello que se afirma que el vidrio brinda elegancia en la vida del ser humano. Los objetos creados de este material llamado vidrio tienen un lugar muy importante en diferentes lugares del mundo es decir los objetos creados de este material gracias a su elegancia su demanda de obtenerlos crece día tras día se dice que cada persona al menos tiene un objeto que sea de vidrio ya sea un adorno un frasco de perfume o porque no una bebida en su casa o departamento desde la llegada del vidrio que fue antes de Cristo ha venido innovando tanto en la fragilidad como en su color cada las industrias sacan diferentes envases que nos asombran con su presencia y elegancia ,un vaso de vidrio en una mesa es la pieza fundamental ,el obtener un objeto de vidrio se ha convertido en una necesidad humana, no por ser frágil disminuyo su consumo sino que a lo contrario es su fragilidad lo que le da la elegancia necesaria para convertirse en un ente de mucha utilidad.

Medio ambiente.

Según los autores (Melanv V.2014, Martínez M.2014, Barr S. 2016, Islam A.2016, Basterra N.2014, Medina M.2016).

El medio ambiente es el espacio en el que se desarrolló la vida de los seres vivos y permite la interacción de los mismos. Sin embargo este sistema no solamente está conformado por seres vivos, sino que también por elementos abióticos y por elementos artificiales.

Siempre ha sido un tema importante para el desarrollo y sostenibilidad de la calidad de vida de los seres vivos pero si hacemos un análisis detallado del asunto nos podemos dar cuenta que desde el siglo XXI. El medio ambiente y la sociedad exploran formas de promover los cambios de comportamientos necesarios para crear una sociedad sostenible. A través de un enfoque crítico de los vínculos entre sostenibilidad, política y participación ciudadana. Tal integración de los estilos de vida sostenibles probablemente sea el único medio eficaz para involucrar a la mayoría de los ciudadanos en el debate ambiental, dado la gran influencia de la sociedad de consumo aspiraciones y creencias individuales. Millones de toneladas de vidrio residual se generan anualmente en todo el mundo. Una vez que el vidrio se convierte en un residuo, se desecha como vertederos. Lo cual es insostenible ya que esto se descompone en el ambiente. El vidrio está compuesto principalmente de sílice. Un uso de molido el desecho de vidrio en el concreto como remplazo parcial del cemento podría ser un paso importante hacia el desarrollo ambientalmente. En los primeros años del siglo XIX, se otorgaba al ambiente una connotación geográfica, física fue Charles Darwin quien supera esta dimensión del concepto aportando su visión orgánica y enfatizando la importancia de estudiar las interrelaciones entre los ecosistemas. Como unidad funcional los estudios son abordados por otra rama de la ecología que es la sinecología que estudia la dinámica del ecosistema es su conjunto, en sus procesos reguladores.

Figura 2: Medio Ambiente



Fuente: <http://www.resumenlatinoamericano.org/2017/05/18/medioambiente-e-igualdad-social-por-alvaro-garcia-linera/>

Autor: Álvaro García

El medio ambiente es el pasaje en el que se despliega la vida de los seres vivos siempre ha sido un tema muy importante para el desarrollo y sostenibilidad, la sociedad explora forma de promover los cambios necesarios para crear una sociedad sostenible. Es el medio mediante en el cual se desarrolla la vida del ser humano, este tema se ha convertido

en un lema muy común en discursos de políticos en sus campañas confirmando en ayudar a reducir la contaminación que afecta día a día su ecosistema, la contaminación ambiental afecta no solo la vida de todo ser vivo debemos de poner un poco de parte nuestra en ayudar a reducir esta contaminación a nuestra casa, el ser humano se ha convertido en la principal fuente de contaminación ambiental.

Al hablar de medio ambiente estamos haciendo énfasis en todo lo que nos rodea desde un objeto hasta un ser que tiene vida, es el medio en el cual se desarrolla un ser vivo, por ello es muy importante ayudarlo a conservar su naturaleza ya que esta permite dar el oxígeno que el ser vivo necesita a diario ,si no cuidamos nuestro ambiente que es lo nos rodea quien lo hará, una pregunta que debemos hacernos y nosotros mismos responderla, para así llegar a hacer conciencia y dejar de destruirlo, si todos se dedicaran a sembrar un árbol en vez de talarlo y de recoger toda basura que vieran en las calles ayudarían muchísimo a conservar en medio ambiente ya si se pone un granito de arena como se dice comúnmente serviría de mucha ayuda y no tendríamos arrepentimiento en el futuro si no que al contrario nos sentiríamos satisfecho de haber hecho algo por la naturaleza que nos rodea.

Reciclaje de vidrio

Según los Autores (Vigil J.2018, Leonardo 2017, María R. 2014, Gómez A. 2017, Guerrero L.2018, Arias P.2014, Bidegaray I.2018, R del Valle .2017, Cano J.2015, Vikinga. 2014)

El vidrio es el único material que puede ser recuperado en su totalidad. La cultura y la economía de los residuos tienen expresión en este tipo de material formado fundamentalmente por sílices y otras bases. Reciclar vidrio es una buena forma de colaborar en la protección del medio ambiente global, de cada kilogramo de envase de vidrio reciclado se obtiene un kilogramo de nuevos envase. La regla de las tres R de la ecología tiene su origen en una organización no gubernamental Greenpeace y que Japón defendió durante una cumbre del G8 en 2004, esta idea promueve tres pasos básicos para disminuir la producción de residuos y así contribuir a la protección y conservación del medio ambiente. Al apostar por Reducir, Reutilizar Y Reciclar (las 3 R) se trata de cambiar los hábitos de consumo de la sociedad, haciéndolos más responsables y sostenibles. Cuando hablamos de reducir lo que estamos diciendo es que debe tratar de reducir o simplificar el consumo de los productos directos, o sea, todo aquello que se compra y se consume, ya que esto tiene una relación directa con los desperdicios, y a la vez con nuestro bolsillo. Reutilizar es dar un nuevo uso a un material u objeto. Este nuevo uso puede ser el mismo para el cual fue fabricado o puede ser diferente. Reciclar es la R más común y menos eficaz .Se trata de rescatar lo posible de un material que ya no sirve para nada (comúnmente llamado basura) y convertirlo en un producto nuevo. Por ejemplo, una caja vieja de cartón se puede triturar y a través de un proceso industrial o casero convierte a papel nuevo. Lo bueno del reciclaje es que actualmente se puede reciclar casi todo tipo de basura y muchos municipios ya tienen los servicios de reciclaje integrados a su sistema de recolección de basura.

Datos estadísticos del reciclaje a nivel mundial. El 73% del vidrio de Europa se recicla España registra una tasa del 70% superando a grandes potencias como Reino Unido, por primera vez la Europa de los 28 alcanza una tasa de reciclaje del 73%, así lo revelan las

últimas cifras publicadas por la federación Europea de envases de vidrio (FEVE). Con más de 25 mil millones de envases de vidrio reciclados, la industria se mantiene como uno de los mejores ejemplos de economía circular.

Dinamarca, Suecia, Bélgica, Luxemburgo, Austria y Alemania encabezan el listado de países con la mayor tasa de reciclaje de Europa, superando el 90% en todos los casos y alcanzando hasta un 98% en Dinamarca. Por su parte Italia (76%), países bajos (79%) y Malta (21%) han registrado un mayor crecimiento respecto a años anteriores, Europa se ha convertido en el continente con las mayores tasas de reciclaje del mundo. (Cano, 2015)

En América Latina el tema del reciclaje está en pañales. México produce hasta 95.000 toneladas de basura al día reciclando solo un 17.3%. Le sigue Ecuador con 16,8%. Venezuela con un 15%. Colombia 14%, Argentina 11%, Chile 10%, Bolivia 2,8%, y Perú 2%. esto según aproximaciones y datos de las ONG'S y Organizaciones Gubernamentales entre 2011 y 2012. (Vikinga, 2014)

Datos estadísticos del reciclaje en Ecuador a nivel nacional, entre los años 2010 y 2014, se incrementó el porcentaje de hogares que clasificaron residuos inorgánicos. Cabe aclarar que recuperar materiales reciclables disminuye la cantidad de residuos sólidos que se depositan en los sistemas de relleno sanitario, y se prolonga la vida útil de estos residuos. Al disminuir el volumen de los residuos sólidos destinados a relleno sanitario, los costos de recolección y disposición final son enormes. El uso de materiales reciclables como materia prima en la manufactura de nuevos productos ayuda a conservar recursos naturales renovables y no renovables. Dentro de los distintos residuos clasificados en los hogares en el año 2014, el plástico fue el residuo con mayor clasificación (31,48%), en comparación al papel-cartón (20,86%) y el vidrio (12,68).

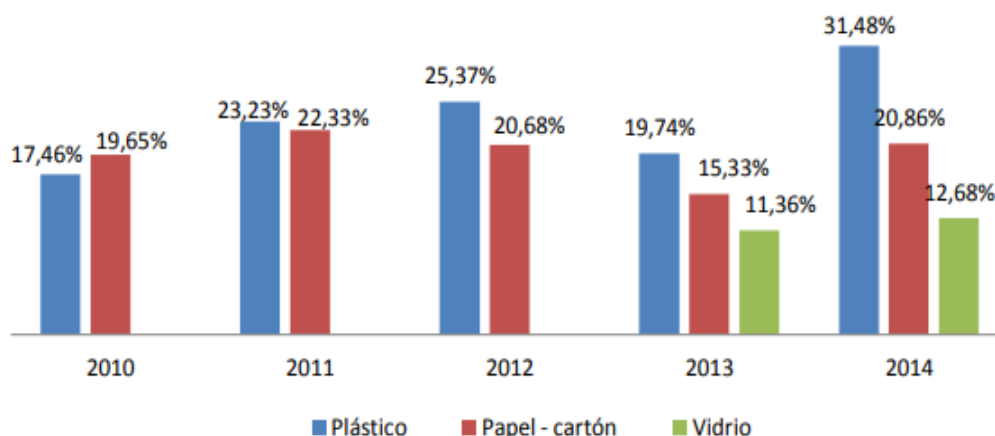
Figura 3: Reciclaje de Vidrio.



Fuente: <https://sustempo.com/reciclaje-vidrio-chile-cristal-esperanza>

Autor: Cristina González

Figura 4: Datos del reciclaje en Ecuador



Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares_2014/Documento_tecnico_Modulo_Ambiental_Hogares_2014.pdf

Autor: Pamela Arias & Marine Seilles

El reciclaje del vidrio se da es su totalidad ya que este permite reciclarse al 100%, este permite realizar actividades económicas, en los últimos años el reciclaje se ha convertido en el principal ingreso económico de muchos hogares a nivel mundial, el reciclaje no solo ayuda económicamente a muchas familias sino que también aporta muy grandemente a nuestro ecosistema ya que se disminuye la contaminación que producen los desechos.

En el Ecuador el reciclaje de vidrio es el más bajo según el censo de estadística del INEC, en el año 2013-2014 fue entre el 11% y 13% lo cual indica que existe un bajo reciclado de vidrio, por lo que hay que trabajar más en concientizar a la gente en el reciclaje de vidrio, ya que este ayuda a disminuir la contaminación que este produce, es para ello que debemos ser más conscientes con la basura que se genera diariamente, y tratar de dar otro uso a las cosas ya que así será una manera de ayudar nuestro planeta. Los desechos arrojados a diario son los principales causantes de contaminación a la naturaleza, aplicando la regla de las tres RRR, ya que su aplicación es de gran utilidad para el medio ambiente.

Según las estadísticas encontradas Europa es el continente con mayor reciclaje a nivel mundial, España el país que más recicla desechos, mientras que en América Latina en el tema del reciclaje aún falta mucho por hacer ya que no se ha convertido en costumbre lo del reciclaje, es decir falta mucho por hacer por nuestro planeta si todos países reciclaran como España la contaminación ambiental disminuiría en un alto porcentaje, pero no hay que darse por vencidos según mi criterio si los gobiernos ayudaran un poco sería más fácil ya que con la ayuda de ellos como autoridades este tema sería de más importancia y podríamos así llegar hacer una sola fuerza para disminuir la contaminación que la basura causa a diario al planeta, de esta forma se demuestra un poco en esta investigación las estadísticas de reciclaje a nivel internacional y nacional, como forma de demostrar lo poco o mucho que se está haciendo para mejorar el ecosistema y el medio ambiente ya que si no hacemos conciencia hoy nos arrepentiremos en un futuro ya que será tarde, aún

se está a tiempo de hacer conciencia y mejor en el tema del reciclaje, ya que reciclando es la mejor manera de ayudar a nuestro planeta tierra.

El reciclaje de vidrio es el que más poco se da según las estadísticas encontradas a pesar de que este material es cien por ciento reciclable la sociedad aun no ase conciencia y prefiere darle un solo uso se debería coger como ejemplo España un país que no solo es el pionero del reciclaje sino que también el primero y con las estadísticas más altas en el reciclaje de vidrio ellos le dan diferente reusó a este material, los países latino deberían de coger esta costumbre del reciclaje de vidrio, ya que además de convertirse en una fuente de ingreso para los hogares también se ayuda conservar el medio ambiente, como beneficio del reciclaje de vidrio se obtendría la disminución del consumo de esta materia prima ,ayuda a la naturaleza, se convierte en una fuente laboral de muchos hogares y muchos beneficios más que esto desencadena.

Conclusiones

- El vidrio es un material que a pesar de los años no pierde su elegancia gracias a su cristalización.
- Medio ambiente es el contorno en que se desarrolla la vida del ser vivo, es por ello que mediante el reciclaje se reducen los altos índices de contaminación.
- Reciclar vidrio evita la extracción de nueva materia prima y ayuda a disminuir la gran cantidad de desechos de este material.
- Según las estadísticas encontradas Europa es el Continente con la mayor tasa de reciclaje.

Referencias Bibliográficas

- Aguilera, N. (2015). EL VIDRIO. Obtenido de https://es.slideshare.net/nileydisaguilera/el-vidrio-44410560?qid=1d1515d6-2f7a-4417-883d-629b3253b688&v=&b=&from_search=5
- Arias, P., & Marine Sailles. (2014). Informacion Ambiental en Hogares. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares_2014/Documento_tecnico_Modulo_Ambiental_Hogares_2014.pdf
- Barr, S. (2016). Environment and Society. Obtenido de <https://www.taylorfrancis.com/books/9781317142393>
- Basterra, N., & Peralta, E. (2014). INTRODUCCIÓN A LA EDUCACIÓN. Obtenido de <http://cegae.unne.edu.ar/docs/IntrodALaEduacionAmbiental.pdf>
- Bidegaray, I. (2018). Tesserae Recycling in the Production of Medieval Blue Window Glass. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/arc.12350>

- Cano, J. (2015). El 73% del vidrio de Europa se recicla. Obtenido de <https://www.ecoticias.com/residuos-reciclaje/106996/vidrio-Europa-recicla>
- Claudio, P. (2015). HISTORIA DEL VIDRIO TIPOS Y TÉCNICAS DE FABRICACIÓN ORIGEN. Obtenido de https://historiaybiografias.com/historia_vidrio/
- Gómez, A. (2017). Medio Ambiente. Obtenido de <http://www.telam.com.ar/notas/201706/193121-reciclar-reutilizar-reducir-basura-medio-ambiente.html>
- Guerrero, L. (2018). Cómo seguir la regla ecológica más importante: definición de las 3R. Obtenido de <https://www.aboutespanol.com/las-tres-erres-ecologicas-reducir-reutilizar-reciclar-3417851>
- <http://www.telam.com.ar/notas/201706/193121-reciclar-reutilizar-reducir-basura-medio-ambiente.html>. (2017). <http://www.telam.com.ar/notas/201706/193121-reciclar-reutilizar-reducir-basura-medio-ambiente.html>. Obtenido de <http://www.telam.com.ar/notas/201706/193121-reciclar-reutilizar-reducir-basura-medio-ambiente.html>
- Isan, A. (2013). Ventajas del reciclaje de vidrio. Obtenido de <https://ecologismos.com/ventajas-del-reciclaje-de-vidrio/>
- Islam, S. (2016). Waste glass powder as partial replacement of cement for. Obtenido de https://ac.els-cdn.com/S2212609016301157/1-s2.0-S2212609016301157-main.pdf?_tid=75b66683-c328-4974-892f-f7643eb35192&acdnat=1539656532_6561718726a72e116255f6c0126512ef
- Leonardo. (2017). Las tres R de la ecología: reducir, reutilizar y reciclar. Obtenido de <https://www.leonardo-gr.com/es/blog/tres-r-ecologia-reducir-reutilizar-reciclar>
- Maria, R. (2014). Regla de las tres erres ecológicas: Reducir, reutilizar, reciclar. Obtenido de <https://www.ifeelmaps.com/blog/2014/07/regla-de-las-tres-erres-ecologicas--reducir--reutilizar--reciclar>
- Martinez, M. (2014). EDUCACION EN LA BUSQUEDA DE UNA. Obtenido de <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/1150/1/Proyecto%20Ambiental%20Universitario.pdf>
- Mata, A., & Gálvez, C. (2014). Reciclaje de vidrio. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45578570/cal010.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1539554894&Signature=Lgs3cm1rNoxrYeU4oANf5k5qVQU%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DRECICLAJE_DE_VIDRIO.pdf

- Medina, M. (2016). Manejo de desechos solidos y desarrollo sustentable. Obtenido de <file:///C:/Users/LABIBLIOTECA/Downloads/1284-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4705-1-10-20161225.pdf>
- Melanv, V. (2014). Medio Ambiente. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/231850974/Medio-Ambiente>
- R. del Valle-Zermeño, J. G.-M.-P. (2017). Material characterization of the MSWI bottom ash as a function of particle size. Effects of glass recycling over time. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048969717300426>
- Schmelzer, J. W., Fokin, V. M., & Abyzov, A. S. (2016). Crystallization of Glass: What We Know, What We Need to Know. Obtenido de <https://www.ingentaconnect.com/search/article?option1=tka&value1=definition+of+glass&pageSize=10&index=1#Data>
- Torrence, R. (2015). Ancient glass: from kaleidoscope to crystal ball. Obtenido de https://ac.els-cdn.com/S030544031500059X/1-s2.0-S030544031500059X-main.pdf?_tid=8cb1d3fd-6ea5-4555-b6ad-c8328267ed9f&acdnat=1539394018_179106fa5d72d3815eea5fc1d06e6927
- Verger, E. (2017). ¿Cómo se fabrica el vidrio? ¿Qué tipos de vidrio existen? Obtenido de <https://www.google.com.ec/search?q=BENEFICIOS+DEL+RECICLAJE&oq=BENEFICIOS+DEL+RECICLAJE&aqs=chrome..69i57j69i59j69i60l2j0l2.27594j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Vigil, J. (2018). Reciclaje del vidrio. Obtenido de <http://hogar.crisa.com/Acerca-de/Que-es-el-Vidrio/Reciclaje-del-Vidrio>
- Vikinga. (2014). ARCHIVO DE LA ETIQUETA: ¿QUIENES RECICLAN MAS EN AMÉRICA LATINA? Obtenido de <https://lamezcolanza.wordpress.com/tag/quienes-reciclan-mas-en-america-latina/>

Para citar el artículo indexado.

Carrasco T. (2017). El reciclaje de vidrio y sus beneficios en el medio ambiente. *Revista electrónica Explorador Digital* 1(1), 18-28. Recuperado desde:
<http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/315/727>



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



Recibido: 11-04-2017/ Revisado: 14-05-2017/Aceptado: 09-06-2017/ Publicado: 01-07-2017

DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i1.313>



Contribución de la gastronomía típica al desarrollo turístico del destino Cuba.

Contribution of typical gastronomy to the tourist development of the destination Cuba.

Julia María Espinosa Manfugás.³, Beatriz Romaní Bendig.⁴, Laura Hernández Navarrete.⁵, & Rocío Arias Rodríguez.⁶

Resumen.

La presente investigación tiene como objetivo determinar el potencial que ofrece la gastronomía típica del país y las posibles sinergias que existen entre esta y los turistas que seleccionan a Cuba como destino turístico. Se emplearon métodos teóricos y empíricos de investigación, analizando los resultados mediante el diagrama de Pareto, el test de Friedman, la prueba de Wilcoxon y el análisis discriminante, utilizando el programa estadístico SPSS versión 22. Se evidenció que el patrimonio gastronómico del destino es auténtico y variado y puede contribuir al desarrollo del producto turístico de la nación, sin embargo, en la actualidad no están creadas las condiciones para ello. Los restaurantes extrahoteleros del país no se orientan en su mayoría hacia la oferta de cocina cubana, la comercialización de los platos típicos es limitada y existe insatisfacción de los turistas con la oferta, básicamente con las variables y atributos que mayor impactan en sus expectativas.

Palabras claves: Cocina cubana, carta menú, gastronomía, restaurantes, turistas.

Abstract.

The objective of this research is to determine the potential offered by the typical gastronomy and the possible synergies that exist between it and the tourists who select Cuba as a tourist destination. Theoretical and empirical research methods were used, analyzing the results using the diagram of Pareto, the Friedman test, the Wilcoxon test and the discriminant analysis, using the statistical program SPSS, version 22. It was shown that the gastronomic heritage of the destination is authentic and varied and can

³ Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, La Habana. Cuba. julia.maria@ftur.uh.cu

⁴ Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, La Habana. Cuba. carolanr95@hotmail.com

⁵ Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, La Habana. Cuba.

⁶ Dirección Nacional de Gaviota. La Habana. Cuba. esp1.negocio@gaviota.cu

contribute to the development of the tourism product of the nation, however at present the conditions for it are not created. The extrahotel restaurants in the country are not oriented mostly towards the offer of Cuban cuisine, the commercialization of typical dishes is limited and there is dissatisfaction of tourists with the offer, basically with the variables and attributes that have the greatest impact on their expectations.

Keywords: Cuban cuisine, menu, gastronomy, restaurants, tourists

Introducción

En los últimos años la gastronomía ha sido una vía para la creación de nuevos productos turísticos a nivel internacional, por cuanto engloba un conjunto de actividades de contenido cultural e histórico que le permiten al turista adquirir experiencias inolvidables del territorio visitado Morales, y Gómez (2006) y Oliveira (2011), proliferando la modalidad de turismo gastronómico [1; 2], la que se define por Montecinos (2016), como el flujo de “personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria” [3].

A partir de lo antes expuesto y teniendo en cuenta que a pesar de tener Cuba una cocina auténtica, no la explota como un atractivo turístico en toda su magnitud, el Ministerio de Turismo, organismo rector de la industria de la hospitalidad, incluyó dentro de su plan de desarrollo tareas encaminadas a valorar la situación de la cocina cubana, a fin de que en un futuro inmediato la gastronomía típica de las diferentes regiones del país, como elemento de identidad cultural, pueda constituir una modalidad del destino y así diversificar el producto turístico de la nación.

Se trata entonces de un campo abierto con amplio alcance, el cual llevó a la realización de la presente investigación, cuyo objetivo principal es determinar el potencial que ofrece la gastronomía típica del país y las posibles sinergias que existen entre esta y los turistas que seleccionan a Cuba como destino turístico, elementos que no se han abordado de manera holística en trabajos precedentes.

Los métodos de investigación empleados, unido al tratamiento estadístico de los resultados, permitieron identificar los platos distintivos de las regiones occidental, central y oriental del país (información que estaba muy dispersa) y su comercialización en los restaurantes extrahoteleros del sector no estatal y estatal pertenecientes a la Empresa Extrahotelera Palmares S.A., constituyendo este aspecto un aporte del trabajo. De igual manera se valoró la situación de la cocina cubana desde la perspectiva de los turistas que visitan el destino.

Se constató que el patrimonio gastronómico de la nación es genuino y diverso, sin embargo, los restaurantes extra-hoteleros, en su mayoría no se orientan hacia la oferta de cocina cubana, comercializándose de manera limitada los platos típicos y tradicionales del país, lo cual es apreciado por los turistas.

Métodos

Etapas 1. Identificación de los restaurantes de cocina cubana

La identificación de los restaurantes se efectuó mediante el análisis documental. Se consultó el anuario estadístico de la ONEI (2017), y el Manual de identidad de la Empresa Extrahotelera Palmares S.A. del mismo año, con el levantamiento de restaurantes de cocina criolla, así como las páginas web enfocadas a la promoción de restaurantes (A la mesa y Cuba Paladar). Se identificaron los restaurantes teniendo en cuenta su distribución por regiones y provincias del país [4].

Etapa 2. Determinación y comercialización de los platos típicos del país

Mediante el análisis bibliográfico-documental se determinaron las ofertas típicas del destino. Se consultó la documentación relativa a la cocina cubana, expuesta por diversos autores Matamoros, (2010); Formatur, (2012) y Fernández, (2018) [5; 6; 7].

Para completar y contrastar la información obtenida a través de la revisión documental y recopilar criterios sobre la situación de la cocina cubana, se efectuó una entrevista no estructurada a 13 especialistas con más de 15 años de experiencia como profesional en la actividad de alimentos y bebidas y/o profesores relacionados con las teorías que sustentan el tema abordado. La información recopilada se estratificó por regiones (occidental, central y oriental) y provincia que integran cada una de estas, así como por grupos de alimentos: entrantes, platos principales, guarniciones y postres.

La comercialización de las ofertas identificadas se constató a partir de la información referida por Junco (2016) [8] y las páginas web enfocadas a la promoción de restaurantes (A la mesa, Cuba Paladar), así como la observación de las cartas menú de todas las instalaciones especializadas en cocina cubana de la Empresa Extrahotelera Palmares S.A. y del sector no estatal del país.

Etapa 3. Mirada de los turistas hacia la comida típica cubana

Se aplicó una encuesta a turistas extranjeros de ambos sexos, mayores de 18 años que transitaban por las principales zonas turísticas de la provincia La Habana (Centro Histórico, municipio Playa y Plaza de la Revolución). Se decidió aplicar el cuestionario en dicha provincia, por constituir el principal destino turístico de Cuba, donde se concentra aproximadamente la mitad de la demanda del país.

La cantidad de encuestados se determinó a través de un muestreo probabilístico, considerando la población infinita (mayor de 100,000), atendiendo a que la cantidad de turistas que visitaron la provincia el año anterior (2017) en los meses de enero a marzo, período en que se realizó la encuesta, fue superior a dicho valor. Se consideró un nivel de confianza del 95% ($\alpha = 0,05$) y un error muestral del 5 %, obteniendo una tamaño de muestra de 384.

El cuestionario fue elaborado en español y traducido al idioma inglés y francés, atendiendo a la nacionalidad de los principales mercados que visitan el destino, contaba de 10 preguntas, dirigidas fundamentalmente a conocer su perfil socio demográfico, motivación de viajar a Cuba, conocimiento y apreciación de la cocina cubana, evaluación a través de una escala de likert de tres categorías (satisfecho, medianamente satisfecho e insatisfecho) de las variable instalación, personal y oferta; para esta última se valoraron además los atributos (presentación de la oferta, variedad, calidad y temperatura de las

elaboraciones y las bebidas y tamaño de la ración). Se analizaron los resultados mediante el Diagrama de Pareto.

La incidencia de las variables en las expectativas de los encuestados también fue objeto de estudio, para ello se empleó la prueba de ordenamiento reportada por Espinosa (2015), procesando los resultados a través del Test bidimensional de Friedman y en caso de existir variación estadística la prueba de comparación por rangos de Wilcoxon, para un nivel de confianza del 95%. Se aplicó la prueba de reducción de dimensiones, escalamiento óptimo, para definir los atributos de la oferta que mejor discriminan [9].

Se estimó la confiabilidad del cuestionario mediante el coeficiente α de Cronbach, índice de consistencia que según Hernández, Fernández y Baptista, (2010), es aceptable cuando es mayor de 0,75 [10].

Se utilizó el programa estadístico SPSS para Windows (versión 22.0).

Resultados.

Etapa 1. Identificación de los restaurantes de cocina cubana.

Sector no estatal

Se identificaron en el país un total de 689 restaurantes del sector no estatal, de ellos 348 ofertan platos de la cocina cubana y cubana- fusionada (cubana- internacional, cubana-italiana, cubana- brasileña, cubana- china, entre otras); para un 50,6 %. En la figura 1 se puede observar la distribución por regiones (occidental, central y oriental), siendo la occidental la de mayor presencia con 256 instalaciones (73%)

En el occidente es La Habana la de mayor número de instalaciones (191) para un 75% y en la región central, Camagüey y Ciego de Ávila con 27 (39%) y 18 (26%) respectivamente, bastante distante de Cienfuegos con 10 (14%), Sancti Spíritus con 8 (12%) y Villa Clara con sólo 6 (9%). La zona oriental es la de menor porcentaje del país y la provincia Guantánamo la que exhibe más restaurantes, 8 para un 35%. En Santiago de Cuba y Holguín si bien la cantidad de instalaciones del sector no estatal ha crecido en los últimos años, solo se especializan en comida cubana 5 (22 %). En Las Tunas y Granma solo existen 3 y 2 restaurantes respectivamente.

Sector estatal (Empresa Extrahotelera Palmares S.A.)

La Empresa Extrahotelera Palmares S.A. agrupa un total de 112 restaurantes, de ello 28 se dedican a la oferta de comida cubana y 1 a la cubana fusionada, para un total de 29 (26%). La distribución por regiones se muestra en la figura 2. La Habana en el occidente es la provincia de mayor porcentaje (24%), en el centro Sancti Spíritus y Ciego de Ávila y en el oriente Santiago de Cuba con un 7%.

Figura 1. Porcentaje de restaurantes de cocina cubana del sector no estatal

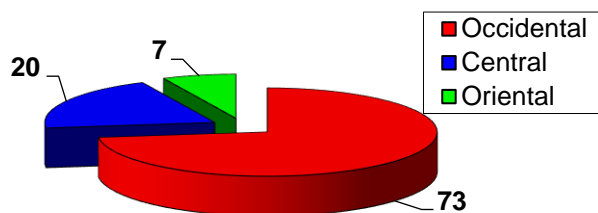
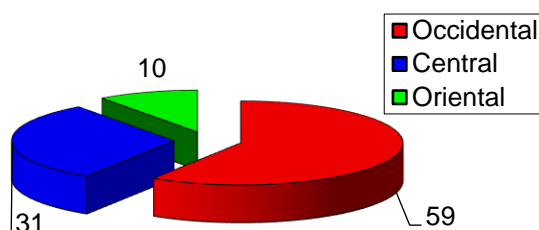


Figura 2. Porcentaje de restaurantes de cocina cubana del sector estatal



Etapa 2. Determinación y comercialización de los platos típicos del país.

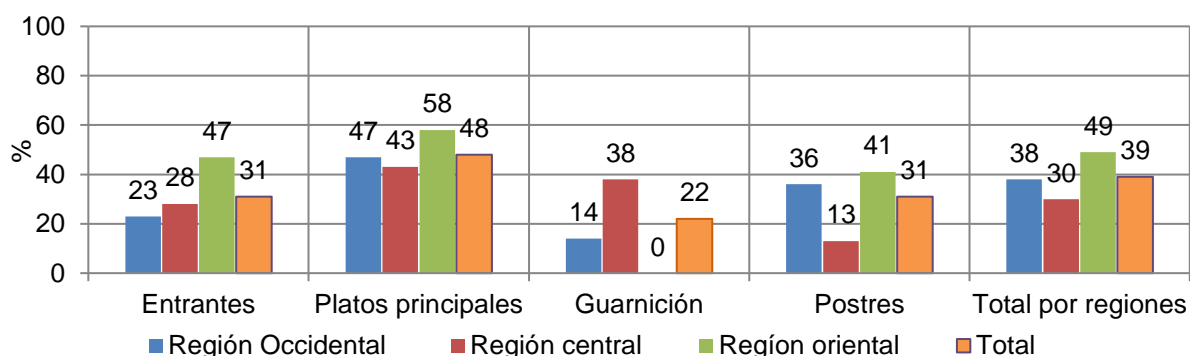
Se registraron un total de 390 elaboraciones culinarias típicas del país, las cuales estratificadas por regiones y provincias se presentan en la tabla 1. La comercialización de estas se presenta en la figura 3, observándose que sólo se oferta el 39%. Los platos principales que son los más comercializados sólo alcanzan un 48 % del total.

Tabla 1. Platos típicos identificados por regiones y provincias del país.

Región	Provincias	Entrantes	Platos principales	Guarniciones	Postres	Total
Occidental	Isla de la Juventud	9	9	5		23
	Pinar del Río	-	12	-		12
	Artemisa	-	5	1		6
	Mayabeque	-	11	3		14
	La Habana	9	15	6		30
	Matanzas	8	14	-		22
Total		26	66	15	44	151
Central	Cienfuegos	8	14	5		27
	Villa Clara	-	3	1		4
	Sancti Spíritus	3	17	-		20
	Ciego de Ávila	10	24	1		35
	Camagüey	4	3	-		7

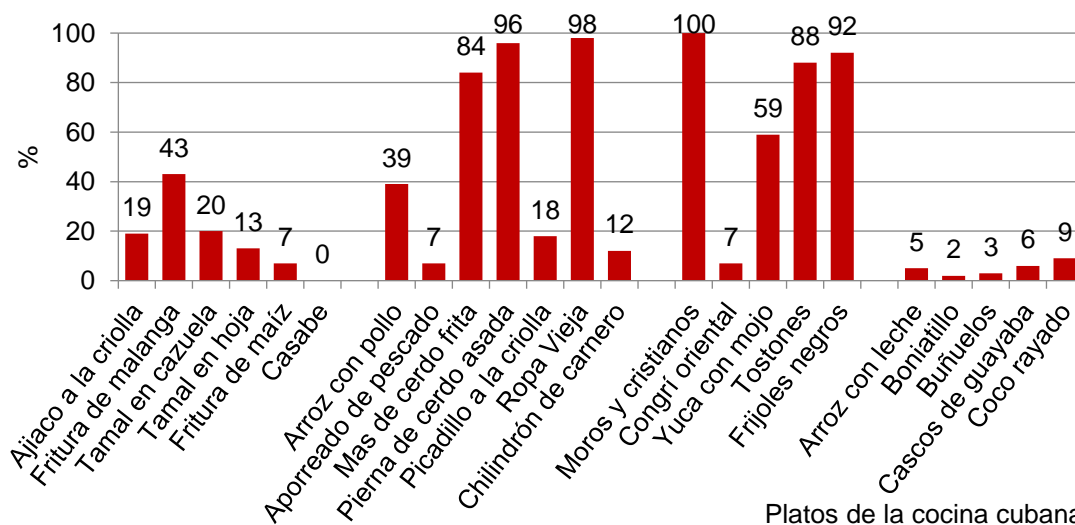
Total		25	61	7	32	125
Oriental	Las Tunas	2	19	-	32	21
	Holguín	10	13	3		26
	Granma	3	9	-		12
	Santiago de Cuba Guantánamo	4	12	-		16
Total		19	53	3	39	114
		70	180	25	115	390

Figura 3. Comercialización de las ofertas típicas identificadas



Para analizar las presentaciones de las ofertas en las cartas menú se tomó como referencia de los 379 platos típicos registrados, las 23 preparaciones reportadas por Fernández (2018) como las más tradicionales y populares [7]. Se analizaron 107 cartas menú (28 restaurantes del sector estatal y 79 del sector no estatal). Las ofertas representadas se visualizan en la Figura 4.

Figura 4. Cantidad de preparaciones tradicionales presentadas en las cartas menús de los restaurantes



Etapa 3. Mirada de los turistas hacia la comida típica cubana.

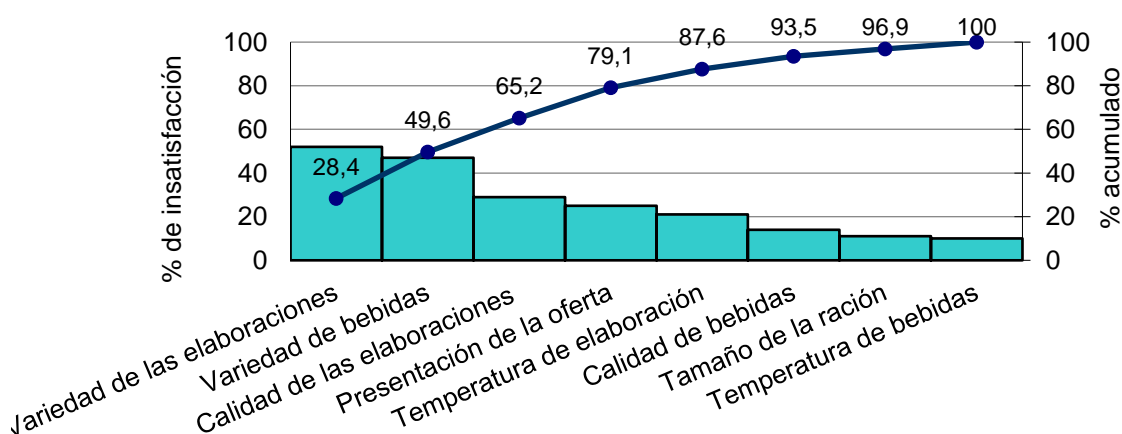
La encuesta aplicada fue fiable, Se obtuvo un coeficiente α de Cronbach de 0,819, (superior a 0,75).

La mayoría de los turistas encuestados se encuentran en el rango de edad de 25 a 50 años para un 52,1%, con un predominio ligero del sexo femenino, procedente de diversas nacionalidades, fundamentalmente estadounidenses, ingleses, españoles y canadienses. El 91,4% alegó que era la primera vez que viajaba a Cuba. El ocio y la recreación fue el motivo de viaje fundamental de los encuestados, no así la gastronomía que sólo alcanzó un 2,3%

El 37,0% manifestó que tenía conocimiento sobre la gastronomía típica del país, no obstante, estimaron que la información que poseían era limitada. El 78,6% durante su estancia en Cuba habían visitado al menos un restaurante de comida cubana y el 88,0% de estos manifestó haber cumplido sus expectativas.

Sobre la satisfacción de los turistas con el servicio de los restaurantes, la variable mejor evaluada fue “personal”, seguida de la instalación y la oferta, el comportamiento de los atributos que componen la oferta se presenta en la figura 5.

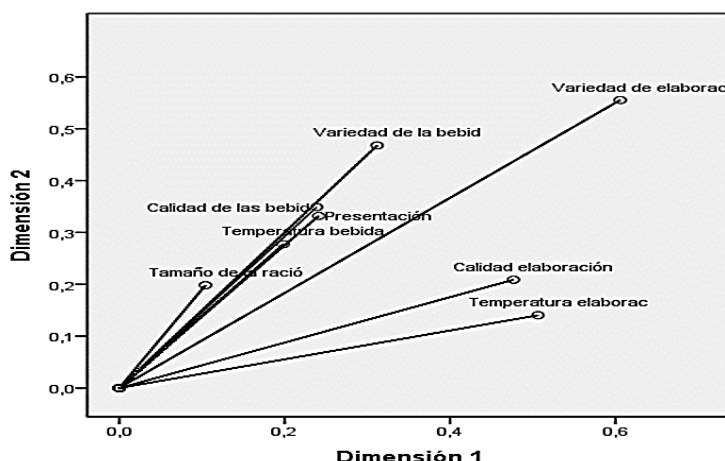
Figura 5. Diagrama de Pareto



Al determinar el impacto de las variables en las expectativas de los turistas encuestados a través del Test bidimensional de Friedman, se encontró diferencia significativa, arrojando la prueba de Wilcoxon que la “oferta” es la variable más importante en relación a la “instalación” y el “personal”, entre las cuales no existe variación apreciable ($p < 0,05$)

La incidencia de los atributos que componen la oferta a partir de la prueba de esclamamiento óptimo se exhibe en la figura 6.

Figura 6. Medidas discriminantes



Discusión

Etapa 1. Identificación de los restaurantes de cocina cubana

Los resultados demuestran un escenario diferente en cuanto al porcentaje de restaurantes que ofertan comida cubana perteneciente al sector no estatal y la Empresa Extrahotelera Palmares S.A, evidenciándose una menor representación en el sector estatal. Situación que merece atención, por cuanto Palmares es la Empresa que representa al Ministerio de Turismo cubano. La distribución de los restaurantes por regiones es similar en ambos sectores, siendo la occidental la de mayor presencia de estos.

El análisis por provincia en cada una de las regiones demuestra un comportamiento heterogéneo, La Habana en el occidente es la provincia con más instalaciones, comportamiento esperado por ser la capital del país. De igual modo las cifras reportadas para la región central guardan relación con las características de cada una de las provincias, en cuanto a extensión territorial y población, no así en la zona oriental, la cual presentó un escenario distinto al esperado.

Etapa 2. Determinación y comercialización de los platos típicos del país

Se constató que la cocina cubana es versátil y genuina, con platos típicos representativos de las diferentes provincias del país, y de localidades específicas dentro de estas, lo que de ser explotado convenientemente permitiría diversificar la oferta y contribuiría al desarrollo turístico del destino.

La comercialización de los platos típicos en los restaurantes del país como se observa en la figura 3, es limitada, situación que según criterio de los especialistas entrevistados y la experiencia de las autoras se debe fundamentalmente a: carencia de suministros por parte de los proveedores e inestabilidad en el surtido, formación inapropiada, desmotivación y falta de creatividad del personal de cocina, unido a que en su mayoría los gestores de alimentos y bebidas no tienen conciencia de que las tradiciones culinarias regionales constituyen un elemento diferenciador y un valor agregado al negocio de la restauración.

El análisis de la cartas menú arrojó que sólo el 26% de los platos considerados como más tradicionales y populares se presentan en más del 80% de estas, resultando el grupo de postres el de mayor dificultad. Dentro de los entrantes el “casabe”, plato típico cubano

heredado de los aborígenes, no forma parte de la oferta en ninguna de las cartas observadas y el “ajiaco”, considerado como plato nacional, sólo se exhibe en el 19% de estas, en cambio dentro de los platos principales la “ropa vieja” tiene un 98% de presentación y la “masa de cerdo frita” y “pierna de cerdo asada” 84 % y 89 % respectivamente, estas últimas referidas por la población de manera indistinta y errónea como el plato nacional. En el caso de las guarniciones: los moros y cristianos, frijoles negros y tostones presentan una situación favorable, no así el congrí que apenas se oferta.

Etapas 3. Mirada de los turistas hacia la comida típica cubana

Si bien los encuestados no tenían conocimiento de la gastronomía típica del país, la mayoría visitó restaurantes de comida cubana, aludiendo que cuando viajan les gusta disfrutar de la comida típica del lugar que visitan, planteamiento que confirma lo expuesto por Clemente y col., (2008) [11].

Como se aprecia en el Diagrama de Pareto de los atributos que componen la oferta, 4 se consideran vitales, obteniéndose las mayores insatisfacciones para la variedad de la oferta, lo que puede atribuirse a las causas antes expuestas, con prevalencia de la situación de los proveedores.

Es preocupante el hecho de que sea la oferta la variable de más dificultad y dentro de esta la variedad, por ser justamente esta variable y atributo respectivamente los que más discriminan e impactan en la expectativa de los turistas encuestados, resultado que corrobora lo reportado por Rochat (2001), quien expuso que el menú es probablemente el factor más significativo para los clientes que reciben servicio de alimentos y bebidas por ser el órgano de comunicación entre estos y el restaurante [12].

Conclusiones

1. Existen potencialidades en el destino para que la gastronomía sea considerada un atractivo turístico y contribuya a diversificar el producto turístico de la nación., pero aún no están creadas las condiciones para ello.
2. Los restaurantes extrahoteleros del destino no se orientan en su mayoría hacia la oferta de cocina cubana, siendo el sector no estatal el más representado, con una proyección favorable en pos de mantener viva las tradiciones culinarias del país.
3. El patrimonio gastronómico del destino es auténtico y representa los valores tradicionales de la nación, sin embargo la comercialización de los platos típicos que lo integran es limitada. Las ofertas consideradas como más tradicionales y populares se expenden en un número reducido de restaurantes.
4. Si bien la gastronomía no ocupa un lugar preponderante en la decisión de los viajeros al seleccionar el destino Cuba, existe un vínculo entre esta y los turistas, quienes manifestaron que dentro de sus expectativas se encontraba degustar la comida típica del país.
5. La mayor insatisfacción de los turistas encuestados con el servicio de los restaurantes de comida cubana estuvo en correspondencia con las dimensiones de mayor impacto en sus expectativas. La variable “oferta” fue la más devaluada y dentro de esta los atributos variedad y calidad de las elaboraciones.

Referencias Bibliográficas

- MORALES, R. y GÓMEZ, V., Gastronomía típica margariteña como atractivo turístico del municipio Antolín del Campo. Estado Nueva Esparta. Revista de turismo y patrimonio cultural. PASOS. 4(2)255-269. (2006). ISSN 1695-7121
- OLIVEIRA, Simao., La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. Revista Estudios y Perspectivas en Turismo. 20(1)738-752. (2011).ISSN 1851-1732
- MONTECINOS Antonio Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de Servicios, Restaurantes, Rutas, Productos Y Destinos”, “Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de Servicios, Restaurantes, Rutas, Productos Y Destinos”. México. Editorial CEGAHO. 2016.
- ONEI (2017), Anuario Estadístico de Cuba. Edición 2017. Disponible en: <http://www.one.cu>. Fecha de consulta: (03-01-2018).
- MATAMOROS TRABA A. La cocina cubana. Origen y evolución. EAEHT. Ediciones Balcón. La Habana. Cuba. 2010
- FORMATUR La cocina tradicional cubana. La Habana. Cuba Ediciones Balcón 2012.
- FERNÁNDEZ MONTE, E. Los platos emblemáticos de la cocina cubana. La Habana Cuba. Editorial Arte Chef. 2018.
- JUNCO, J. Proceso de formación de la cocina cubana. Influencias foráneas. Federación de Asociaciones culinarias de la República de Cuba. La Habana, Cuba. Editorial Arte chef .2016.
- ESPINOSA, MANFUGAS, J.M. Evaluación Sensorial. La Habana. Cuba, Editorial Félix Varela. 2015. ISBN 978-959-07-1956-1
- HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C. y BAPTISTA, M. P. Metodología de la investigación (quinta edición) México. Editorial McGraw Hill Interamericana de México, S.A. 2010. ISBN: 978-607-15-0291-9
- CLEMENTE, José; ROIG, B.; VALENCIA, Sara; RABADAN; María y MARTINEZ, Cristina. Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercados. Revista de turismo y patrimonio cultural. PASOS. 6(2):189-198. 2008. ISSN 1695-7121.
- ROCHAT, M. Marketing y gestión de la restauración. Barcelona. España. Editorial Gestión 2000, S.A. 2001.

Para citar el artículo indexado.

Espinosa J., Romaní B., Hernández L. & Arias R. (2017). Contribución de la gastronomía típica al desarrollo turístico del destino Cuba. *Revista electrónica Explorador Digital* 1(1), 29-39. Recuperado desde:
<http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/313/725>



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



Recibido: 10-04-2017/ Revisado: 15-05-2017/Aceptado: 06-06-2017/ Publicado: 01-07-2017

DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i1.316>



Estudio para la creación de un restaurante polifuncional del sector turístico como alternativa dinamizadora de la economía en cantón Pedernales.

Study for the creation of a multifunctional restaurant in the tourism sector as a dynamic alternative for the economy in the Pedernales canton.

Ing. Vladimir Álvarez Ojeda.⁷ & Ing. Evelyn Fernanda Alcívar Barreno.⁸

Resumen.

Se realiza un estudio sobre la polifuncionalidad de los locales turísticos recreativos en el cantón Pedernales, como ofertas que integran múltiples servicios en un mismo espacio. En una primera etapa se hace un estudio de mercado que facilita la determinación de la demanda y la perspectiva de la oferta turística para el proyecto, sobre la base de la aplicación de instrumentos de recopilación de información aplicados a clientes. El análisis organizacional y administrativo, así como la estructura interna del local polifuncional se detallan previos a la definición de los aspectos económicos. Con el estudio financiero se determinó el monto de la inversión adecuada para la implementación del estudio, así como los indicadores financieros que muestran la factibilidad económica del proyecto y sus beneficios para la dinamización de la economía de la zona de estudio. Comprobándose que los turistas que visitan el canto Pedernales se sienten atraídos por los locales polifuncionales, demostrándose que el proyecto es económicamente factible y la inversión se recupera a los 3 años, 1 mes y un día.

Palabras claves: Estudio de Mercado, Servicio, Evaluación financiera, turismo.

Abstract.

Study for the creation of a multifunctional restaurant belonging to the touristy sector as a dynamic alternative of the economy in the region of Pedernales. A study on the multifunctionality of the touristy and recreational facilities in the region of Pedernales is made, which includes proposals that incorporate multiple services in one same area. Marketing is developed in a first phase, which enables to determine the demand and prospect of the touristy offer for the project, on the basis of the implementation of

⁷ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manabí, Ecuador. escuchef@hotmail.com

⁸ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manabí, Ecuador. evelinalcivar@hotmail.com

instruments that collect information applied to clients. The organizational and administrative analysis, as well as the internal structure of the multifunctional area is itemized prior to the definition of the financial aspects. The total amount of the appropriate investment for the implementation of the study was determined by the financial evaluation, and so were determined the financial indicators, showing the economic feasibility of the project and its benefits to dynamize the economy in the area of study. It was proved that tourists that visit the region of Pedernales are attracted by the multifunctional facilities, and was demonstrated that the project is economically feasibly and the investment is recovered in 3 years 1 month and 1 day.

Keywords: Marketing, Service, Financial evaluation, Travel.

Introducción

El cantón Pedernales es uno de los cantones perteneciente a la provincia de Manabí que realiza los servicios turísticos que se ofrecen en esta región de la costa. Funge como cantón desde el año 1992 y su territorio abarca un área de 1460,7 km²; además, por su sector costero pasa la línea Equinocial. El atractivo fundamental de este territorio radica en la serenidad de sus playas que tienen una amplitud lo suficientemente extensa para degustar con tranquilidad del mar, unido a hermosas palmeras que están presentes por toda la costa playera, predominando la modalidad del turismo Sol y Playa. Además, esta zona se caracteriza por su rica gastronomía que se destaca en los diversos platos de mariscos que son de alta atracción por los turistas.

En el estudio se interactúa con un antecedente que marca de forma negativa la historia de Pedernales, y son los hechos acontecidos el 16 de abril del 2016, cuando ocurrió un sismo de alta intensidad que afectó desmesuradamente todo el cantón, donde hubo cientos de fallecidos, unido a otro sin número de personas afectadas que se esfuerzan por sacar adelante el cantón. Este fenómeno generó una situación desfavorable para los ciudadanos del lugar, la mayoría son pescadores y emprendedores que su principal fuente de ingreso estaba asociada al turismo local.

Es oportuno agregar que revisando la información asociada con estudios en la zona seleccionada, la mayoría coincide con el perfil turístico y la explotación del mismo, como por el ejemplo el estudio realizado por (Doumet, 2015) pero ninguno de los estudios citados y otros previos ya revisados en la localidad de investigación está asociado a la proyección e implementación de restaurantes polifuncionales como se proyecta en el presente trabajo; aspecto que lo distingue con relación a estudios anteriores.

A raíz de esto surge la necesidad de restablecer las ofertas turísticas de este balneario emblemático tanto para el turismo nacional como internacional, de forma tal que garantice un desarrollo económico para los habitantes de esta localidad. El gobierno nacional está apoyando económicamente los proyectos que contribuyan a realizar el turismo del cantón Pedernales, de forma práctica, eficiente y eficaz. (MIES, 2016). Uno de los elementos que genera este estudio radica en proponer una alternativa de solución a esta problemática, por lo cual surge la siguiente interrogante como problema de investigación:

¿Cómo contribuir a la dinamización de la economía en la zona cero del terremoto del cantón Pedernales?

La alternativa de solución que se propone se sustenta plenamente con algunos de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV), según SENPLADES (2013), por ejemplo con el objetivo 5 que plantea “la necesidad de construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”; debido a que con el restaurante polifuncional se desea lograr un espacio con ofertas gastronómicas que vayan más allá de disfrutar un rico menú sino también poder recrear de forma simultánea en el mismo espacio.

También el proyecto se identifica con el objetivo 8 que plantea “consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible”, debido a que la intención esencial de la investigación parte de la utilización de las potencialidades turísticas de la localidad de estudio para el desarrollo de la economía social, involucrando e integrando todos los factores posibles asociados a similares tendencias turísticas.

Otro de los objetivos del PNBV que con que cumple el estudio es el objetivo 9, que nos indica “garantizar el trabajo digno de todas las formas”; el objetivo fundamental del estudio es la dinamización de la economía a partir de la fuente de empleos que generen ingresos en los habitantes de la localidad de estudio de forma honesta.

Estos criterios se resumen en lo que plantea la Normativa Técnica Ecuatoriana, (NTE INEN 2631:2012), donde expresa que: “el desarrollo turístico en el litoral ecuatoriano debe ser sustentable y consciente, para evitar la degradación progresiva de sus principales atractivos naturales y culturales, prevenir problemas derivados del deterioro ambiental, para que las futuras generaciones se beneficien de esta actividad, en conformidad con lo establecido en el régimen del Buen Vivir establecido en la Constitución del Ecuador”.

En función de estos hechos muchas de las ofertas gastronómicas, turísticas y de los servicios recreativos nocturnos para turistas se vieron afectados, aspectos que justifica la necesidad de rescatar estas ofertas turísticas, por tal razón se realiza el estudio de investigación asociado a la polifuncionalidad gastronómica y recreativa para fortalecer la economía de esta región devastada.

Es necesario agregar que la competitividad en el sector gastronómico turístico facilita la diversificación de ofertas para los turistas, generando una mayor expectativa y demanda de los clientes para la contribución al desarrollo de la economía con la creación de nuevos empleos y del uso eficiente de los medios turísticos, de forma tal que se reducen costos y se maximizan el uso de las instalaciones turísticas.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante polifuncional del sector turístico como alternativa dinamizadora de la economía en la zona cero, del cantón Pedernales.

- Definir a través de un estudio de mercado las expectativas que tienen los turistas con respecto al servicio de restaurantes polifuncionales en el balneario turístico del cantón Pedernales.
- Determinar a través de un estudio técnico el tamaño, la localización y los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto propuesto.
- Diseñar la estructura organizacional y administrativa turística que permitan la ejecución del proyecto con las competencias necesarias e indispensables para su funcionamiento.

- Evaluar la viabilidad del proyecto a través de un estudio financiero que permita la toma de decisiones sobre su implementación.

Materiales y métodos.

El turismo como dinamizador de la economía

En las últimas décadas el turismo se ha mostrado como una actividad con potencial para diversificar la estructura económica de los países frente a actividades económicas tradicionales. (Leader, 2011). Ecuador, un país con una estructura productiva muy dependiente del sector primario, con la necesidad de diversificar su matriz productiva y generar nuevos ingresos que mejoren su economía, ha impulsado una serie de iniciativas en el sector turístico.

En los últimos años se mantiene una tendencia económica creciente, importante en la región, evidenciada en el crecimiento de su producto interno bruto (PIB). El crecimiento económico del Ecuador se debe a una serie de decisiones importantes sobre los generadores de ingresos económicos, pasando de ser un país enfocado en el sector primario a desarrollar el sector industrial y sobre todo el sector de los servicios. (MINTUR, 2016).

Según MINTUR (2016) los ingresos del turismo en el PIB del Ecuador en los últimos años va en crecimiento, aspecto que muestra el dinamismo que ha generado para la economía nacional las inversiones realizadas por parte del gobierno orientada a la promoción de los productos turísticos del país.

El sector turístico en Pedernales está marcado por su privilegiada geografía, con una extensión costera que llega a los 54 km de playa, es atractivo de la mayoría de los turista que la visitan, haciendo del lugar un centro turístico de gran proyección, con una facilidad de acceso producto de la nueva infraestructura vial, que conectan al Cantón con las ciudades de alta población como Quito, Guayaquil y Santo Domingo. (GAD, 2015).

Actualmente existe una extensa y variada infraestructura turística, hay hoteles para todos los gustos y presupuestos, llegando a casi los 50 establecimientos para alojamiento desde cuarta categoría hasta uno de 4 estrellas, de la mano de personal profesional y capacitado. De estos establecimientos 18 están dentro del programa solidario para el turismo que se elaboró en el 2016 producto de los acontecimientos ocurridos con el terremoto.

Existe una proyección en el cantón pedernales de forma tal que la actividad turística llegue a ser el segundo sector productivo primario y se faciliten la distribución de las riquezas que se obtienen del turismo. Además, las autoridades deben regular la actividad de forma tal que se preserve el recurso panorámico natural y evitar el deterioro por las sobrecarga turística, en fin promover un turismo consiente y sustentable.

Estudio de mercado

Estudio de campo

El trabajo de campo implica la selección, capacitación y supervisión de las personas que reúnen los datos para ser procesados. (DRH, 2011). Para la investigación se recopiló información en el cantón de Pedernales, específicamente en la cabecera cantonal Pedernales y en la parroquia rural Cojimies, dado que son las localidades de mayor

asistencia y movimiento turístico, así como en la ciudad de Santo Domingo, dado que sus pobladores visitan frecuentemente las playas de Pedernales por su cercanía.

Población

La población considerada para el estudio como referencia no se precisa con exactitud dada la falta de fiabilidad de las fuentes que registran la media de los turistas que asisten al cantón en estudio. Con esta consideración se determinó la muestra de estudio a partir de una población desconocida, con un índice de confianza de un 95% y con un valor de significancia de 0.05, por lo que el coeficiente de 1,96 establece la distribución nominal de la muestra, que se calcula con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z\alpha^2 * p * q}{E^2}$$

Dónde:

<u>Símbolo</u>	<u>Concepto</u>	<u>Datos</u>
n	Tamaño de la muestra	
Z α	Referencia Estandarizada con un nivel de confianza superior 90%	1.96
E	Error máximo permisible	5%
p	Probabilidad de Ocurrencia	50%
q	Probabilidad de No Ocurrencia (p-1)	50%

Se consideró trabajar con un error máximo permisible del 5% para mantener un índice de confianza favorable para el estudio, superior al 90%. El resultado nos indica un tamaño mastral de 384 elementos.

La encuesta se aplicó a la población económicamente activa que realiza turismo con frecuencia en la zona de estudio. Se visitó a los propietarios de las cabañas en la zona playera de Pedernales y a los dueños de los restaurantes cercanos a la playa en Cojimies. Se aplicó la encuesta a los 384 turistas y a 6 de los 14 propietarios de cabañas y restaurantes con las características para implementar el estudio.

Diseño de los instrumentos

Los instrumentos que se aplican se diseñaron con la intención de recopilar información relacionada con el nivel de aceptación que ofrece la implementación de un servicio de múltiples ambientes en horarios distintos, consta de 18 interrogantes de la cuales, hay 5 que se relacionan directamente con la factibilidad de la propuesta, las cuales fueron analizadas bajo el criterio actitudinal de evaluación de la escala Likert. (Malhotra, 2008). Las entrevistas realizadas constan de 18 preguntas que tienen la intencionalidad de captar la valoración respectiva por parte de los propietarios de los locales sobre la intencionalidad del proyecto. Son preguntas directas y abiertas que en su mayor interés profundiza en la disponibilidad de los propietarios para implementar el proyecto.

Demanda

La demanda del servicio se determina a partir de la magnitud de la asistencia turística a la zona de estudio, considerándose también la segmentación aplicada en el mercado.

Población objetivo

Revisando los datos obtenidos por el estudio de mercado, se percibe que el cantón Pedernales es visitado por turistas de diversas zonas del Ecuador, donde la cantidad mayoritaria es de la Costa y de Sierra, destacándose la población de Santo Domingo de los Tsáchilas que tiene una alta afluencia turística a la zona de estudio. Es importante destacar que no existe un conocimiento de los locales polifuncionales, el 43% no los conoce; por su parte cuando el 44% al conocer las características de los locales polifuncionales lo consideran muy atractivo, incluso el 73% de los turistas se motivan por la oferta gastronómica y los bares en sus viajes turísticos.

Análisis de demanda

Para el estudio de la demanda se partió de la información obtenida por el catastro del Ministerio de Turismo y el GAD de Pedernales, donde se indican los visitantes del año 2013, lo cual requiere una proyección de demanda para los años venideros que se ejecutará la propuesta. Por lo tanto a partir de los datos obtenidos, se proyecta desde el 2014 para 5 años la demanda futura, con una tasa de crecimiento de 1.37%, que se ajusta a la tasa de crecimiento poblacional para Ecuador a partir del 2014 según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Tabla 1: Proyección de la demanda

Años	Turistas
2014	42685
2015	43270
2016	43862
2017	44463
2018	45073
2019	45690
2020	46316

Fuente: Propia (2017).

Oferta

A partir de los resultados obtenidos en la demanda proyectada se procede a la determinación de la oferta, que serían aquel segmento de turistas a los que va dirigido el producto. Actualmente en el cantón de Pedernales no existe este tipo de producto con las características como se está proyectando.

Análisis de oferta

Considerando los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas el 49% de los encuestados encuentran atractivo el local polifuncional como alternativa de recreación para disfrutar de sus servicios. Existen 7 locales con características similares al de estudio, conocidos como caipiriñas, que actualmente no brindan el servicio solicitado, por lo tanto para definir la oferta se tomará en cuenta el 49% de la demanda proyectada; y de ese porcentaje se le hallará el 14,3% que equivale a 1 de los 7 locales similares y será la capacidad de la oferta que generará el bar- restaurante Aventura que es tomado como referencia en el estudio, lo que a modo de resumen significa que la oferta será el 7% de la demanda proyectada.

En la Tabla 2 se proyecta la oferta siguiendo estos parámetros por el nivel de competitividad en el mercado, este tipo de negocios aplica con fuerza el benchmarking y suelen implementar de forma inmediata servicios similares.

Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se procede a determinar la demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta. En la Tabla 2 se muestra la demanda insatisfecha.

Tabla 2: Proyección de la oferta y demanda insatisfecha proyectada.

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2016	43862	3073	40789
2017	44463	3116	41348
2018	45073	3158	41914
2019	45690	3201	42489
2020	46316	3245	43071

Fuente: Propia. (2017).

Como se percibe en la tabla la demanda insatisfecha equivale al 92% de la demanda del mercado, por lo tanto según estos datos se puede considerar un alto déficit en la satisfacción de las necesidades del cliente, por lo cual los servicios gastronómicos son menores a los requerimientos de los clientes.

Oferta del producto

Dado la inestabilidad turística del cantón de estudio y conociendo que los periodos de mayor demanda son los feriados, se procede a determinar la oferta del producto a partir del conocimiento de que existen 4 meses en el año que son de ventas bajas por la poca afluencia de turista, por lo tanto se procede a distribuir la oferta entre los 8 meses restantes del año que más movimiento de turistas existen, lo que genera una oferta de producto promedio para 395 clientes por mes. Es importante destacar que en los días feriados esta cifra crece exponencialmente.

En la Tabla 3 se muestra como la oferta del producto mensual equivale al 1% de la demanda anual de clientes, aspecto que indica que existe un mercado amplio para trabajar esa y mejorar la oferta del producto.

Tabla 3: Oferta del proyecto

Años	Demanda Anual	Oferta Mensual	%
2016	43862	384	1
2017	44463	389	1
2018	45073	395	1
2019	45690	400	1
2020	46316	406	1

Fuente: Propia. (2017).

Mix de marketing

Los locales polifuncionales establecerán estrategias para alcanzar los objetivos propuestos y dinamizar la economía, satisfaciendo a sus clientes a través de la aplicación de un mix de marketing enfocado en el producto, precio, plaza y promoción; de forma tal que garantice las condiciones estratégicas para el desarrollo de la propuesta.

Producto

Existen siete locales bares-restaurantes que cumplen con los requisitos espaciales y técnicos para implementar la propuesta, los cuales son Salsa Coctel, El emigrante, Caída del Sol, Bar-Dudu, Parales, Son Candela y Aventura. De los mismos se utiliza como referencia para el estudio el bar-restaurante “Aventura”, que ofrece servicios de recreación con una mayor actividad comercial vespertina nocturna, orientada más al servicio de restaurantes con platos a la carta y algunas bebidas típicas de la competencia en la zona.

La intención fundamental del producto a implementar es la incorporación de servicios gastronómicos en la mañana, además de diversificar la oferta recreativa de bar nocturna con la integración de actividades bailables organizadas, de forma tal que el establecimiento esté activo brindando servicio desde la 07H00 hasta las 02H00, sobre todo en los feriados.

Por lo que el servicio gastronómico propuesto para el horario matutino, no estará determinado solamente por platos a la carta, sino que se desea incorporar una especie de mesa buffet con la perspectiva de darle mayores alternativas al cliente en el menú y a su vez permite optimizar el personal de trabajo.

Marca

Se sugiere mantener la misma marca del local, pues tiene posicionamiento y fidelización de algunos clientes, además de ser una propuesta condicionante del propietario.

Para un mejoramiento en la imagen y el mensaje se procede a incorporar dentro de la marca ilustraciones de cocteles que favorecen e identifican el mensaje de los productos que se ofrecen; además, se agrega como slogan para la nueva funcionalidad del local polifuncional el siguiente: “Fiesta y paladar, el placer de la experiencia...”; dado que con esta frase se hace referencia a lo que se ofrece dentro del local y su carácter integrador de servicios.

Precios

Los precios que se proponen se manejan de acuerdo con la competencia, pues existe un acuerdo entre los comerciantes de los locales de no hacer competencia de precios. Por lo tanto se manejan los precios por plato de acuerdo a lo convenido por los comerciantes. Dado la necesidad de activar la actividad matutina a través de un servicio de mesa buffet para los desayunos y servicios gastronómicos del local, se muestra en la Tabla 4 las tarifas de ofertas que se brindan según los precios promedios y la competencia.

Tabla 4: Tarifas de Precios

Servicios	Precio Competencia (USD)	Precio “Aventura” (USD)	Variación %
Desayunos	3.00	2.75	-8.3 %
Almuerzos	4.50	3.50	-22 %
Platos a la Carta	6.00	6.00	0 %
Bebidas	2.00	1.50	-25 %
Karaoke	0.25	0.15	-40 %

Fuente: Propia. (2017)

Como se percibe, la oportunidad de brindar un servicio de mesa buffet permite reducir costos, lo cual facilita una estrategia de precios para destacar el producto que se ofrece.

Ubicación del local

La ubicación del local polifuncional está en un área de bastante afluencia de turistas, en plena playa de pedernales, lo cual facilita la interacción directa del consumidor con el producto que se le ofrece. En dicho lugar asisten comerciantes de mariscos y turistas con la intención de consumir un desayuno, acción que sugiere y justifica la alternativa de incorporar actividades gastronómicas en las mañanas.

Promoción

Para el proceso de promoción se parte de aplicar una estrategia comunicacional centrada fundamentalmente en el uso de las redes sociales, canales de radio y televisión. De las herramientas más favorables y con costos factibles de promoción se procede por utilizar en primera instancia la red social Facebook; se decide utilizar en primera instancia este canal dado el alcance que tiene en las comunicaciones pues las cantidad de personas que interactúan con la red son mayores, además se captan comentarios de los internautas que sirven para reflexionar sobre las ofertas que se diseñan.

También se proyecta el uso de los canales de radio con una frecuencia de 2 a 3 veces a la semana, seleccionando preferiblemente Radio Altamar de Pedernales, Radio Mega Estación de Santo Domingo, Radio Zaracay de Santo Domingo y Radio Canela de Quito. A su vez se prevé incursionar en los canales televisivos con una frecuencia de 1 a 2 semanal, enfocándose principalmente en Zaracay TV de Santo Domingo, Majestad TV de Santo Domingo y a nivel nacional en Tele Amazonas y Ecuador TV.

Para el diseño del Spot publicitario se considera incorporar un mensaje que manifieste lo que se comunica en el slogan, donde quede claro la polifuncionalidad del local. Además de utilizar banners publicitarios para promocionar las ofertas que tiene el restaurante polifuncional.

Como se percibe existen elementos publicitarios que facilitan la promoción de la oferta para los turistas y la posición de los locales permite una publicidad en el punto de venta que facilita la atracción de los clientes de forma directa.

Es importante destacar que en este tipo de negocios la publicidad del boca a boca a través del marketing directo es la más efectiva, pues se observó en el estudio de mercado que los clientes se identifican con las sugerencias de amistades o familiares cuando realizan actividades turísticas.

Estudio técnico

En el proceso de valorar la factibilidad del proyecto se consideró en el estudio técnico la extensión superficial del local, el cual ocupa un área aproximada de 218 m², con una capacidad para 120 personas que pueden desplazarse libremente sin congestión en el mismo.

Localización del proyecto

Uno de los aspectos más importante del proyecto es la localización del local, este se encuentra ubicado en el cantón Pedernales de la provincia de Manabí. El estudio de la localización tanto macro como micro facilita el análisis de variables que pueden incidir de forma activa en el proyecto propuesto.

Microlocalización

El local se encuentra ubicado específicamente en el malecón de pedernales, siendo parte de los famosos llamados caipiriñas, donde los turistas disfrutan de bebidas agradables en los ambientes de playa.

Ingeniería del proyecto

Para la ingeniería del proyecto se parte de la identificación de los dos ambientes esenciales en los que se sustenta la polifuncionalidad. El ambiente para el horario matutino y el ambiente para el horario vespertino y nocturno.

Ambiente de servicios

Se analizó la distribución de las áreas con las zonas públicas y privadas dentro del local, así como por cada ambiente, la función, actividad y mobiliario que se necesita y se tiene para la atención al cliente de forma efectiva. Se desarrolla un cuadro de actividad por ambiente que facilita la comprensión de las funciones y actividades que se van a realizar por cada zona:

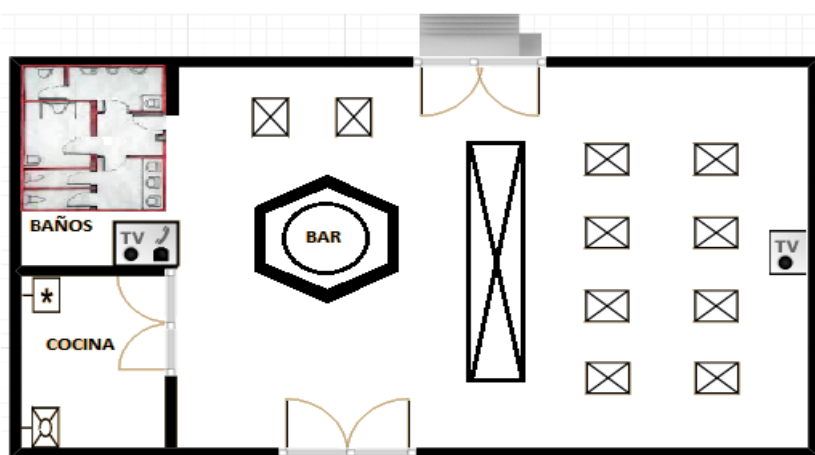
- Restaurante (A1): Ofrecer el confort necesario para los servicios gastronómicos de alimentación en la mesa buffet y los platos a la carta (pasa a ser un áreaailable en el horario nocturno).
- Bar (A2): Brindar un servicio de calidad, incorporando criterios de enología en los tragos y licores.
- Juegos infantiles (A3): Generar el espacio necesario para la recreación sana de los clientes menores de edad.
- Área pasiva (A4): Ofrecer un espacio para que los clientes se recreen de forma pasiva.
- Caminerías (A5): Facilitar el acceso al local desde sus alrededores y hacia la playa.
- Áreas verdes (A6): Ornamentar y recrear el local.

- Playa (A7): Recrear al cliente en su interacción con el mar y la arena como recursos naturales.
- Cocina (A8): Confeccionar los alimentos para los clientes.
- SSHH (A9): Facilitar el uso de sanitarios para los servicios de baño para ambos sexos.
- Caja (A10): Cobrar y archivar los recursos monetarios del local.

Diseño del local

El local del restaurante polifuncional está ubicado en la vía principal del malecón de Pedernales, limitado por otros locales similares conocidos como caipiriñas, el mismo está dividido en tres áreas fundamentales, como se muestra en la Figura 1, el área de baños y lavabos, el área de cocina y el área más amplia que es donde está ubicado el bar con la mesa buffet y las 10 mesas disponibles para brindar un servicio de calidad. Se cuenta con dos televisores Samsung de 40 pulgadas para la visualización de programas, a su vez en la noche se activa un proyector donde se pasan videos clic de cantantes y músicos de diversos géneros para la satisfacción de los clientes. El local cuenta con dos vías de acceso, una hacia la vía del malecón y la otra hacia la playa, y tiene un servicio de telefonía para llamadas locales que está a disposición de los clientes. Para el diseño del local se tuvieron en cuenta aspectos de organización planteados por (Boullon, 2003) (Villena, 2008).

Figura 1. Diseño de la planta del local polifuncional



Fuente: Propia. (2017).

Elaboración del menú

Las ofertas son estándar diseñada para un promedio de clientes en periodo de no feriado, para los periodos de feriado se incrementa el menú y se diversifica.

El propietario del negocio cuenta con diversas empresas, como camaroneras y fincas en el cantón de Santo Domingo de los Tsáchilas que favorecen el abastecimiento de los suministros de la materia prima para la elaboración de alimentos. Los proveedores que abastecen los productos del mar al establecimiento son de la empresa de pesca del propietario del negocio. Las bebidas y licores se adquieren a través de un acuerdo que se

tiene con una comercializadora mayorista de la ciudad de Guayaquil que abastece quincenalmente el local. Es importante destacar que la relación del propietario con los proveedores es duradera pues el negocio lleva más de 10 años en el mercado, con registro único del contribuyente desde el 2006.

Para lograr resultados satisfactorios es necesaria la calidad del servicio en el desempeño de las operaciones; este se fundamenta en la profesionalidad con que se brindará el mismo, tomando en consideración los estándares de calidad. Para eso, el bar restaurante como parte de la gestión operativa les dará la oportunidad a los clientes de que emitan criterios sugerentes para el mejor desempeño de las operaciones.

Para los clientes en la zona de playa el uso adecuado del tiempo es fundamental, uno de los aspectos que favorece la optimización del tiempo para ellos es la ventaja que ofrece la mesa buffet, pues limita el tiempo de espera y les permite disfrutar del servicio solicitado con la mayor prontitud posible.

Actualmente una preocupación de los clientes y de los organismos de sanidad es la prevención de riesgos por manipulación inadecuada de los alimentos, por lo que en el local se maneja las normas elementales de higiene y manipulación de los alimentos, fundamentalmente en los mariscos que requieren el cumplimiento de normas cuidadosas para su uso.

La empresa desde el punto de vista legal está debidamente constituida, con un Registro Único de Contribuyente (RUC) establecido desde 2006 para realizar sus declaraciones y con los permisos y licencias actualizados año por año para su debido funcionamiento.

Estudio financiero.

Las proyecciones económicas y financieras para evaluar la factibilidad de implementar el proyecto se realizan teniendo en cuenta los requisitos legales establecidos al respecto y empleando software profesional como el Microsoft Excel. Para la aplicación del proyecto se analizan y realizan inversiones de activos, los costos de mano de obra, los costos unitario de la materia prima, los costos unitario de materiales indirectos, los costos de servicios básicos y gas, imprevistos y depreciaciones.

Resultados y discusión.

Resultados de la encuesta aplicada

Pregunta 1.- ¿Es usted de la región?:

Interpretación y análisis: El 56% de los encuestados pertenecen a la región Costa y el 43% corresponden a la región de la Sierra. Un 1% son de la Amazonía y Oriente y no se encuestó a ninguna persona del exterior. El Ecuador se divide en cuatro importantes regiones, pero queda claro que la mayor parte de los encuestados son de la región Costa, otra parte significativa son de la Sierra, no siendo así con los de la Amazonía, ni con los del Oriente, lo que muestra donde está ubicada nuestro segmento de interés para el desarrollo del proyecto.

Pregunta 2.- ¿Considera las playas de Manabí un lugar atractivo para hacer turismo?

Interpretación y análisis: El 88% de los encuestados consideran las playas de Manabí un lugar atractivo para hacer turismo, el 12% restante no está de acuerdo con la afirmación. Por lo que para el proyecto este nivel de aceptación es muy favorable pues consolida el punto de venta para la implementación de la propuesta.

Pregunta 3.- ¿Con qué frecuencia visita la playa de Pedernales para su recreación?

Interpretación y análisis: El 66% de los encuestados afirman que visitan las playas de Pedernales solo en días feriados, el 13% las visita cada dos meses, el 7% dos veces al mes, un 5% afirman que casi nunca y solo el 4% las visita una vez al mes. Esta información indica que el momento para fidelizar los clientes y darle mayor publicidad al proyecto es en feriado.

Pregunta 4.- Cuando visita las playas de la costa aparte de deleitarse con el balneario, ¿qué otras preferencias turísticas disfruta?: (Señale las tres que más prefiere)

Interpretación y análisis: El 51% prefiere las ofertas gastronómicas cuando visita alguna playa, el 23% prefiere los bares, un 17% le atraen más las excursiones y al 10% les gustan las fiestas nocturnas. Sin lugar a dudas, las ofertas gastronómicas son las que tiene mayor preferencia por los turistas que visitan las playas, este aspecto indica que el proyecto de polifuncionalidad tendrá interés en los turistas dado su nivel de preferencia.

Pregunta 5.- Cuando está de visita en la costa ¿qué tipo de oferta gastronómica prefiere?:

Interpretación y análisis: el 66% de los encuestados prefieren la comida de la costa, otro dato significativo es que el 30% prefiere los platos a la carta, solo el 1% tiene preferencia por la comida serrana y a un 3% les gusta la comida gourmet. Aspectos estos importantes para la oferta del menú a proponer en los locales del proyecto.

Pregunta 6.- ¿Qué nivel de atracción le genera un local que le ofrezca servicios gastronómicos por el día y actividad festiva en las noches?

Interpretación y análisis: El 44% de los encuestados les resulta muy atractivo, el 28% lo ven atractivo, el 27% no les atrae, pero tampoco les desagrada, y solo a un 1% les resulta poco atractivo. Evidentemente los lugares que ofrezcan servicios gastronómicos por el día y actividad festiva en las noches les resultan favorables, aspecto que es esencial para el proyecto por la novedad de la propuesta.

Pregunta 7.- ¿En qué horario del día le resulta más satisfactorio visitar los bares y los restaurantes?

Interpretación y análisis: Un 27% de las personas encuestadas tiene preferencia por asistir en horario de la noche, el 24% desea asistir al medio día, otro 24% los elige en cualquier horario del día, el 16% tiene inclinación por el horario de la tarde, y un 9% opta asistir en la mañana. Claramente la mayor parte de los encuestados prefiere el horario de la noche para asistir a bares y restaurantes, elemento que ayuda a definir estrategias fundamentales para la satisfacción del cliente.

Pregunta 8.- ¿Cuál es el tipo de establecimiento recreativo que usted más frecuenta normalmente?

Interpretación y análisis: El 29% de los encuestados prefieren los restaurantes para pasar un rato agradable y de recreación, el 22% prefieren las discotecas, el 21% elige los bares, otro 20% opta por los cines, solo el 4% selecciona los clubes y otro 3% escoge otros lugares para su recreación. Esto ayuda a definir las funciones más atractivas para la funcionalidad del establecimiento.

Pregunta 9.- Existen en su localidad centros que brinden servicios de múltiple ambiente en horarios distintos del día (restaurante/bar/cafetería/club nocturno).

Interpretación y análisis: El 43% de los encuestados afirman que no conocen la existencia en su localidad de centros que brinden servicios de múltiple ambiente en distintos horarios del día. El 33% atestiguan que sí existen estos tipos de locales y el 24% dicen que no existen. Se evidencia que no conocen o no existen muchos centros que tengan múltiples ambientes en distintos horarios del día.

Pregunta 10.- Has frecuentado alguno de estos centros.

Interpretación y análisis: El 67% de las personas encuestadas no han asistido nunca a centros que brinden servicio de ambiente múltiple y el 33% afirman si haber asistido. Queda claro la poca existencia o el poco conocimiento sobre este tipo de centros en su localidad.

Pregunta 11.- Si existiera en los balnearios centros con múltiples ambientes en un mismo local en horarios distintos, ¿los visitaría?

Interpretación y análisis: El 100% de las personas encuestadas afirman que si visitarían estos locales.

Pregunta 12.- ¿Cuáles son las razones de su preferencia por las que asistiría a estos locales?

Interpretación y análisis: El 25% de los encuestados afirman que la razón por la que más prefieren asistir a lugares recreativos o de múltiple ambiente es para comer, el 22% dicen que por beber, el 20% lo hacen por conocer personas, el 16% para escuchar música, un 10% se inclina por el baile y otro 5% por disfrutar de shows.

13.- ¿Que amenidades le gustaría encontrar en un local con múltiples ambientes en horarios distintos?

Interpretación y análisis: La amenidades que más prefieren las personas está la de escuchar una banda u orquesta en vivo, con 31% de preferencia por parte de los encuestados. Los concursos y competencias tuvieron 29% de preferencia. Juegos y entretenimientos con 21% de predilección.

Pregunta 14.- ¿Qué servicios motiva su preferencia como cliente de estos locales polifuncionales?

Interpretación y análisis: De los servicios brindados en locales polifuncionales el que más motiva a los clientes son los precios y variedad del servicio con 32% de preferencia, la ubicación del local con 22%, el ambiente con 12% y otras preferencias con 1%.

Pregunta 15.- En qué zona le resulta más favorable la existencia de este tipo de locales que oferte múltiples ambientes en horarios distintos:

Interpretación y análisis: La zona de mayor preferencia para la existencia de locales polifuncionales es cerca de la playa con 34% de aceptación, le sigue zonas residenciales y tranquilas con 33%, el centro de la ciudad con 18%, el 13% para las afueras de la ciudad, y las zonas rurales con el mínimo de preferencia de 1%.

Pregunta 16.-. ¿Cuándo asistes a algún centro recreativo, cuánto sueles gastar aproximadamente?

Interpretación y análisis: La mayor parte de los encuestados gastan aproximadamente de 101 a 300 USD, ya que este aspecto obtuvo un 35% de marcación. El 25% gasta un promedio de 300 a 500 USD, un 17% consume entre 50 a 100 USD. Aspecto de vital interés para la proyección de ofertas y precios atractivos dentro del proyecto propuesto.

Pregunta 17.- ¿Cuando sale a algún centro recreativo lo hace acompañado?

Interpretación y análisis: El 33% de las personas encuestadas afirman que cuando asisten a algún centro recreativo lo hacen acompañado de su pareja, el 27% alega que lo hace con amigos, un 24% lo hace en familia y solo el 15% acude a estos centros solo.

Pregunta 18.- Recomendaría a sus allegados la visita a un local con múltiples ambientes en horarios distintos.

Interpretación y análisis: Todos los encuestados (100%) recomendarían este tipo de sitio polifuncional a sus allegados. Los establecimientos que brindan servicio de múltiple ambiente en distintos horarios del día son muy atractivos para la diversión y el esparcimiento.

De manera general se puede concluir que más de la mitad (66%) tiene una alta preferencia por visitar las playas de pedernales en feriado, a su vez el 73% de los turistas se sienten motivados por la oferta gastronómica, lo cual es satisfactorio pues significa que existe una demanda significativa de servicios gastronómicos en las preferencias de los turistas; a su vez el 49% de los encuestados se sienten muy atraídos por los locales polifuncionales como alternativa gastronómica y recreativa.

Resumen de costos y gastos para la prestación de servicio

En la Tabla 5 se resumen todos los costos directos e indirectos que intervienen en el proyecto, así como su comportamiento en los primeros 5 años de ejecución.

Tabla 5: Costos y gastos del proyecto

Costo/Periodo	Años del proyecto				
	1	2	3	4	5
Costos directos de producción (USD)	163 327.15	166 593.69	169 925.57	173 324.08	176 790.56
Costos indirectos de producción (USD)	1 784.48	1 820.16	1 856.57	1 893.70	1 931.57
Gastos administrativos (USD)	1 068.87	1 068.87	1 068.87	1 068.87	1 068.87
Total (USD)	166 180.50	169 482.73	172 851.01	176 286.65	179 791.00

Fuente: Propia (2017).

Para desarrollar la prestación del servicio en el primer año de operaciones es necesario utilizar 166 180.50USD, con una tasa de crecimiento proyectada del 2% anual dado la situación actual producto del fenómeno sísmico, ya que los turistas tienen cierta incertidumbre con relación al territorio.

Proyección de ingresos

Los valores de ingresos producto de la gestión de venta son adquiridos del servicio prestado para la polifuncionalidad del local, partiendo de los horarios de trabajo predefinido, existen tres etapas; la de desayuno con mesa buffet que tiene un horario de 07H00-9H00; la de servicio de restaurante con plato a la carta que tiene un horario de 13H00-19H00 y el servicio del bar que tiene un horario de 14H00-02H00. Dado la polifuncionalidad se tiene previsto pagar las horas adicionales que sean requeridas por trabajadores para realizar sus servicios.

Existe un margen de utilidad del precio de venta con relación al costo de producción, lo que genera un ingreso diario de 940.00USD por concepto de ventas, que a su vez significa un ingreso mensual de 15 040.00USD y para el año un ingreso de 180 480.00USD; se considera 16 días de trabajo mensual pues es la media de los días en que se ofrecen servicios gastronómicos, según se constató en la investigación de campo.

Estados financieros proyectados

Se proyecta el resultado de las operaciones para los primeros 5 años con un crecimiento en ventas de un 3% anual. También facilita la medición del rendimiento financiero de la empresa producto de su actividad comercial, dada la medida del índice de utilidad con relación a las ventas.

Existe un margen de utilidad neta positiva de 10 331.39USD para el primer año que equivale aproximadamente al 5.7% de las ventas generadas en la prestación de servicios, y se mantiene en ese porcentaje para los restantes periodos. Además, la utilidad bruta de la gestión muestra un valor del 17 152.85USD que equivale al 9.5% de las ventas.

Flujo de caja proyectado

En el flujo de caja se percibe como se mueven los fondos líquidos dentro del proyecto, donde se parte de un desembolso de 17 727.44USD y dada la proyección en el primer año no existe una recuperación de la inversión realizada; por lo tanto se requiere de dos años de operaciones como mínimo para la recuperación de la inversión, aspecto que se fundamenta más adelante con los indicadores financieros.

Balance general

La situación inicial de la empresa (Año 0) parte de la inversión de 17 727.44USD para el desarrollo del proyecto, este monto forma parte de la adquisición de capital producto de las opciones de financiamiento no reembolsable que el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO) le está otorgando a los empresarios en el cantón Pedernales que demuestren proyectos económica y financieramente rentables para la zona. Este monto del MIPRO tiene varias escalas y ofrecen 20 mil a los proyectos de pequeñas y medianas empresas que impulsen el turismo en la zona.

Los activos se duplican en el primer año que sumaban un monto de 17 727.44USD, para el segundo año alcanzó los 38 778.31USD, por otra parte se refleja la ventaja de no tener obligaciones a raíz de la facilidad que brinda el MIPRO con los créditos no reembolsables.

Evaluación financiera del proyecto

Se calcula el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto a futuro, aplicando una tasa mínima de rendimiento del 6.56%, obtenida a partir de la sumatoria de la tasa de inflación 1.05% y la tasa pasiva de 5.51% ambas para noviembre 2016 según el BCE.

$$VAN = \frac{F_0}{(1+i)^0} + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \frac{F_5}{(1+i)^5}$$

El VAN obtenido es de 15 189.38USD, significa que el VAN es mayor que cero, aspecto que es favorable para el proyecto pues indica que es viable el proyecto según las interpretaciones de los indicadores financieros, dado que este índice muestra la afectación del valor del dinero en el tiempo, lo que hace una referencia del comportamiento de los flujos futuros a valor presente.

Después de determinar el valor actual neto del proyecto y ver que el resultado indica la viabilidad del mismo, se procede al cálculo de la tasa interna de retorno.

La tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) para el proyecto fue de 6.56% y la tasa interna de retorno (TIR) obtenida es de 30%, muy superior a la TMAR, estos valores reafirman la viabilidad del proyecto.

Para el cálculo del período de recuperación de la inversión (PRI) se aplica la siguiente fórmula:

$$PRI = R + \frac{I_0 - P}{Q}$$

Dónde:

R: periodo con el último flujo negativo

I₀: Inversión inicial

P: valor del último flujo mayor que la inversión

Q: valor del flujo de caja en el siguiente periodo

Tabla 6: Período de recuperación de la inversión

Años	Flujo de Caja	Factor	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado
0	- 17 227.24	0,01	- 17 727.24	
1	199 680.00	0.023 514 483	4 695.37	4 695.37
2	209 664.00	0.027 302 377	5 724.33	10 419.70
3	220 147.20	0.030 278 477	6 665.72	17 085.42
4	231 154.56	0.032 553 182	7 524.82	24 610.24
5	242 712.29	0.034 224 001	8 306.59	32 916.82
PRI	3.085 293 87			3

Meses	0.085 293 87	1.023 526 445	1
	0.023 526		
Días	445	0.705 793 354	1
3 Años, 1 mes, 1 día			

Fuente: Propia (2017).

Analizando el resultado obtenido y llevándolos a meses y días como se muestra en la Tabla 6, se puede ver que el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años, 1 mes y un día.

Relación beneficio-costo

Este indicador facilita conocer por cada dólar que se invierte en el proyecto cuanto se recupera, por lo cual se halla a partir del cociente de los ingresos en valor actualizado entre los egresos actualizados a una tasa igual a la TMAR.

$$\text{Relación Beneficio/Costo} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

Los ingresos actualizados aparecen en la Tabla 7 que se muestra. Aplicando la fórmula del VAN a los flujos de cada periodo y se obtiene un total de ingresos actualizados de 813 488.93USD con una tasa de incremento de un 6.56%.

Tabla 7: Ingresos actualizados

Años	Flujo de Caja	VAN (Ingresos)
1	180 480,00	170 909,09
2	185 894,40	166 701,10
3	191 471,23	162 596,72
4	197 215,37	158 593,39
5	203 131,83	154 688,63
Total ingresos activo. (USD)		813 488,93

Fuente: Propia. (2017).

De igual manera se aplicó la fórmula del VAN para los flujos de egresos de cada periodo obteniéndose unos egresos actualizados de 734 813.73 con la misma tasa de incremento del 6.56%. Los egresos actualizados aparecen en la Tabla 8 que se muestra.

Tabla 8: Egresos actualizados

Años	Flujo de Caja	VAN (Egresos)
1	166 180.50	157 367.89
2	169 482.73	151 983.91
3	172 851.01	146 784.49
4	176 286.65	141 763.28
5	179 791.00	136 914.16
Total egresos act. (USD)		734 813.73

Fuente: Propia (2017).

Lo cual indica que por cada dólar que se invierte en el proyecto se recupera 1.10USD. Por lo tanto, se reafirma la viabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero.

Conclusiones

- Se demostró que el proyecto es factible, teniendo un VAN de 15 189.58USD, una TIR de 30% superior al TMAR de 6.56%, la inversión se recupera a los 3 años, 1mes y un día; además de la relación beneficio costo que dio un valor de 1.10USD.
- Se comprobó que los turistas que visitan el canto Pedernales se sienten atraídos por los locales polifuncionales, incluso una muestra significativa les atrae la comida costeña y se sienten identificado con un lugar que brinde múltiples opciones aperitivas y de bebida.
- Con el estudio técnico se concluyó que la localización y el espacio del local es favorable para las operaciones comerciales deseadas. Lográndose determinar los recursos necesarios para poner en marcha el local polifuncional con una inversión favorable de 17 727.44USD
- Se determinó que la estructura organizacional propuesta es factible para la ejecución del proyecto, con la incorporación de perfiles que se ajustan a la demanda de servicio proyectado.
- Se demuestra que los locales polifuncionales permiten la diversificación de las atracciones turísticas de los clientes que visitan el cantón de Pedernales, unido al hecho que facilita la generación de empleos y la profesionalidad de los servicios

Recomendaciones

- Mantener una constante capacitación en los empleados para que brinden un servicio de excelencia a los turistas que visitan el cantón, de forma tal que se logre la integralidad dentro del local.
- Establecer estrategias de mejoras continuas que faciliten nuevas y eficientes formas de prestaciones y servicios ofertados en función de satisfacer a los clientes.
- Incrementar la oferta de los servicios para los feriados nacionales pues el aumento de la demanda es significativo en estas fechas.
- Divulgar y capacitar al resto de los propietarios de los locales conocidos como bares caipiriñas para que se incorporen a polifuncionalidad de sus espacios y servicios, con vista a homogenizar los servicios turísticos en la zona.

Referencias Bibliográficas

- Boullon. (2003). Planificación del espacio turístico. Mexico: MX. Trillas.3ed.
- Doumet, Y. S. (2015). Estudio de las potencialidades turísticas para promover el desarrollo rural sostenible en el cantón pedernales.(Tesis de pregrado). Calceta: Universidad Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix Lópe.
- Ana luisa, J. (2007). Plan de Desarrollo Turismo Alternativo dentro del Cantón Pedernales, Provincia de Manabí. EC. Formato PDF. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8509/1/33551_1.pdf
- Boullon, (2003). Planificación del espacio turístico.3ed. México. MX: Trillas.
- Carranza, E., y Zambrano, M. (2016). Actualización del inventario de atractivos turísticos del cantón Bolívar, provincia de Manabí. (Tesis de pregrado). ESPAM MFL. Calceta-Manabí, EC.
- Doumet, Y., Shiguango R., y Vera K., (2015). Estudio de las potencialidades turísticas para promover el desarrollo rural sostenible en el cantón pedernales. (Tesis de pregrado). Universidad Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”. Manabí. EC.
- DRH (Desarrollo Turístico). (2011). Investigación de mercados en el campo turístico, Formato PDF. Recuperado de: <http://www.hospitalitas.com/wp-content/uploads/2011/12/Investigaci%C3%B3n-de-mercados-en-el-campo-tur%C3%ADstico.pdf>
- Dueñas, J., y Fernández, V. (2014). Modelo de gestión turístico sostenible para la planificación estratégica en el cantón Pedernales. (Tesis de pregrado). ESPAM MFL. Calceta. EC.
- GAD Pedernales (Gobierno Autónomo y Descentralizado del cantón Pedernales). (2016). Información general del cantón. Pedernales. EC.
- Jaramillo, A. (2016). Estudio para la creación de un restaurante polifuncional del sector turístico como alternativa dinamizadora de la economía de la zona cero del Cantón Pedernales (Tesis de pregrado). Pontifica Universidad Católica del Ecuador. Santo Domingo.
- Leader. (2011). Evaluar el potencial turístico de un territorio. Formato PDF. <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rurales/biblio/touris/metho.pdf>
- Malhotra, N. K. (2008). Investigación de Mercados. México. MX: Prentice Hall.
- MIES. (2016). <http://www.inclusion.gob.ec/>

SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). (2013). Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-1017. 1ed. Quito, EC. Formato PDF. Recuperado de: <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador). (2011). Turismo consciente es amar la vida. EC. Recuperado de: <http://ricardomedinao.wordpress.com/2011/08/19/turismo-consciente%E2%80%A6su-definicion/>

MINTUR. (2016). <http://www.turismo.gob.ec/>

NTE INEN 2631, (2012) http://www.normalizacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/11/alfabetico_2013.pdf

Villena, C. (2008). Marketing turístico: La segmentación. Formato HTM. Disponible en <http://carlitosvillena.blogspot.com/2010/08/la-segmentacion.html> (Villena, 2008)

Para citar el artículo indexado.

Álvarez V. & Alcívar E. (2017). Estudio para la creación de un restaurante polifuncional del sector turístico como alternativa dinamizadora de la economía en cantón Pedernales. *Revista electrónica Explorador Digital* 1(1), 40-60. Recuperado desde:
<http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/316/728>



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



Recibido: 15-04-2017/ Revisado: 16-05-2017/Aceptado: 08-06-2017/ Publicado: 01-07-2017

DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i1.317>



Estrategias para el desarrollo sostenible y sustentable del Geoparque Imbabura, Ecuador.

Strategies for the sustainable and sustainable development of the Imbabura Geopark, Ecuador.

PhD. Adelfa María La Serna Gómez,⁹ MSc. Bertha Soraya Rhea González,¹⁰ & MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga.¹¹

Resumen.

El objetivo de la investigación es realizar una propuesta de estrategias para el desarrollo sostenible y sustentable del Geoparque Imbabura, ubicado en la provincia del mismo nombre en la sierra norte ecuatoriana, y actualmente en fase de solicitud a la UNESCO. Los métodos utilizados fueron el histórico-lógico, inductivo-deductivo y el analítico - sintético para la revisión de documentos que establecen las estrategias vigentes en la zona. Asimismo, como elemento empírico, se consultó el criterio de expertos en estrategias para el desarrollo local, y se realizó el estudio comparativo de metodologías empleadas en investigaciones precedentes. Los resultados parciales de la investigación responden a los objetivos propuestos. Se comprobó el potencial que representa el desarrollo turístico para la puesta en valor del patrimonio natural, la necesidad de conciliar las estrategias existentes y de enfocar nuevas para la mayor incorporación de los sectores sociales implicados en los cambios económicos, la sostenibilidad y sustentabilidad del Geoparque.

Palabras claves: Geoparque, desarrollo, estrategia, patrimonio geológico.

Abstract.

The objective of the research is to make a proposal of strategies for the sustainable and sustainable development of the Imbabura Geopark, located in the province of the same name in the northern Ecuadorian highlands, and currently in the application phase to UNESCO. The methods used were historical-logical, inductive-deductive and analytical-

⁹ Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Ibarra, Imbabura, Ecuador. amlaserna@utn.edu.ec

¹⁰ Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Ibarra, Imbabura, Ecuador. sreha@utn.edu.ec

¹¹ Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Ibarra, Imbabura, Ecuador. yvasallo@utn.edu.ec

synthetic for the review of documents that establish the current strategies in the area. Likewise, as an empirical element, the criterion of experts in strategies for local development was consulted, and a comparative study of methodologies used in previous research was carried out. The partial results of the investigation respond to the proposed objectives. The potential of tourism development for the enhancement of the natural heritage, the need to reconcile existing strategies and to focus new ones for the greater incorporation of the social sectors involved in the economic changes, sustainability and sustainability of the Geopark was proven.

Keywords: Geopark, development, strategy, geological heritage.

Introducción

La creación de los Geoparques, iniciada a mediados del decenio de 1990, constituye una opción para propiciar el desarrollo sostenible y sustentable de diferentes territorios en el mundo, pues contar con patrimonio natural de interés global no es suficiente para alcanzar el desarrollo de un área geográfica. Actualmente están aprobados 140 Geoparques, de ellos 4 transnacionales UNESCO (2018) [1].

Los Geoparques Mundiales de la UNESCO (GMU), son la designación UNESCO más reciente, establecida en 2015 como “territorios de ciencia, educación y cultura que promueven y conservan el patrimonio geológico en conexión con los demás aspectos naturales y culturales del área y se manejan bajo un enfoque comunitario y holístico de desarrollo sostenible” según UNESCO (2016) [2].

Las estrategias que se prevén para el Geoparque tienen como ámbito toda una provincia y deben considerar no solo aspectos de conservación y económicos. El proceso de desarrollo no puede entenderse plenamente si se consideran solo variables económicas, sin atender aspectos de carácter sociológico, cultural y político (Guzmán & Romero 2008) [3].

En el proceso de crecimiento económico y social, como es el caso de los geoparques, la incorporación de la población local es decisiva para cumplir las estrategias, objetivos y acciones en cualquier proceso de crecimiento económico y social. Una referencia válida al respecto es realizada por Kliksberg (2006, p.12), cuando plantea que el grado de confianza existente entre los actores sociales, sus normas de comportamiento cívico y el nivel de asociatividad que los caracteriza; son evidenciadores de la riqueza y fortaleza del tejido social interno de una sociedad y por tanto serán elementos fundamentales para lograr un desarrollo sustentable [4].

El turismo, en diferentes modalidades, resulta esencial para la puesta en valor del patrimonio tangible e intangible en los GMU, pues genera ingresos, crea nuevas fuentes de empleo, propicia la incorporación y capacitación de sectores de menos recursos y el rescate de culturas, pero su crecimiento debe orientarse en función de las estrategias que garanticen el desarrollo sostenible.

La definición de estrategias para el desarrollo de un territorio, considerando la conservación, es realizada por entidades internacionales, a niveles local, regional, provincial o nacional, con la implementación de acciones desde los intereses y temáticas de los diferentes actores.

La confluencia de estrategias también depende del territorio que comprende el GMU. En ocasiones estos abarcan espacios en que pueden solaparse con otro sitio designado por la UNESCO, como una Reserva de Biosfera o un sitio del Patrimonio Mundial, o pueden extenderse por territorio de más de un país.

El presente trabajo muestra resultados parciales del proyecto de investigación “Estrategias para el desarrollo turístico, sustentable e inclusivo del geoparque Imbabura” que se realiza en la Universidad Técnica del Norte (UTN) de la provincia de Imbabura, Ecuador. El objetivo del proyecto es proponer las estrategias más adecuadas para el desarrollo sostenible y sustentable del Geoparque Imbabura (GI).

La definición de dichas estrategias es compleja por la cantidad de regulaciones y factores que inciden en el marco de la provincia y más aún para su implementación y control, por la cantidad de actores que intervienen en el territorio y la diversidad de su población.

Imbabura, está situada en la Sierra Norte de Ecuador y se gestiona su clasificación como GMU, pues cuenta con amplio patrimonio geológico. En su territorio se encuentran los complejos volcánicos: Imbabura, Mojanda, Cotacachi-Cuicocha y Chachimbiro; un importante conjunto de lagunas y lagos y parte de la Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas. Además, está considerada la provincia de mayor diversidad étnica de Ecuador.

Métodos.

La definición de una propuesta de estrategias para el desarrollo de Imbabura, se asumió con un enfoque multidimensional, se utilizaron métodos teóricos de análisis y síntesis, inductivo-deductivo, histórico-lógico, y como elemento empírico, se consultó el criterio de expertos, especialistas en estrategias para el desarrollo local y las políticas públicas, que radican en Imbabura.

Se inició la investigación con el diagnóstico, acorde al concepto de Desarrollo Sostenible propuesto por Taddei, (2011), en los ámbitos ecológico, económico, social e institucional [5]. Se analizaron indicadores económicos, las actividades con potencialidad para favorecer el desarrollo y su localización, así como las condiciones económicas, políticas y sociales de la provincia y las principales regulaciones vigentes, referidas especialmente a la conservación del patrimonio.

Se realizó una revisión bibliográfica empleando el software Atlas.ti y se utilizó el método de análisis y síntesis para documentos en los que se definen aspectos relativos a la elaboración de estrategias para el desarrollo sostenible.

Fueron consultados casos de aplicación de metodologías para definir estrategias de desarrollo local, de España y México, como elementos de comparación, entre las que aparecen la Estrategia de la Geodiversidad de la Comunidad Autónoma del País Vasco, donde se ubica un GMU, presentada por Arana y G. Monje, M. (2013), las Estrategias de desarrollo local sustentable en un área natural protegida de Baja California Sur, elaborada por Olmos y González (2011) así como la adoptada por la directiva del proyecto de Geoparque Imbabura de Silva (2003) esto permitió identificar dimensiones comunes en investigaciones precedentes.[6; 7; 8].

Se prevé determinar una línea base que permita identificar el punto de partida al momento de iniciar la aplicación de las estrategias y fijar hacia dónde se prevé llegar, no obstante, es insuficiente la información, especialmente en la actividad turística.

A partir de la información del diagnóstico y la revisión bibliográfica se elabora actualmente una matriz de potencialidades, limitaciones y problemas.

En la investigación, se parte del supuesto que Imbabura será aceptada como PMU.

Resultados

El patrimonio natural de Imbabura es significativo, tanto en sus elementos bióticos que integran la biodiversidad, como en los abióticos que componen la geodiversidad. Es una responsabilidad de sus habitantes en general y de sus autoridades garantizar su preservación. La condición de Geoparque a la que aspira puede favorecer la incorporación de más sectores sociales a participar en el desarrollo sostenible y sustentable de la provincia.

Confluyen en la provincia de Imbabura las expectativas de aplicación de normativas relacionadas con el desarrollo sostenible, tanto externas como nacionales y específicas de su reserva ecológica Cotacachi-Cayapas:

- Como parte de las normativas internacionales, se hace referencia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible con horizonte al año 2030 [9].
- Al optar por la condición de Geoparque, se reconocen como prerrequisitos los planteamientos de requisitos de programas de la UNESCO relacionados con los GMU. [10]
- A nivel nacional, se acata lo establecido en la Constitución de Ecuador en cuanto a los derechos de la Pacha Mama (CapVII; Arts. 71-74) [11]
- Se adoptan los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida [12], en sus objetivos:
 - 3.- Mejorar la calidad de vida de la población.
 - 4.- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
 - 5.- Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional y las identidades diversas, la plurinacionalidad y a interculturalidad.
 - 7.- Garantizar los derechos de la Naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global
- Se reconoce el Plan de Manejo de la reserva natural Cotacachi Cayapas[13].
- Se observa el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020 [14].
- Algunos organismos como el Ministerio de Agricultura y Ganadería promueven estrategias, como la implantación de cultivos que en ocasiones atentan contra las áreas protegidas.

Los ejemplos referidos indican la prioridad de la preservación, pero se evidencia falta de coordinación sobre implementación de acciones orientadas al cumplimiento de regulaciones y estrategias vigentes en el territorio.

En la bibliografía se identificaron actividades que pueden ser incluidas en el marco de las estrategias específicas para favorecer económicamente el incremento de emprendimientos o pequeñas inversiones, que faciliten incorporar a personas de bajos recursos, tales como: los microcréditos que se analizan en Mballa, L. (2017) [15], el desarrollo de modalidades como el turismo agroalimentario, referido por Thome (2016) [16], y la mayor introducción de las TICs, que se refiere por Micheli y Oliver (2017) respecto a las empresas de software y su vínculo con el desarrollo local [16].

La bibliografía sobre experiencias en Geoparques (G.) es limitada, pero se revisaron artículos tales como el de Espinosa (2017) sobre el G. del Distrito Minero Tlalpujahua-El Oro, en México [17]; el de Carvalho (2017) sobre el de Naturgebo de Portugal [18] y el de Rosado y Ramírez (2017) del G. de Milpa Alta en Oaxaca México [19]. En estos materiales se evidencia la importancia del turismo en diferentes modalidades referidas como el agroturismo y geoturismo y la necesidad de involucrar a la población local.

La actividad turística en Imbabura muestra potencial para la puesta en valor del patrimonio tangible e intangible, de activos y capacidades productivas de la provincia, además, puede facilitar la incorporación a nuevos empleos de sectores menos favorecidos, sin embargo, su desarrollo es incipiente. Investigaciones precedentes ratifican la preferencia en la provincia de brindar servicios al turismo de forma privada, individual y no vinculados al Sistema de Turismo del país, ni a los canales de distribución convencionales.

En la UTN, como parte de los trabajos de vinculación con la sociedad se han revisado propuestas de emprendimientos y micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) para brindar servicios turísticos, pero ha sido evidente la limitación de recursos para ejecutarlos.

Existe un grupo de trabajo del Geoparque Imbabura que se conforma en un Comité de Gestión integrado por delegados de: la Prefectura, la Alcaldía, del Ministerio de Turismo, de la Zona 1 y de la Academia. De esta forma es posible fortalecer la integración de los actores del territorio en el propósito de funcionar como GMU. La participación de actores locales se garantiza con la inscripción voluntaria de los llamados “amigos del proyecto Geoparque Imbabura” y que puede incluir a todas las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, organizaciones de la sociedad civil, representantes de gobiernos locales o nacional, de clubes deportivos y de todos los que estén interesados.

Las metodologías revisadas, en las que se determinan estrategias, se desarrollan en contextos muy diferentes al de Imbabura, no obstante, se identifican experiencias que pudieran extrapolarse a nuestra investigación. El grupo de trabajo del GI ya adoptó una metodología elaborada por el Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y social (ILPES 2000).

Discusión.

El objetivo del proyecto de definir una propuesta de estrategias para el desarrollo sostenible y sustentable del GI. lleva implícito que esa propuesta, además de considerar las principales normativas y estrategias ya vigentes en la provincia, su conciliación y se incorporen aquellas que pueden complementar los requerimientos de un mejor desarrollo. Es por ello la importancia del diagnóstico inicial.

Los ejemplos de las regulaciones que están vigentes con sus estrategias en la provincia indican la prioridad de la preservación, pero se evidencia falta de coordinación sobre implementación de acciones en el territorio.

Es favorable para el trabajo de definición e implementación de las estrategias del Geoparque que ya cuenta con un Comité de Gestión donde participan representantes de los diferentes órganos de dirección de la provincia, esto favorecerá la definición objetiva e implementación de las estrategias.

Una mayor participación de representantes de las comunidades o grupos étnicos de Imbabura en el Comité de Gestión podrá favorecer la mayor incorporación de la sociedad en la consecución de mejores resultados económicos y sociales. Esto se propicia hoy con la incorporación de los llamados “Amigos del GI”, para los que se organizan actividades en que se socializan aspectos de conservación, de los avances en las fases de aprobación del G. por la UNESCO y otros.

La actividad turística requiere especial atención en la definición de estrategias atendiendo a las características de su incipiente desarrollo, a la necesidad de implementar regulaciones para la prestación de servicios y de lograr establecer canales de distribución más apropiados.

La creación de (MIPYMES) así como de emprendimientos en la actividad turística, por parte de los sectores menos favorecidos se ve limitada por insuficientes recursos y desconocimiento de alternativas de financiamiento.

Conclusiones

- La definición de las estrategias para el G.I. debe considerar la conciliación de las regulaciones y estrategias que hoy están vigentes en la provincia, precisando las que puedan estar faltando, especialmente relacionadas con la mayor incorporación de los sectores que pueden protagonizar mayores cambios económicos y sociales.
- La asertividad de las estrategias que se definan para el G.I. también estará en dependencia de la posibilidad de que la entidad de gestión de este, cuente con el apoyo de las autoridades nacionales y locales para lograr su implementación, lo cual ya se observa en la composición del Comité de Gestión.
- El impacto de implementar las estrategias definidas en el Geoparque será mayor en la medida en que se incorporen más sectores sociales implicados en los posibles cambios económicos y sociales.
- La actividad turística debe priorizarse en las estrategias, porque propicia el crecimiento económico y social y puede incorporar modalidades que faciliten en breve plazo la puesta en valor de los atractivos, para ello es conveniente valorar objetivamente las condiciones a crear, como la de ofrecer los microcréditos, imprescindibles para desarrollar emprendimientos o MYPIMES por parte de los sectores menos favorecidos.

Referencias Bibliográficas

- [1] UNESCO. Lista de Geoparques Globales de la UNESCO. París.2018 [Consulta 23-8-2018] Disponible en: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/list-of-unesco-global-geoparks/>
- [2] UNESCO Statutes of the international geoscience and geoparks programme. París: 2016 [Consulta 23-8-2018] Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002606/260675s.pdf>
- [3] GUZMÁN, J.; ROMERO, Crecimiento económico, gobernabilidad democrática y desarrollo social: un enfoque integrador. Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía [en línea] 2008, 39 (Abril-Junio): [Consulta: 26 de agosto de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820161005>> ISSN 0301-7036
- [4] KLIKSBERG, Bernardo, CAPITAL SOCIAL Y CULTURA, CLAVES DEL DESARROLLO. Cuadernos Latinoamericanos de Administración [en línea] 2006, II (Enero-Junio) : [Consulta: 26 de agosto de 2018] Disponible en:<<http://agricola-www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634344002>> ISSN 1900-5016
- [5] TADDEI DIEZ, Lopoldo José. Posibilidades y retos del desarrollo sostenible en la región Tacna. [en línea] 9 (38-51): 2011. [Consulta: 23 de septiembre de 2018]. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/ljtd/index.htm>. ISBN-13: 978-84-694-8771-6
- [6] ARANA, G. MONJE, M. La estrategia de geodiversidad de la comunidad autónoma del País Vasco.Cuadernos del Museo Geominero, n°15 Instituto Geológico Minero de España: 1-7, 2013 ISBN XXX-XX-XXXX-XXX-X.
- [7] OLMOS-MARTINEZ, E y GONZALEZ-AVILA, ME. Estrategias de desarrollo local sustentable en un área natural protegida de Baja California Sur. Universidad y ciencia [online]. 2011, vol.27, n.3 [Consulta: 2018-08-26], pp.281-298. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-29792011000300004&lng=es&nrm=iso>. ISSN 0186-2979.
- [8] SILVA, I. Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local.[en línea] Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) CEPAL. Santiago de Chile, noviembre de 2003 [Consultado 23-8-2018] Disponible en: <https://www.cepal.org/publicaciones/xml/7/13867/sgp42.pdf>

- [9] ONU Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe. 2016 (Consulta 23-9-2018) Disponible en: <http://www.sela.org/media/2262361/agenda-2030-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible.pdf>
- [10] UNESCO Directrices y criterios para Parques Nacionales interesados en recibir asistencia de la UNESCO para integrar la Red Mundial de Geoparques (GGN) [en línea] París 2010.
- [11] Autor corporativo Asamblea Nacional. Constitución de la República de Ecuador. 2008.
- [12] Autor corporativo. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES. El Plan Nacional de Desarrollo “Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.Toda una Vida” Ecuador 2017
- [13] Autor corporativo. Ministerio del Ambiente del Ecuador. Plan de Manejo de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas. Proyecto GEF Ecuador: Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP-GEF). Quito. 2007
- [14] Autor corporativo. Equipo PLANDETUR 2020 del Ministerio de Turismo de Ecuador et al.Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020. Ecuador 2007. [Consulta: 22 septiembre de 2018]. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- [15] MBALLA, Louis Valentin. Desarrollo local y microfinanzas como estrategias de atención a las necesidades sociales: un acercamiento teórico conceptual. Rev. Mexicana de ciencias políticas [online]. 2017, vol.62, n.229 [citado 2018-08-26], pp.101-127. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182017000100101&lng=es&nrm=iso. ISSN 0185-1918.
- [16] THOME-ORTIZ, Humberto. Turismo agroalimentario y nuevos metabolismos sociales de productos locales. Rev. Mex. Cienc. Agríc [online]. 2015, vol.6, n.6 [citado 2018-09-26], pp.1373-1386. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342015000600018&lng=es&nrm=iso. ISSN 2007-0934
- [16] 16]MICHELI, Jordy y OLIVER, Rubén. Empresas de software en México y sus vínculos de desarrollo local. Prob. Des [online]. 2017, vol.48, n.190 [Consulta 2018-09-26], pp.37-59. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362017000300037&lng=es&nrm=iso. ISSN 0301-7036.

- [17] ESPINOSA-RODRIGUEZ, Luis Miguel. Geoparque en el Distrito Minero Tlalpujahua-El Oro. CienciaUAT [online]. 2017, vol.11, n.2 [Consulta 2018-09-22], pp.24-45. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582017000100024&lng=es&nrm=iso>. ISSN 2007-7858.
- [18] NETO de CARVALHO,C., Tourism in the Naturtejo Geopark, Under the Auspices of UNESCO, as Sustainable Alternative to the Mining of Uranium at Nisa (Portugal). Procedia Earth and Planetary Science 8 [on line]. 2014, [Consulta 2018-8-20],p.p. 86 – 92. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878522014000198>
- [19] ROSADO-GONZALEZ, Emmaline Montserrat y RAMIREZ-MIGUEL, Xóchitl.Importancia del trabajo comunitario participativo para el establecimiento del Geoparque Mundial de la UNESCO Mixteca Alta, Oaxaca, México. Invest. Geog [online]. 2017, n.92 [citado 2018-09-27]. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112017000100012&lng=es&nrm=iso>. ISSN 2448-7279. <http://dx.doi.org/10.14350/rig.59435>.

Para citar el artículo indexado.

La Serna A., Rhea B. & Vasallo Y. (2017). Estrategias para el desarrollo sostenible y sustentable del Geoparque Imbabura, Ecuador. *Revista electrónica Explorador Digital* 1(1), 61-70. Recuperado desde:
<http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/317/729>



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